

## LA COMARCA DE LA RIBERA ALTA

### 1.1

Alzira es un municipio del interior de la provincia de Valencia que cuenta en 2005 con una población censada de 43.167 habitantes<sup>1</sup>. No obstante en este capítulo se utilizará el dato de población correspondiente a 2004<sup>2</sup> con el fin de que puedan establecerse comparaciones con otros municipios y áreas territoriales.

Alzira es la **capital de la comarca de la Ribera Alta**, de cuya población representa el 20,25%, siendo el municipio más poblado de la comarca. Su término municipal limita al Norte con Guadasuar, Algemesí y Polinyà; al Sur con Benifairó, Simat y Carcaixent; al Este con Corbera, Llaurí y Favara; y al Oeste con Benimuslem, Alberic y Masalavés.

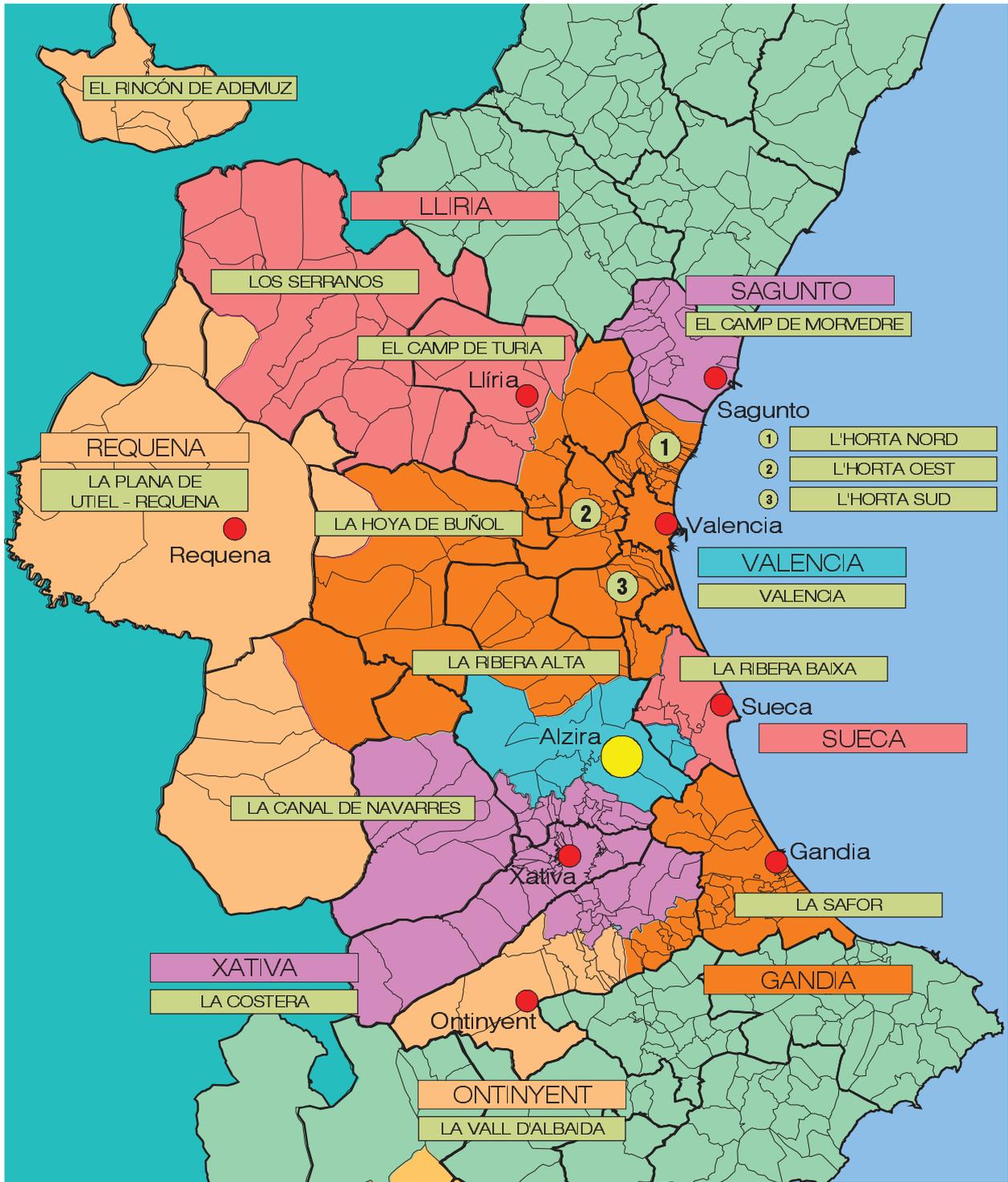
Las comarcas de la Ribera Alta y Baixa constituyen la ribera del río Xúquer y forman una gran llanura al Sur de la ciudad de Valencia. La **Ribera Alta está formada por 35 municipios y 207.030 habitantes** y linda con las comarcas valencianas de **La Ribera Baixa** (11 municipios y 75.775 habitantes), **La Safor** (31 municipios y 151.545 habitantes), **La Costera** (18 municipios y 66.317 habitantes), **La Canal de Navarrés** (8 municipios y 17.221 habitantes), **La Hoya de Buñol** (9 municipios y 36.251 habitantes), **L'Horta Oest** (9 municipios, 312.689 habitantes) y **L'Horta Sud** (12 municipios y 150.381 habitantes).

Tabla 1.1

**La Ribera Alta cuenta con una extensión de 970,1 km<sup>2</sup> de los que Alzira, con 110,4 km<sup>2</sup>, representa el 11,38%.** La densidad de población de la comarca se sitúa en 213,41 habitantes/km<sup>2</sup>. Los municipios de la comarca con una mayor densidad de población son Algemesí (631,13 hab/km<sup>2</sup>), Benifaió (609,6 hab/km<sup>2</sup>), Alginet (522,28 hab/km<sup>2</sup>) y Senyera (519 hab/km<sup>2</sup>).

<sup>1</sup> Padrón Municipal de Habitantes actualizado a 2.005. Ayuntamiento de Alzira.

<sup>2</sup> Padrón Municipal de Habitantes a 1/01/2004. Instituto Nacional de Estadística.



**MAPA 1: Entorno geográfico de Alzira.**

- Delimitación y denominación de las Áreas Comerciales.
- Delimitación comarcal.
- Denominación comarcal.
- Delimitación del Área Comercial de Valencia.
- Cabeceras de las Áreas Comerciales.



Fuente: PATECO y Elaboración propia

**TABLA 1.1** Estructura municipal comparada de las comarcas de La Ribera Alta, La Ribera Baja, L'Horta Sud, L'Horta Oest, La Hoya de Buñol, La Canal de Navarres, La Costera y La Safor.

**ENTORNO TERRITORIAL**

La Ribera Alta	Extensión (km <sup>2</sup> )		Densidad (hab./km <sup>2</sup> )	Población 1.998		Población 2.004		Variación 98-04		Índice de actividad económica
	Absoluta	%		Nº	%	Nº	%	Absoluta	%	
Alberic	27,0	2,78	366,81	9.131	4,60	9.634	4,66	503	5,51	14
Alcántara de Xúquer	3,4	0,35	405,88	1.459	0,73	1.380	0,67	-79	-5,41	2
Alcudia, I'	23,7	2,44	449,54	10.455	5,27	10.654	5,15	199	1,90	17
Alfarp	20,6	2,12	66,46	1.303	0,66	1.369	0,66	66	5,07	2
Algemesi	41,5	4,28	631,13	24.894	12,54	26.192	12,65	1.298	5,21	38
Alginet	24,1	2,48	522,28	12.062	6,08	12.587	6,08	525	4,35	17
<b>Alzira</b>	<b>110,4</b>	<b>11,38</b>	<b>379,71</b>	<b>40.390</b>	<b>20,34</b>	<b>41.920</b>	<b>20,25</b>	<b>1.530</b>	<b>3,79</b>	<b>99</b>
Antella	17,6	1,81	86,11	1.533	0,77	1.498	0,72	-35	-2,28	1
Beneixida	3,2	0,33	190,31	651	0,33	609	0,29	-42	-6,45	1
Benifaió	20,1	2,07	609,65	12.120	6,10	12.254	5,92	134	1,11	27
Benimodo	12,5	1,29	161,52	1.760	0,89	2.019	0,98	259	14,72	5
Benimuslem	4,2	0,43	138,81	551	0,28	583	0,28	32	5,81	1
Cancaixent	59,2	6,10	366,74	20.722	10,44	21.119	10,20	397	1,92	29
Càrcer	7,6	0,78	266,58	2.034	1,02	2.026	0,98	-8	-0,39	2
Carlet	45,6	4,70	320,66	14.056	7,08	14.622	7,06	566	4,03	23
Catadau	35,5	3,66	70,06	2.273	1,14	2.487	1,20	214	9,41	3
Cotes	6,0	0,62	60,50	372	0,19	363	0,18	-9	-2,42	1
Énova, I'	7,7	0,79	129,48	1.060	0,53	997	0,48	-63	-5,94	1
Gavarda	7,8	0,80	151,03	1.244	0,63	1.178	0,57	-66	-5,31	1
Guadassuar	35,3	3,64	157,73	5.362	2,70	5.568	2,69	206	3,84	7
Llombai	55,6	5,73	41,73	2.228	1,12	2.320	1,12	92	4,13	3
Manuel	6,0	0,62	416,17	2.425	1,22	2.497	1,21	72	2,97	3
Masalavés	7,5	0,77	204,67	1.470	0,74	1.535	0,74	65	4,42	3
Monserrat	45,6	4,70	89,71	2.958	1,49	4.091	1,98	1.133	38,30	7
Montroy	31,4	3,24	56,31	1.514	0,76	1.768	0,85	254	16,78	2
Pobla Llarga, la	10,1	1,04	442,87	4.339	2,19	4.473	2,16	134	3,09	5
Rafelguaraf	16,3	1,68	147,12	2.453	1,24	2.398	1,16	-55	-2,24	1
Real de Montroi	18,3	1,89	110,98	1.814	0,91	2.031	0,98	217	11,96	4
San Juan de Énova	1,9	0,20	203,16	368	0,18	386	0,19	28	7,82	1
Sellent	14,0	1,44	33,43	479	0,24	468	0,23	-11	-2,30	1
Senyera	2,0	0,21	519,00	920	0,46	1.038	0,50	118	12,83	1
Sumacàrcer	20,1	2,07	66,07	1.375	0,69	1.308	0,63	-67	-4,87	1
Tous	127,5	13,14	8,74	1.182	0,60	1.114	0,54	-68	-5,75	1
Turís	80,5	8,30	66,90	4.560	2,30	5.305	2,56	745	16,34	7
Villanueva de Castellón	20,3	2,09	356,60	7.030	3,54	7.239	3,50	209	2,97	1
<b>TOTAL LA RIBERA ALTA</b>	<b>970,1</b>	<b>100,00</b>	<b>213,41</b>	<b>198.537</b>	<b>100,00</b>	<b>207.030</b>	<b>93,94</b>	<b>8.493</b>	<b>4,28</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 1/01/04. Instituto Nacional de Estadística. Anuario Económico de España 2.005. Servicio de Estudios Fundación La Caixa.



**TABLA 1.1** Estructura municipal comparada de las comarcas de La Ribera Alta, La Ribera Baixa, L'Horta Sud, L'Horta Oest, La Hoya de Buñol, La Canal de Navarrés, La Costera y La Safor.

**ENTORNO TERRITORIAL**

**La Ribera Baixa**

<b>Albalat de la Ribera</b>	14,3	5,17	240,84	3.492	4,85	3.444	4,55	-48	-1,37	5
<b>Almassafes</b>	10,8	3,90	690,65	7.030	9,77	7.459	9,84	429	6,10	87
<b>Corbera</b>	20,3	7,33	150,59	3.099	4,31	3.057	4,03	-42	-1,36	4
<b>Cullera</b>	53,8	19,44	419,03	20.397	28,34	22.544	29,75	2.147	10,53	31
<b>Favara</b>	9,4	3,40	197,34	1.723	2,39	1.855	2,45	132	7,66	2
<b>Fortaleny</b>	4,6	1,66	219,57	996	1,38	1.010	1,33	15	1,51	1
<b>Utiel</b>	13,6	4,91	93,31	1.288	1,79	1.269	1,67	-19	-1,48	1
<b>Pollinyà de Xúquer</b>	12,7	4,59	175,67	3.031	4,21	2.231	2,94	-800	-26,39	2
<b>Riola</b>	5,6	2,02	304,64	1.584	2,20	1.706	2,25	122	7,70	1
<b>Sollana</b>	39,2	14,16	115,18	4.451	6,18	4.515	5,96	64	1,44	10
<b>Sueca</b>	92,5	33,42	288,49	24.893	34,58	26.685	35,22	1.792	7,20	43
<b>TOTAL LA RIBERA BAIXA</b>	<b>276,8</b>	<b>100,00</b>	<b>273,75</b>	<b>71.983</b>	<b>100,00</b>	<b>75.775</b>	<b>100,00</b>	<b>3.792</b>	<b>5,27</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 1/01/04. Instituto Nacional de Estadística. Anuario Económico de España 2.005. Servicio de Estudios Fundación La Caixa.



**TABLA 1.1** Estructura municipal comparada de las comarcas de La Ribera Alta, La Ribera Baixa, L'Horta Sud, L'Horta Oest, La Hoya de Buñol, La Canal de Navarres, La Costera y La Safor.

**ENTORNO TERRITORIAL**

**L'Horta Sud**

<b>Albal</b>	7,4	4,47	1828,92	11,239	8,10	13,534	9,00	2,295	20,42	25
<b>Alcázar</b>	8,5	5,13	940,24	7,375	5,31	7,992	5,31	617	8,37	15
<b>Alfàr</b>	10,1	6,10	1946,04	19,430	14,00	19,655	13,07	225	1,46	23
<b>Benetisser</b>	0,8	0,48	17528,75	13,771	9,92	14,023	9,32	252	1,83	17
<b>Beniparrall</b>	3,7	2,23	481,08	1,578	1,14	1,780	1,18	202	12,80	37
<b>Caterroja</b>	13,0	7,85	176,185	20,463	14,74	22,904	15,23	2,441	11,93	48
<b>Lugar Nuevo de la Corona</b>				106	0,08	87	0,06	-19	-17,92	
<b>Massanassa</b>	5,6	3,38	1400,54	7,649	5,51	7,843	5,22	194	2,54	16
<b>Paiporta</b>	3,9	2,35	5252,31	17,490	12,60	20,484	13,62	2,994	17,12	27
<b>Picassent</b>	85,9	51,84	197,24	15,555	11,21	16,943	11,27	1,388	8,92	31
<b>Sedaví</b>	1,8	1,09	4876,67	8,276	5,96	8,778	5,84	502	6,07	16
<b>Silla</b>	25,0	15,09	654,32	15,880	11,44	16,358	10,88	478	3,01	47
<b>TOTAL L'HORTA SUD</b>	<b>165,7</b>	<b>100,00</b>	<b>907,55</b>	<b>138,812</b>	<b>100,00</b>	<b>150,381</b>	<b>100,00</b>	<b>11,569</b>	<b>8,33</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 101104. Instituto Nacional de Estadística. Anuario Económico de España 2.005. Servicio de Estudios Fundación La Caixa.



**TABLA 1.1**  
**Estructura municipal comparada de las comarcas de La Ribera Alta, La Ribera Baixa, L'Horta Sud, L'Horta Oest, La Hoya de Buñol, La Canal de Navarrés, La Costera y La Safor.**

**ENTORNO TERRITORIAL**

**L'Horta Oest**

<b>Alaquàs</b>	3,9	2,08	7.507,4	25.925	9,10	29.279	9,36	3.354	12,94	45
<b>Aldaià</b>	16,1	8,60	1.642,4	24.094	8,46	26.442	8,46	2.348	9,75	85
<b>Manises</b>	19,6	10,46	1.430,6	24.140	8,48	28.040	8,97	3.900	16,16	60
<b>Mislata</b>	2,1	1,12	20.328,1	40.348	14,17	42.689	13,65	2.341	5,80	48
<b>Paterna</b>	44,0	23,49	1.162,8	46.380	16,28	51.162	16,36	4.782	10,31	144
<b>Picanya</b>	7,5	4,00	1.281,3	8.741	3,07	9.610	3,07	869	9,94	19
<b>Quart de Poblet</b>	19,7	10,52	1.301,4	26.666	9,36	25.638	8,20	-1.028	-3,86	89
<b>Torrent</b>	69,2	36,95	1.030,5	62.562	21,97	71.314	22,81	8.752	13,99	78
<b>Xirivella</b>	5,2	2,78	5.483,7	25.947	9,11	28.515	9,12	2.568	9,90	37
<b>TOTAL L'HORTA OEST</b>	<b>187,3</b>	<b>100,00</b>	<b>1669,5</b>	<b>284.803</b>	<b>100,00</b>	<b>312.689</b>	<b>100,00</b>	<b>27.886</b>	<b>9,79</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 10/10/04. Instituto Nacional de Estadística. Anuario Económico de España 2005. Servicio de Estudios Fundación La Caixa.

**TABLA 1.1**  
**Estructura municipal comparada de las comarcas de La Ribera Alta, La Ribera Baja, L'Horta Sud, L'Horta Oest, La Hoya de Buñol, La Canal de Navarres, La Costera y La Safor.**
**ENTORNO TERRITORIAL**
**La Safor**

<b>Ador</b>	13,8	3,21	97,54	1.125	0,82	1.346	0,89	221	19,64	2
<b>Afuir</b>	6,2	1,44	61,45	356	0,26	381	0,25	25	7,02	-
<b>Almiserà</b>	7,4	1,72	35,41	240	0,17	262	0,17	22	9,17	-
<b>Almoinas</b>	2,1	0,49	794,29	1.725	1,25	1.688	1,10	-57	-3,30	2
<b>Alqueria de la Comtessa, I'</b>	2,1	0,49	696,19	1.457	1,06	1.462	0,96	5	0,34	4
<b>Barx</b>	16,1	3,75	88,39	1.180	0,86	1.423	0,94	243	20,59	1
<b>Bellreguard</b>	2,9	0,68	1942,41	3.760	2,73	3.893	2,57	133	3,54	6
<b>Beniarjó</b>	2,8	0,65	511,43	1.170	0,85	1.432	0,94	262	22,39	2
<b>Benitarró de la Vallfogna</b>	20,2	4,70	83,76	1.634	1,19	1.692	1,12	58	3,55	2
<b>Benití</b>	0,6	0,14	396,67	157	0,11	238	0,16	81	51,59	-
<b>Benitredrà</b>	0,4	0,09	3660,00	1.035	0,75	1.460	0,96	425	41,06	1
<b>Castellonet de la Conquesta</b>	5,4	1,26	31,85	147	0,11	172	0,11	25	17,01	-
<b>Daimís</b>	3,1	0,72	723,23	1.438	1,05	2.242	1,48	804	55,91	4
<b>Font d'En Carròs, la</b>	9,9	2,30	345,56	3.171	2,31	3.421	2,26	250	7,88	3
<b>Gandía</b>	60,8	14,15	1025,39	57.518	41,82	62.344	41,14	4.826	8,39	236
<b>Guardamar</b>	1,1	0,26	178,18	70	0,05	196	0,13	126	180,00	-
<b>Llocnou de Sant Jeroni</b>	6,5	1,51	87,38	555	0,40	568	0,37	13	2,34	-
<b>Miramar</b>	2,6	0,61	644,23	1.114	0,81	1.675	1,11	561	50,36	2
<b>Oliva</b>	59,9	13,94	393,84	20.577	14,96	23.591	15,57	3.014	14,65	39
<b>Palma de Gandía</b>	14,0	3,26	118,21	1.520	1,11	1.655	1,09	135	8,88	2
<b>Palmera</b>	1,0	0,23	605,00	544	0,40	605	0,40	61	11,21	-
<b>Piles</b>	3,9	0,91	601,79	1.946	1,41	2.347	1,55	401	20,61	4
<b>Potrís</b>	3,1	0,72	293,23	939	0,68	909	0,60	-30	-3,19	-
<b>Rafelcofer</b>	2,0	0,47	697,50	1.403	1,02	1.395	0,92	-8	-0,57	1
<b>Real de Gandía</b>	6,1	1,42	310,16	1.790	1,30	1.892	1,25	102	5,70	12
<b>Rótova</b>	7,5	1,75	170,27	1.331	0,97	1.277	0,84	-54	-4,06	1
<b>Sinat de la Vallfogna</b>	38,5	8,96	85,48	3.120	2,27	3.291	2,17	171	5,48	3
<b>Tavernes de la Vallfogna</b>	49,2	11,45	351,85	16.247	11,81	17.311	11,42	1.064	6,55	24
<b>Villalonga</b>	43,3	10,08	92,29	3.649	2,65	3.996	2,64	347	9,51	6
<b>Xeraco</b>	20,2	4,70	289,46	4.754	3,46	5.443	3,59	689	14,49	6
<b>Xeresa</b>	16,9	3,93	115,86	1.878	1,37	1.958	1,29	80	4,26	3
<b>TOTAL LA SAFOR</b>	<b>429,6</b>	<b>100,00</b>	<b>352,76</b>	<b>137.550</b>	<b>100,00</b>	<b>151.545</b>	<b>100,00</b>	<b>13.995</b>	<b>10,17</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 10/10/04. Instituto Nacional de Estadística. Anuario Económico de España 2.005. Servicio de Estudios Fundación La Caixa.

**TABLA 1.1** Estructura municipal comparada de las comarcas de La Ribera Alta, La Ribera Baja, L'Horta Sud, L'Horta Oest, La Hoya de Buñol, La Canal de Navarres, La Costera y La Safor.

**ENTORNO TERRITORIAL**
**La Costera**

<b>Alcúdia de Cresjans. La</b>	5,2	1,00	920,38	4126	6,74	4.786	7,22	660	16,00	8
<b>Barxeta</b>	28,5	5,47	56,81	1612	2,64	1.619	2,44	7	0,43	2
<b>Canals</b>	21,8	4,18	627,11	12857	21,02	13.671	20,61	814	6,33	25
<b>Cerdà</b>	1,5	0,29	194,00	293	0,48	291	0,44	-2	-0,68	-
<b>Estubeny</b>	6,4	1,23	28,59	142	0,23	183	0,28	41	28,87	-
<b>Font de la Figuera. La</b>	84,3	16,18	25,37	2130	3,48	2.139	3,23	9	0,42	4
<b>Genovés</b>	15,2	2,92	168,88	2323	3,80	2.567	3,87	244	10,50	3
<b>Granja de la Costera, la</b>	0,8	0,15	427,50	367	0,58	342	0,52	-15	-4,20	-
<b>Llanera de Ranes</b>	9,3	1,79	113,87	1288	2,11	1.059	1,60	-229	-17,78	1
<b>Lloc Nou d'En Ferrnollet</b>	1,5	0,29	546,67	722	1,18	820	1,24	98	13,57	-
<b>Mojanxí/Mojente</b>	150,2	28,83	29,73	4237	6,93	4.465	6,73	228	5,38	8
<b>Montesa</b>	48,1	9,23	29,11	1258	2,06	1.400	2,11	142	11,29	2
<b>Novetllé/Novelá</b>	1,5	0,29	464,67	664	1,09	697	1,05	33	4,97	-
<b>Rosjá y Corberá</b>	6,3	1,21	158,57	1016	1,66	989	1,51	-17	-1,67	-
<b>Torrella</b>	1,1	0,21	150,91	196	0,32	166	0,25	-30	-15,31	-
<b>Vallada</b>	61,5	11,80	54,29	2972	4,86	3.339	5,03	367	12,35	4
<b>Vallés</b>	1,2	0,23	79,17	101	0,17	95	0,14	-6	-5,94	-
<b>Xàtiva</b>	76,6	14,70	361,34	24878	40,67	27.679	41,74	2.801	11,26	55
<b>TOTAL LA COSTERA</b>	<b>524,0</b>	<b>100,00</b>	<b>127,29</b>	<b>61.172</b>	<b>100,00</b>	<b>66.317</b>	<b>100,00</b>	<b>5.145</b>	<b>8,41</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 1/01/04. Instituto Nacional de Estadística. Anuario Económico de España 2.005. Servicio de Estudios Fundación La Caixa.

**TABLA 1.1**
**Estructura municipal comparada de las comarcas de La Ribera Alta, La Ribera Baixa, L'Horta Sud, L'Horta Oest, La Hoya de Buñol, La Canal de Navarrés, La Costera y La Safor.**
**ENTORNO TERRITORIAL**
**La Canal de Navarrés**

<b>Aina</b>	21,4	3,02	129,67	2.574	15,95	2.775	16,11	201	7,81	3
<b>Bicorp</b>	136,5	19,24	4,73	686	4,31	645	3,75	-51	-7,33	
<b>Bolbaitte</b>	40,4	5,70	36,09	1.432	8,87	1.458	8,47	26	1,82	1
<b>Chella</b>	43,5	6,13	60,18	2.525	15,64	2.618	15,20	93	3,68	2
<b>Enguera</b>	241,8	34,09	22,68	4.698	29,11	5.484	31,84	786	16,73	6
<b>Milares</b>	105,5	14,87	5,37	676	4,19	567	3,29	-109	-16,12	
<b>Navarrés</b>	47,0	6,63	62,32	2.748	17,03	2.929	17,01	181	6,59	4
<b>Quesa</b>	73,2	10,32	10,18	791	4,90	745	4,33	-46	-5,82	
<b>TOTAL LA CANAL DE NAVARRÉS</b>	<b>709,3</b>	<b>100,00</b>	<b>24,28</b>	<b>16.140</b>	<b>100,00</b>	<b>17.221</b>	<b>100,00</b>	<b>1.081</b>	<b>6,70</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 10104. Instituto Nacional de Estadística. Anuario Económico de España 2.005. Servicio de Estudios Fundación La Caixa.

**TABLA 1.1**  
**Estructura municipal comparada de las comarcas de La Ribera Alta, La Ribera Baja, L'Horta Sud, L'Horta Oest, La Hoya de Buñol, La**  
**Comarca de Navarrés, La Costera y La Safor.**

**ENTORNO TERRITORIAL**

**Comarca de La Hoya de Buñol**

<b>Alborache</b>	27,3	3,34	34,73	897	2,74	948	2,62	51	5,69
<b>Buñol</b>	112,4	13,75	82,50	9.358	28,57	9.273	25,58	-85	-0,91
<b>Cheste</b>	71,4	8,74	101,61	6.834	20,86	7.255	20,01	421	6,16
<b>Chiva</b>	178,7	21,86	63,72	9.060	27,66	11.386	31,41	2.326	25,67
<b>Dos Aguas</b>	121,5	14,87	3,63	389	1,19	441	1,22	52	13,37
<b>Godella</b>	37,5	4,59	69,25	2.144	6,55	2.597	7,16	453	21,13
<b>Macastre</b>	37,7	4,61	30,16	1.000	3,05	1.137	3,14	137	13,70
<b>Siete Aguas</b>	110,6	13,53	11,14	1.062	3,24	1.232	3,40	170	16,01
<b>Yánova</b>	120,2	14,71	16,49	2.013	6,15	1.982	5,47	-31	-1,54
<b>TOTAL LA HOYA DE BUÑOL</b>	<b>817,3</b>	<b>100,00</b>	<b>44,35</b>	<b>32.757</b>	<b>100,00</b>	<b>36.251</b>	<b>100,00</b>	<b>3.494</b>	<b>10,67</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 1/01/04. Instituto Nacional de Estadística. Anuario Económico de España 2.005. Servicio de Estudios Fundación La Caixa.

Entre los municipios que conforman la comarca podemos distinguir varios grupos en función del número de habitantes (INE 2.004):

- **Municipios mayores de 25.000 habitantes:** **Alzira** (41.920 hab.) y **Algemesí** (26.192 hab.). Estos dos municipios concentran el 32,9% de la población comarcal.
- **Entre 10.000 y 25.000 habitantes:** **Carcaixent** (21.119 hab.), **Carlet** (14.622 hab.), **Alginet** (12.587 hab.), **Benifaió** (12.254 hab.) y **L'Alcudia** (10.654 hab.). La población residente en estos cinco municipios representa el 34,4% del total de habitantes de la comarca.
- **Entre 5.000 y 10.000 habitantes:** **Alberic** (9.634 hab.), **Villanueva de Castellón** (7.239 hab.), **Guadassuar** (5.568 hab.) y **Turís** (5.305 hab.). Este grupo de municipios acoge al 13,4% de la población de la Ribera Alta.
- **Entre 1.000 y 5.000 habitantes:** este grupo está formado por 18 municipios que suman 36.530 habitantes (17,64% de la población comarcal). Son **Alcántera de Xúquer** (1.380 hab.), **Alfarp** (1.369 hab.), **Antella** (1.498 hab.), **Benimodo** (2.019 hab.), **Carcer** (2.026 hab.), **Catadau** (2.487 hab.), **Gavarda** (1.178 hab.), **Llombai** (2.320 hab.), **Manuel** (2.497 hab.), **Masalavés** (1.535 hab.), **Montserrat** (4.091 hab.), **Montroy** (1.768 hab.), **Pobla Llarga** (4.473 hab.), **Rafelguaraf** (2.398 hab.), **Real de Montroi** (2.031 hab.), **Senyera** (1.038 hab.), **Sumacarcer** (1.308 hab.) y **Tous** (1.114 hab.).
- **Municipios menores de 1.000 habitantes:** son seis municipios que suman un total de 3.406 residentes.

**La comarca de la Ribera Alta ha ganado 8.493 nuevos residentes desde 1.998**, lo que representa un crecimiento relativo del 4,28% para el período 1998-2004. Se trata de un crecimiento bastante inferior, en términos relativos, al experimentado por las comarcas colindantes. Para el mismo periodo la comarca de la Ribera Baixa ha crecido un 5,27%, tratándose de un porcentaje también inferior al resto de comarcas: La Hoya de Buñol se ha incrementado en un 10,67%, La Safor en un 10,17%, L'Horta Oest en un 9,79%, L'Horta Sud en un 8,33% y La Canal de Navarrés en el 6,70%.

Concretamente **Alzira presenta asimismo un ligero crecimiento en estos años**: ha ganado desde 1.998 a 2.004 un total de 1.530 residentes, lo que representa un incremento del 3,79% para el período. En general, podemos decir que sólo tres municipios han obtenido un crecimiento absoluto superior a los 1.000 habitantes durante estos años: Alzira, Algemesí y Monserrat. En cuanto al crecimiento relativo, destaca el incremento de Monserrat (38,3%) así como de Turís y Montroy (en ambos casos en torno al 16%).

Por otro lado, cabe destacar que 11 municipios de la comarca han perdido población en estos años.

En cuanto a las **actividades económicas**<sup>3</sup> desarrolladas en la Ribera Alta, podemos señalar que está bastante repartida entre todos los sectores, si bien **la agricultura tiene un peso significativo en la economía de la comarca** gracias especialmente al regadío del Xúquer. La principal producción agrícola de la comarca son los **cítricos** aunque también hay cultivos de **huerta tradicional**.

La industria se desarrolla intensamente a partir de los años 60 y en general **predomina la pequeña y mediana industria** dedicada a las transformaciones agrícolas, textil, materiales de construcción, madera y mueble. En la Ribera Alta esta actividad se concentra sobre todo en los municipios de Alzira, Benifaió y L'Alcudia y, en menor medida, en Algemesí, Alberic, Alginet, Carcaixent y La Pobla Llarga.

El **sector servicios** tiene un peso destacado asimismo en las grandes poblaciones de la comarca. La estructura económica ha cambiando en los últimos treinta años, pasando de un claro predominio de la agricultura, a un equilibrio entre los sectores productivos.

Todos los municipios de la comarca de la Ribera Alta están adscritos actualmente a la **Mancomunitat de la Ribera Alta**, tratándose de una entidad local en la que se gestionan de forma integrada todos aquellos aspectos que afectan al conjunto de la comarca y se prestan un conjunto de servicios de utilidad para los municipios.

<sup>3</sup> Se han utilizado datos procedentes de la Mancomunitat de La Ribera.

## EL ÁREA COMERCIAL DE ALZIRA

### 1.2

En la Comunidad Valenciana se han determinado 21 Áreas Comerciales que resultan de la agrupación de asentamientos y municipios en torno a núcleos urbanos que ejercieran sobre ellos influencia, desde un punto de vista de dependencia comercial y generación de flujos de atracción y evasión de gasto.

Esta delimitación permite caracterizar el funcionamiento del territorio en materia de provisión de bienes y servicios de carácter supramunicipal, implementando una figura intermedia de análisis entre la provincia y el municipio.

La provincia de Valencia se estructura en ocho Áreas Comerciales, cuyas cabeceras son **Sagunto** (16 municipios y 79.443 habitantes), **Valencia** (101 municipios y 1.690.701 habitantes), **Requena** (24 municipios y 51901 habitantes), **Sueca** (8 municipios y 60.259 habitantes), **Alzira** (13 municipios y 125.321 habitantes), **Xàtiva** (51 municipios y 137.090 habitantes), **Gandia** (39 municipios y 156.943 habitantes) y **Ontinyent** (13 municipios y 57.261 habitantes).

Tabla 1.2

Alzira es la cabecera del Área Comercial de Alzira, formada por 13 municipios que suman un total de 125.321 habitantes. El área tiene una extensión de 495 km<sup>2</sup> lo que propicia una densidad de población de 252,87 habitantes/km<sup>2</sup>.

El índice de primacía del área, o proporción que representa la población de la cabecera sobre el conjunto del área, es del 33,45%, siendo uno de los más bajos de las áreas comerciales de la provincia. La **subcabecera del área es Algemesí**, cuya población representa el 20,9% del área comercial. Destaca asimismo **Carcaixent** como nodo de apoyo al sistema comercial interior.



**TABLA 1.2** Estructura comparada de las áreas comerciales de la provincia de Valencia.

**ENTORNO TERRITORIAL**

Área Comercial	Cabecera	Subcabeceras	Nº municipios	Extensión		Población 2.004		Variación 98-04		Índice de primaría (2.004)
				Km <sup>2</sup>	%	Número	%	Absoluta	%	
AC Sagunto	Sagunto	-	16	271,1	2,51	79.443	3,37	6.430	8,81	76,14
AC Valencia	Valencia	Liria	101	4.258,2	39,41	1.690.701	71,67	143.548	9,28	46,47
AC Requena y Rincón de Ademuz	Requena	Utiel	24	3.184,6	29,48	51.901	2,20	316	0,62	38,24
AC Sueca	Sueca	-	8	192,9	1,79	60.259	2,55	4.144	7,38	44,28
AC Alzira	Alzira	Algemesí	13	495,6	4,59	125.321	5,31	4.000	3,30	33,45
AC Xàtiva	Xàtiva	-	51	1.462,2	13,53	137.090	5,81	8.132	6,31	20,19
AC Gandía	Gandía	-	39	509,7	4,72	156.943	6,65	14.577	10,24	39,72
AC Ontinyent	Ontinyent	-	13	429,5	3,98	57.261	2,43	4.906	9,37	61,39
			<b>265</b>	<b>10.804</b>	<b>100,00</b>	<b>2.358.919</b>	<b>100,00</b>			

Fuente: Plan de Acción Territorial aplicado a la Distribución Comercial en la Comunidad Valenciana. (PATECO) 1996. Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana. Explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 1/01/04. Instituto Nacional de Estadística.

*Nota : el Índice de Primaría expresa el porcentaje que representa la población de la cabecera del área sobre el total de población del área comercial.*

El Área Comercial de Alzira ha experimentado un crecimiento demográfico de 4.000 residentes para el período 1.998-2.004, lo que significa un crecimiento relativo del 3,3%, algo inferior al experimentado por el conjunto de la comarca. **Se trata de un incremento muy ligero que la posiciona en el penúltimo lugar de las áreas comerciales de la provincia de Valencia en cuanto a crecimiento demográfico**, únicamente por delante del Área Comercial de Requena-Utiel. El resto de áreas comerciales valencianas presentan un crecimiento de su población superior al 6% para estos años.

Los municipios que han experimentado un mayor crecimiento, tanto en términos absolutos como relativos para el período 1998-2004, han sido Algemesí (1.298 habitantes / 3,79%), Alzira (1.530 habitantes / 3,79%) y Alberic (503 habitantes / 5,51%).

Por el contrario, Antella, Corbera, Gavarda, Llaurí y Tous han perdido población durante este período.

 Tabla 1.3

Del análisis comparativo de los **indicadores socioeconómicos** se desprende que Alzira destaca notablemente con respecto a otros municipios del Área Comercial en las variables de índice industrial, cuota de mercado, índice de actividad económica o índice turístico. Por el contrario, en Alzira se registra uno de los porcentajes más elevados de paro sobre población de derecho tras Llaurí y Masalavés.

 Tabla 1.4

En la **TABLA 1.5** se comparan estos indicadores socioeconómicos para Alzira y otros municipios de la Comunidad Valenciana de tamaño similar, de la que se extrae que **Alzira presenta un nivel socioeconómico medio-alto en el contexto de las ciudades de similar tamaño de la Comunidad Valenciana**: su porcentaje de paro es el más elevado, pero otros indicadores como el índice de actividad económica, la cuota de mercado, índice industrial o índice turístico se sitúan en los primeros puestos. El nivel económico de la población se sitúa en una posición media con respecto al resto de municipios analizados.

 Tabla 1.5

**TABLA 1.3** El Área Comercial de Alzira. Evolución de la población 1.996-2.004.

**ENTORNO TERRITORIAL**

Municipios	Extensión (km <sup>2</sup> )		Densidad (hab/km <sup>2</sup> )	Población 1.998		Población 2.004		Variación 98-04	
	Absoluta	%		Nº	%	Nº	%	Absoluta	%
Alberic	27,0	5,45	356,81	9.131	7,53	9.634	7,69	503	5,51
Alcúdia, L'	23,7	4,78	449,54	10.455	8,62	10.654	8,50	199	1,90
Algemesí	41,5	8,37	631,13	24.894	20,52	26.192	20,90	1.298	5,21
<b>Alzira</b>	<b>110,4</b>	<b>22,28</b>	<b>379,71</b>	<b>40.390</b>	<b>33,29</b>	<b>41.926</b>	<b>33,45</b>	<b>1.536</b>	<b>3,79</b>
Antella	17,6	3,55	85,11	1.533	1,26	1.498	1,20	-35	-2,28
Benimuslem	4,2	0,85	138,81	551	0,45	583	0,47	32	5,81
<b>Carcaixent</b>	<b>59,2</b>	<b>11,95</b>	<b>356,74</b>	<b>20.722</b>	<b>17,08</b>	<b>21.119</b>	<b>16,85</b>	<b>397</b>	<b>1,92</b>
Corbera	20,3	4,10	150,59	3.099	2,55	3.057	2,44	-42	-1,36
Gavarda	7,8	1,57	151,03	1.244	1,03	1.178	0,94	-66	-5,31
Guadassuar	35,3	7,12	157,73	5.362	4,42	5.588	4,44	206	3,84
Llaurí	13,6	2,74	93,31	1.288	1,06	1.269	1,01	-19	-1,48
Masalavés	7,5	1,51	204,67	1.470	1,21	1.535	1,22	65	4,42
Tous	127,5	25,73	8,74	1.182	0,97	1.114	0,89	-68	-5,75
<b>TOTAL ÁREA COMERCIAL</b>	<b>495,60</b>	<b>100,00</b>	<b>252,87</b>	<b>121.321</b>	<b>100,00</b>	<b>125.321</b>	<b>100,00</b>	<b>4.000</b>	<b>3,30</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 1/01/04. Instituto Nacional de Estadística.

Cabeceras de área comercial
Nodos de apoyo al sistema Comercial Interior (NASCI)

**TABLA 1.4** El Área Comercial de Alzira. Principales indicadores económicos de los municipios mayores de 1.000 habitantes.

**ENTORNO TERRITORIAL**

Municipios	Población 2.004	% paro/población	Índice industrial	Cuota de mercado	Índice turístico	Índice de actividad económica	Indicadores socioeconómicos del nivel de vida			
							Telefonos	Vehículos motor	Oficinas Bancarias	Nivel económico (€)
Alberic	9.634	3,70	18	23	3	14	3.438	5.704	8	10.200 a 11.300
Alcúfia, l'	10.654	2,9	18	27	2	17	4.045	6.865	11	10.200 a 11.300
Algenesí	26.192	4,0	35	56	1	38	7.825	14.278	18	9.300 a 10.200
<b>Alzira</b>	<b>41.920</b>	<b>4,40</b>	<b>128</b>	<b>95</b>	<b>10</b>	<b>99</b>	<b>16.194</b>	<b>26.082</b>	<b>34</b>	<b>10.200 a 11.300</b>
Antella	1.498	2,1	1	4	-	1	523	934	3	9.300 a 10.200
Benimústem	583	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Carcabent</b>	<b>21.119</b>	<b>5</b>	<b>29</b>	<b>44</b>	<b>1</b>	<b>29</b>	<b>6.317</b>	<b>11.432</b>	<b>12</b>	<b>9.300 a 10.200</b>
Corbera	3.057	3,6	3	8	-	4	1.179	2.287	4	10.200 a 11.300
Gavarda	1.178	4,2	1	3	-	1	364	744	2	9.300 a 10.200
Guadassuar	5.568	3,0	7	13	-	7	2.013	3.614	6	10.200 a 11.300
Lliarí	1.289	4,7	1	3	-	1	504	877	2	9.300 a 10.200
Masalavés	1.535	4,6	5	4	-	3	524	1.001	2	9.300 a 10.200
Tots	1.114	3,8	1	3	-	1	389	720	1	9.300 a 10.200
<b>TOTAL ÁREA COMERCIAL</b>	<b>125.321</b>									

Fuente: Anuario Económico de España 2.005. Servicio de Estudios Fundación La Caixa. Explotación Estadística del Padrón de Habitantes a 1/01/04. Instituto Nacional de Estadística.

<b>Cabeceras de área comercial</b>
<b>Nodos de apoyo al sistema Comercial Interior (NASCI)</b>

**TABLA 1.5 Principales indicadores económicos. Comparativa con municipios de tamaño similar a Alzira.**

Municipios	Población 2.004	% paro/población	Índice industrial	Cuota de mercado	Índice turístico	Índice de actividad económica	Indicadores socioeconómicos del nivel de vida			
							Teléfonos	Vehículos motor	Oficinas Bancarias	Nivel económico
Vila-real	45.582	2,9	320	105	18	202	14382	28.939	40	11.300 a 12.100
San Vicent del Raspeig	44.226	3,1	101	94	2	80	13087	25.950	29	9.300 a 10.200
Mislata	42.689	3,9	3	85	1	2	9841	22.231	28	10.200 a 11.300
<b>Alzira</b>	<b>41.920</b>	<b>4,40</b>	<b>128</b>	<b>95</b>	<b>10</b>	<b>99</b>	<b>16.194</b>	<b>26.082</b>	<b>34</b>	<b>10.200 a 11.300</b>
Burjassot	37.330	4,2	24	79	14	41	10.560	20.805	23	10.200 a 11.300
Ontinyent	35.155	3,5	94	83	6	75	2.901	4.475	8	10.200 a 11.300

Fuente: Anuario Económico de España 2005. Servicio de Estudios Fundación La Caixa. Exploración Estadística del Padrón de Habitantes a 1,01/04. Instituto Nacional de Estadística.

## ÁREA DE INFLUENCIA DE ALZIRA MEDIANTE ISOCRONAS TEÓRICAS DE ACCESIBILIDAD

1.3

### RED DE COMUNICACIONES

1.3.1

Las redes de comunicaciones influyen en gran medida en la accesibilidad de un municipio y, por tanto, en la conformación de una determinada área de influencia.

En Alzira existe una buena comunicación por carretera. En este sentido, es posible la conexión con la A-7, la N-340 y la N-332 que comunican la Comunidad Valenciana de Norte a Sur por la costa y el interior. Además, la CV-51 comunica toda la comarca desde el Noroeste hasta el Sudeste.

Por otro lado, Alzira está conectada con las **líneas regulares de ferrocarril** que permiten la conexión con Valencia, Xàtiva y Madrid. También dispone de **líneas regulares de autobuses** que conectan el municipio con Algemesí-Carcaixent, Sueca-Perelló, Cullera, Catadau, Alberic-Antella, Guadasuar-Alginet, Valencia y Gandía-Madrid.

Además, Alzira dista unos 44 km de la ciudad de Valencia y en torno a **unos 50 kilómetros del aeropuerto de Manises**.

## DETERMINACIÓN DEL ÁREA DE INFLUENCIA MEDIANTE ISOCRONAS TEÓRICAS DE ACCESIBILIDAD

### 1.3.2

La capacidad de atracción del tejido comercial de un municipio depende de diversos factores: las características de la propia oferta comercial, el atractivo de la ciudad, los recursos que ofrece la misma, la accesibilidad, etc.

Las isocronas teóricas de accesibilidad pueden contribuir a medir el área de influencia del comercio local ya que permiten definir un área de influencia a partir de la estimación del tiempo necesario para desplazarse desde el lugar de origen al de destino.

La isocrona teórica de acceso representa un espacio integrado por aquellos municipios que se encuentran a la misma distancia –medida en tiempo- del municipio de destino, en este caso, Alzira.

En general, podría decirse que el **área de influencia de Alzira** delimitada mediante isocronas de accesibilidad hasta treinta minutos de distancia la componen otros **83 municipios** en los que residen un total de **531.626 habitantes**.

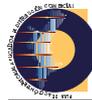
No obstante, está demostrado que, a mayor distancia y tiempo necesario para desplazarse, disminuye el atractivo del municipio como destino de compras, por lo que se establecen isocronas atendiendo a distintos **intervalos de tiempo**:

Por su localización cercana al cinturón metropolitano de Valencia, en su área de influencia residen un número significativo de personas.

- En un tiempo de desplazamiento de **hasta diez minutos** se localizan **12 municipios**: Carlet, Llaurí, Masalavés, Albalat de la Ribera, Benimuslem, La Pobla Llarga, Corbera, Polinyà de Xùquer, Algemesí, L'Alcudia y Guadassuar. En estos municipios residen 94.747 habitantes.
- **Entre 11 y 15 minutos** encontramos otros **13 municipios** y 70.051 habitantes más. Entre los municipios que integran esta área están Sueca, Alginet o Villanueva de Castellón.

- **Entre 16 y 20 minutos** se ubican **18 municipios** con una población de 49,408 residentes.
- A mayor distancia, **entre los 21 y los 25 minutos** encontramos **20 municipios** y 129.593 habitantes. Entre ellos los municipios más destacados son Catarroja, Silla, Xàtiva o Picassent.
- Finalmente, **entre 26 y 30 minutos de distancia** se localizan otros **20 municipios** que suman 187.827 habitantes.

Cabe destacar, no obstante, que el espacio definido por las isocronas de acceso es teórico y, por tanto, **habría que considerar otros de los aspectos del municipio antes señalados para poder establecer el área de influencia real.**





## ANÁLISIS SOCIODEMOGRÁFICO

En este capítulo se procederá a realizar un análisis de las principales características demográficas y sociales de los residentes de Alzira con el objetivo de generar un conjunto de variables e indicadores que nos permitan identificarles como consumidores.

## PRINCIPALES CIFRAS DE POBLACIÓN RESIDENTE EN ALZIRA

Alzira, como ya se ha indicado, es un municipio de la comarca valenciana de la Ribera Alta que es además, desde el punto de vista de las áreas de atracción comercial, la cabecera del Área Comercial de Alzira.

El dato más actualizado de población sitúa al municipio en los **43.167 habitantes**, según la última actualización del Padrón Municipal de Habitantes con fecha de **2.005**<sup>1</sup>.

Esta población se distribuye de forma irregular en los cinco distritos en que se encuentra dividido el municipio desde el punto de vista administrativo.

 Tabla 2.1

 Grafico 2.1

**El distrito 4 acoge algo más del 40% de la población residente en Alzira (17.408 habitantes).** Este distrito queda delimitado por la Avda. Vicente Vidal, Pavía, Massalavés, Dr. Fco. Bono, Reyes Católicos y Joanot Martorell. Es el distrito más extenso del municipio y **se corresponde con la zona Centro y Norte del municipio.**

El distrito 2 es el siguiente en número de habitantes: cuenta con 12.238 residentes (28,56% del total). Está delimitado por las calles Gandía, Simat y Reyes Católicos y se ubica en la parte Sur del municipio.

Los distritos 1, 3 y 5 albergan entre el 9,15%, 11,01% y el 10,96% de la población respectivamente. El Distrito 1 queda al Oeste de Alzira y está conformado por los ejes Avda Blasco Ibáñez, Santos Patronos y Luis Suñer.

El distrito 3 (4.752 habitantes) se sitúa al Suroeste entre las calles Reyes Católicos, Ramón y Cajal y Santos Patronos. Finalmente el distrito 5 (4.729 habitantes) se corresponde con la zona de Diseminado.

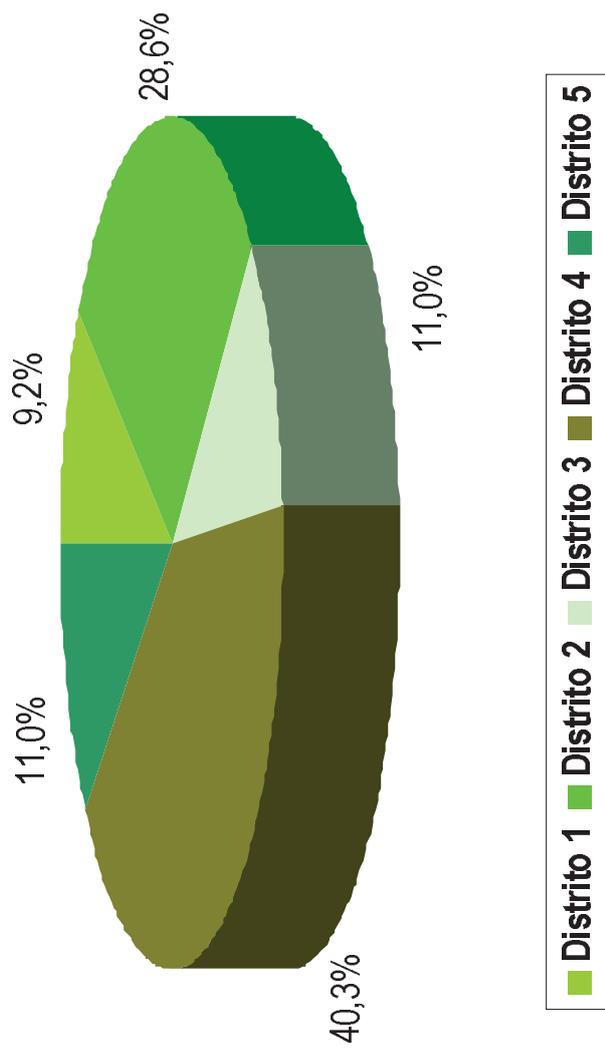
<sup>1</sup> Fuente: Ayuntamiento de Alzira.

**TABLA 2.1 Población de Alzira por distritos. 2005.**
**DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN**

Distritos	Población 2005	
	Absoluta	%
<b>Distrito 1</b>	<b>3.950</b>	<b>9,15</b>
<i>Sección 1.1</i>	1.273	2,95
<i>Sección 1.2</i>	1.580	3,66
<i>Sección 1.3</i>	1.097	2,54
<b>Distrito 2</b>	<b>12.328</b>	<b>28,56</b>
<i>Sección 2.1</i>	1.575	3,65
<i>Sección 2.2</i>	1.284	2,97
<i>Sección 2.3</i>	823	1,91
<i>Sección 2.4</i>	1.227	2,84
<i>Sección 2.5</i>	992	2,30
<i>Sección 2.6</i>	1.784	4,13
<i>Sección 2.7</i>	1.952	4,52
<i>Sección 2.8</i>	1.571	3,64
<i>Sección 2.9</i>	1.120	2,59
<b>Distrito 3</b>	<b>4.752</b>	<b>11,01</b>
<i>Sección 3.1</i>	811	1,88
<i>Sección 3.2</i>	1.720	3,98
<i>Sección 3.3</i>	1.186	2,75
<i>Sección 3.4</i>	1.035	2,40
<b>Distrito 4</b>	<b>17.408</b>	<b>40,33</b>
<i>Sección 4.1</i>	1.471	3,41
<i>Sección 4.2</i>	2.515	5,83
<i>Sección 4.3</i>	1.165	2,70
<i>Sección 4.4</i>	1.309	3,03
<i>Sección 4.5</i>	1.145	2,65
<i>Sección 4.6</i>	1.213	2,81
<i>Sección 4.7</i>	1.079	2,50
<i>Sección 4.8</i>	1.829	4,24
<i>Sección 4.9</i>	1.115	2,58
<i>Sección 4.10</i>	1.777	4,12
<i>Sección 4.11</i>	1.615	3,74
<i>Sección 4.12</i>	1.175	2,72
<b>Distrito 5</b>	<b>4.729</b>	<b>10,96</b>
<i>Sección 5.1</i>	1.034	2,40
<i>Sección 5.2</i>	2.083	4,83
<i>Sección 5.3</i>	1.612	3,73
<b>TOTAL</b>	<b>43.167</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón Municipal de Habitantes actualizado a 2.005. Ayuntamiento de Alzira.

Gráfico 2.1. Población por distritos.



## EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN

De los datos relativos a la evolución demográfica se extrae que durante el siglo XX la población de Alzira se duplicó, aunque los mayores porcentajes de crecimiento se produjeron mayoritariamente a partir de los años sesenta.

 Tabla 2.2

 Grafico 2.2

Un análisis más reciente y detallado de la evolución de la población residente en Alzira nos permite identificar que en desde los años ochenta se ha producido un crecimiento ligero de la población, sin picos demasiado significativos de crecimiento o receso demográfico.

 Tabla 2.3

 Grafico 2.3

Desde 1.986 hasta 2.005 Alzira ha ganado algo más de 3.000 nuevos habitantes y quizá lo más destacado es que **los porcentajes de crecimiento interanual más elevados se han producido muy recientemente, a partir del año 2.002.**

Comparando las cifras de crecimiento poblacional de Alzira con las obtenidas para el Área Comercial de Alzira, la provincia de Valencia o la Comunidad Valenciana, podemos concluir que **Alzira presenta un crecimiento muy similar al Área Comercial** –3,79% en el caso de Alzira y 3,30% para el Área Comercial- **pero muy inferior al experimentado por la provincia de Valencia (8,57%) o la Comunidad Valenciana (12,92%)** para el total del período analizado (1.998-2.004).

 Tabla 2.4

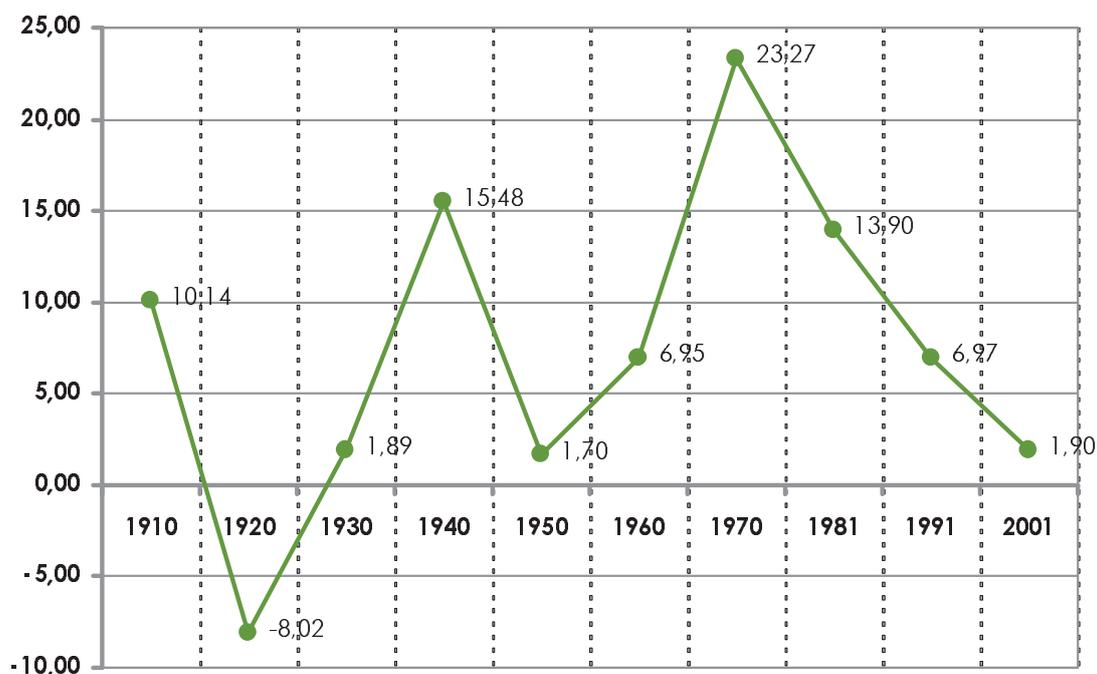
 Grafico 2.4

**TABLA 2.2 Evolución histórica de la población de Alzira (1900-2001)**

EVOLUCIÓN				
Año	Evolución	Variación		
		Absoluta	%	
1900	20.572	-	-	
1910	22.657	2.085	10,14	
1920	20.839	-1.818	-8,02	
1930	21.232	393	1,89	
1940	24.518	3.286	15,48	
1950	24.935	417	1,70	
1960	26.669	1.734	6,95	
1970	32.876	6.207	23,27	
1981	37.446	4.570	13,90	
1991	40.055	2.609	6,97	
2001	40.818	763	1,90	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística correspondientes a la población de hecho de los distintos años. Dato de 2001 correspondiente a la población de derecho.

**Gráfico 2.2. Evolución histórica de la población de Alzira. Variación intercensal (%).**



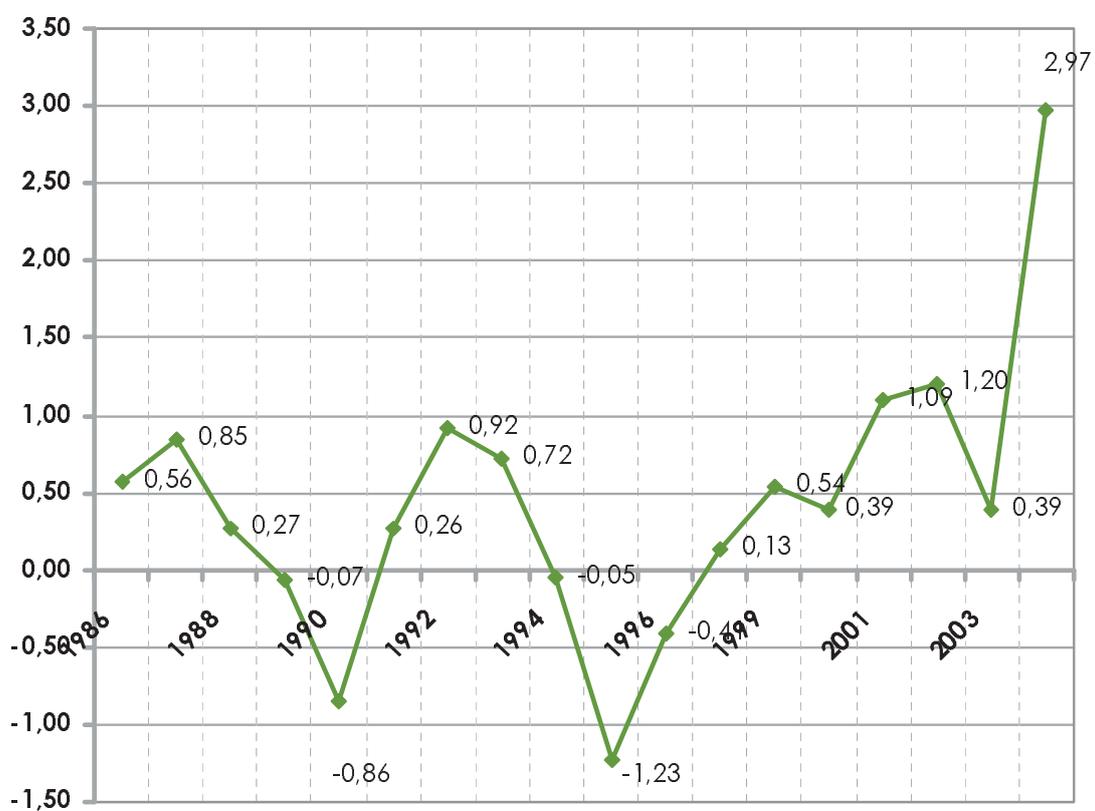
**TABLA 2.3 Evolución de la población. Variaciones interanuales 1986-2005**

EVOLUCIÓN				
Año	Evolución	Variación		
		Absoluta	%	
1986	40.009	-	-	
1987	40.234	225	0,56	
1988	40.575	341	0,85	
1989	40.686	111	0,27	
1990	40.657	-29	-0,07	
1991	40.309	-348	-0,86	
1992	40.414	105	0,26	
1993	40.787	373	0,92	
1994	41.082	295	0,72	
1995	41.060	-22	-0,05	
1996	40.556	-504	-1,23	
1998	40.390	-166	-0,41	
1999	40.441	51	0,13	
2000	40.658	217	0,54	
2001	40.818	160	0,39	
2002	41.264	446	1,09	
2003	41.758	494	1,20	
2004	41.920	162	0,39	
2005*	43.167	1.247	2,97	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Instituto Nacional de Estadística correspondientes a la población de derecho de los distintos años. El INE no ofrece ningún dato para el año 1997.

\*Nota: El dato de población de 2005 procede de la actualización del Padrón de Habitantes a 2005. Ayuntamiento de Alzira.

Gráfico 3. Evolución de la población de Alzira 1986-2005.  
Crecimiento interanual (%).



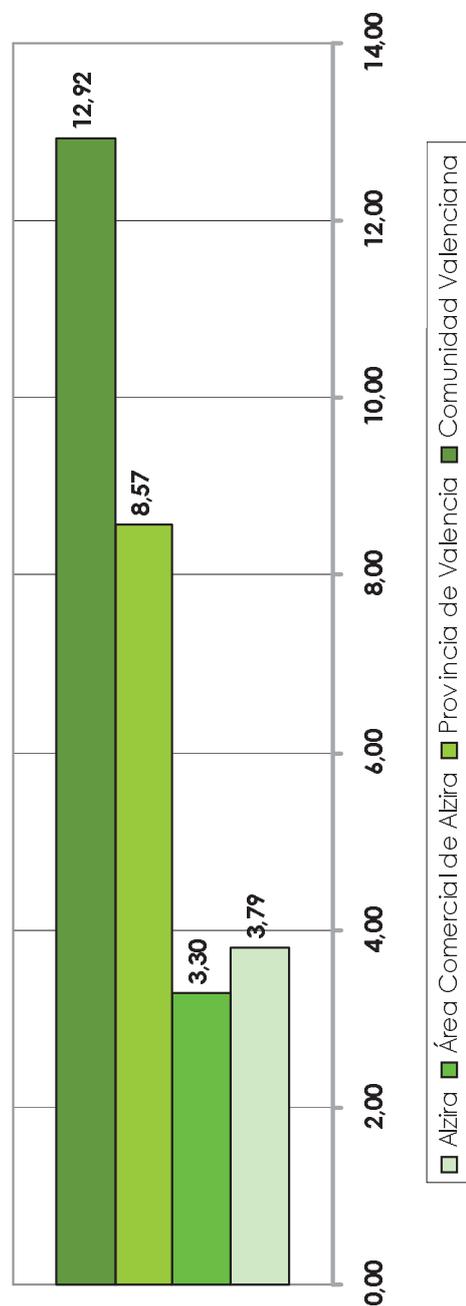
**TABLA 2.4** Evolución de la población. Tabla comparativa 1998-2004.

**ANÁLISIS SOCIODEMOGRÁFICO**

Áreas territoriales	Población 1998	Población 2004	Variación 98-04	
			Absoluta	%
Alzira	40.390	41.920	1.530	3,79
Área Comercial de Alzira	121.321	125.321	4.000	3,30
Provincia de Valencia	2.172.796	2.358.919	186.123	8,57
Comunidad Valenciana	4.023.441	4.543.304	519.863	12,92

Fuente: Padrón de Habitantes de los años correspondientes. Instituto Nacional de Estadística.

**Gráfico 2.4. Evolución comparativa del crecimiento demográfico de Alzira. 1998-2004. (%)**



## CAUSAS DEL CRECIMIENTO DEMOGRÁFICO

En la **TABLA 2.5** se analizan los índices relativos al **Movimiento Natural de la Población**<sup>2</sup> que nos sirven para conocer el porqué del crecimiento demográfico de una determinada área. En la tabla se analizan estos índices para el municipio de Alzira y se comparan con los obtenidos para la capital, Valencia, así como para el conjunto de la provincia de Valencia.

Tabla 2.5

Los datos ponen de manifiesto que Alzira presenta una tasa de natalidad más alta -11,6- que la de la ciudad de Valencia (9,5) así como también que la del conjunto de la provincia de Valencia (9,7). También ocurre lo mismo con la tasa de fecundidad, siendo más elevada las cifras de Alzira que la de la ciudad de Valencia o la media provincial.

Por el contrario, en el caso de la tasa de migración, Alzira presenta una cifra positiva, aunque mucho más baja que el resto: 2,96 para Alzira frente a 17,68 para la ciudad de Valencia o 14,66 para la Comunidad Valenciana.

<sup>2</sup> Los datos relativos al Movimiento Natural de la Población y al Movimiento Migratorio proceden del **Anuario Social de España 2.004**. Fundación La Caixa.

Por *Crecimiento Vegetativo* se entiende la diferencia, en términos absolutos, existente entre el número de nacimientos y defunciones en el año 2.000.

La *Tasa de Natalidad* se refiere al número de nacidos vivos por cada 1.000 habitantes. Los datos municipales de nacidos vivos corresponden al año 2.000 y han sido relativizados por la población del municipio a 2.001.

El *Saldo Migratorio* es el saldo resultante de restar a los dos tipos de inmigración -interior y exterior- la emigración interior. El saldo es positivo cuando la inmigración es superior a la emigración y negativo en caso contrario.

La *Tasa de Migración* es el saldo migratorio relativizado por el total de la población.

**TABLA 2.5**
**Movimiento natural de la población y movimiento migratorio.**
**MOVIMIENTO NATURAL**

Áreas territoriales	Movimiento Natural de la Población				Movimiento migratorio					
	Tasa natalidad	Tasa fecundidad	Tasa mortalidad	Tasa nupcialidad	Crecimiento vegetativo	Inmigración interior	Inmigración exterior	Emigración interior	Saldo migratorio	Tasa de migración
Alzira	11,6	44,1	9,5	5,8	84	650	160	689	121	2,96
Valencia	9,5	36,2	9,4	5,7	63	14.318	16.393	17.509	13.202	17,68
Provincia de Valencia	9,7	37,0	9,0	5,8	1.657	54.722	29.919	51.980	32.661	14,66

Anuario Social de España 2004. Servicio de estudios de La Caixa.

**Tasa de natalidad:** nº nacidos vivos por cada mil habitantes.

**Tasa de fecundidad:** nº nacidos vivos por cada 1.000 mujeres de 15 a 49 años.

**Tasa de mortalidad:** nº fallecidos por cada 1.000 habitantes.

**Tasa de nupcialidad:** nº matrimonios por cada 1.000 habitantes.

**Crecimiento vegetativo:** Diferencia, en términos absolutos, entre el nº de nacimientos y defunciones para un año concreto.

**Inmigración interior:** altas registradas en el Padrón de Habitantes como consecuencia de la llegada de nuevos residentes procedentes de otros municipios de España.

**Inmigración exterior:** bajas en el Padrón de Habitantes como consecuencia de la llegada de nuevos residentes procedentes del extranjero.

**Emigración interior:** saldo resultante de restar a los 2 tipos de inmigración (interior y exterior) la emigración interior.

**Saldo migratorio:** es el saldo migratorio relativizado por el total de población.

En general podemos concluir que en Alzira el crecimiento de la población viene dado por dos motivos: los residentes aumentan porque el crecimiento vegetativo es positivo –nacen más individuos de los que mueren- y porque el saldo migratorio es asimismo positivo, es decir, llegan nuevos residentes procedentes de otros lugares, si bien este otro motivo tiene menor peso que en el caso de otros municipios, cuyo crecimiento demográfico vendría impulsado fundamentalmente por la llegada de nuevos habitantes.

En cualquier caso, ambos fenómenos se presentan en Alzira de una forma muy discreta, lo que explicaría que el crecimiento demográfico sea ligero.

## ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA

De la estructura por edades y sexo –o pirámide de población- de Alzira se deduce que sus residentes conforman **una población moderadamente joven**:

- El 44% de los residentes son menores de 35 años y casi el 70% son menores de 50 años.
- Los grupos de edades más numerosos son los que van desde los 20 hasta los 44 años, mientras la base de la pirámide –población infantil o adolescente- y especialmente la cúspide reflejan porcentajes inferiores.
- El índice de juventud, o proporción de jóvenes menores de 15 años sobre el total de población, es de 14,21 y el índice de vejez, o proporción de los mayores de 65 años sobre el total de población, es de 16,23, por lo que la relación jóvenes sobre ancianos es de 88 jóvenes por cada 100 ancianos.
- La edad media de población son 40 años.

 Tabla 2.6

 Tabla 2.7

 Tabla 2.8

 Grafico 2.5

Como es habitual en el comportamiento demográfico de los municipios españoles, la población de Alzira envejece progresivamente tal y como se muestra en la **TABLA 2.8** en que se comparan los índices calculados en 2.005 con los obtenidos para 1.998. Así podemos destacar que:

 Tabla 2.8

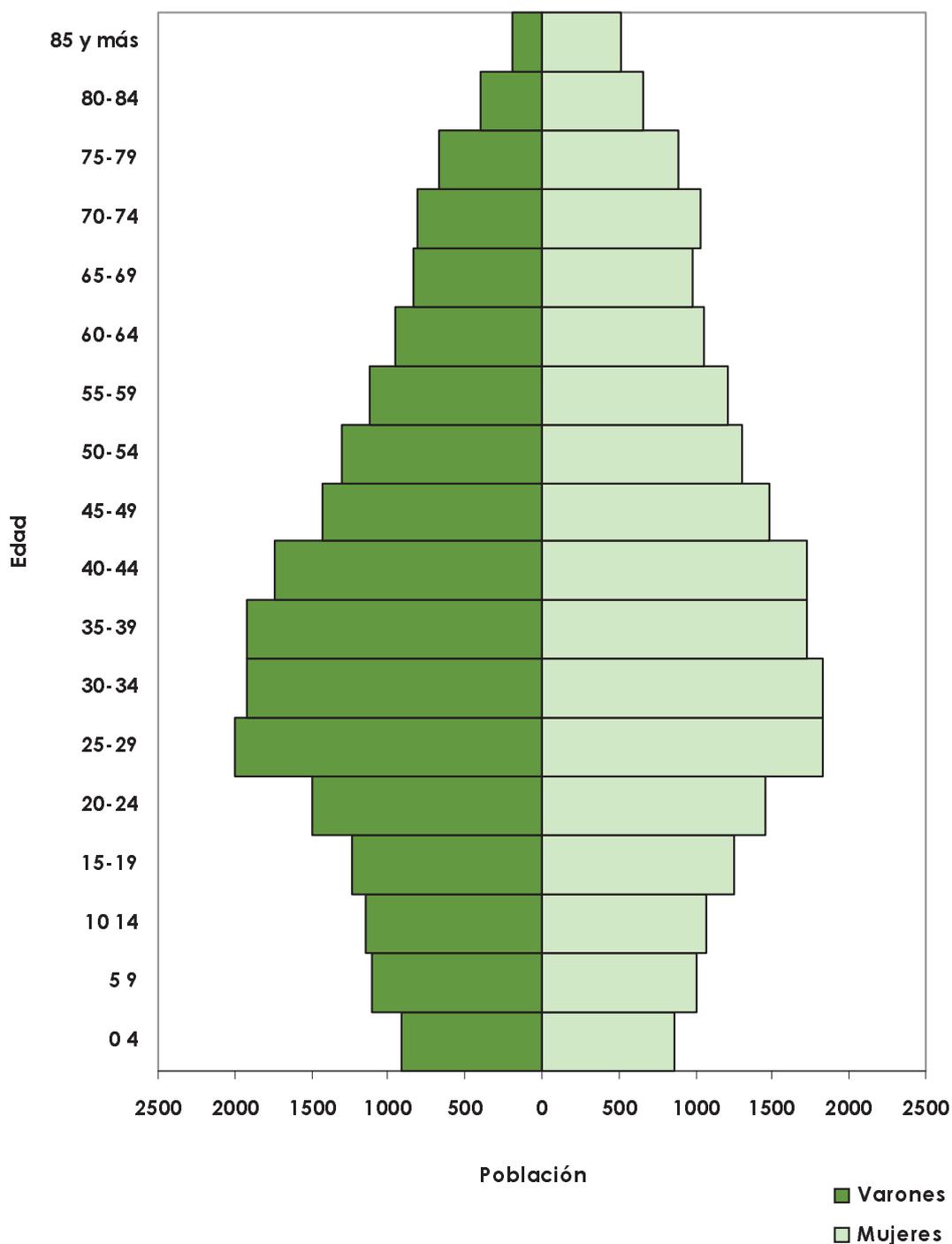
- El índice de juventud ha descendido en 2,4 puntos y el índice de vejez se ha incrementado un punto. Además, el denominado índice de sobreenviejecimiento –que mide la proporción de ancianos mayores de 80 años sobre el total de población- se ha incrementado asimismo en casi un punto.

**TABLA 2.6 Población por edad y sexo. 2005.**
**ESTRUCTURA**

Edad	Varones		Mujeres		Total	
	Absoluta	%	Absoluta	%	Absoluta	%
0-4	917	4,32	869	3,97	1.786	4,14
5-9	1.112	5,24	1.004	4,59	2.116	4,91
10-14	1.153	5,43	1.072	4,90	2.225	5,16
15-19	1.235	5,82	1.244	5,68	2.479	5,75
20-24	1.499	7,06	1.461	6,67	2.960	6,87
25-29	2.002	9,43	1.832	8,37	3.834	8,89
30-34	1.924	9,07	1.833	8,37	3.757	8,71
35-39	1.916	9,03	1.729	7,90	3.645	8,45
40-44	1.736	8,18	1.723	7,87	3.459	8,02
45-49	1.435	6,76	1.481	6,76	2.916	6,76
50-54	1.305	6,15	1.296	5,92	2.601	6,03
55-59	1.123	5,29	1.215	5,55	2.338	5,42
60-64	950	4,48	1.051	4,80	2.001	4,64
65-69	842	3,97	981	4,48	1.823	4,23
70-74	812	3,83	1.034	4,72	1.846	4,28
75-79	665	3,13	894	4,08	1.559	3,62
80-84	397	1,87	660	3,01	1.057	2,45
85 y más	198	0,93	516	2,36	714	1,66
<b>Total</b>	<b>21.221</b>	<b>100,00</b>	<b>21.895</b>	<b>100,00</b>	<b>43.116</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Padrón de Habitantes actualizados a 2005. Ayuntamiento de Alzira.

Gráfico 2.5. Pirámide de población. Alzira 2005.





**TABLA 2.7 Población por grupos de edad. 2005.**

**ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA**

Edad	Varones		Mujeres		Total	
	Absoluta	%	Absoluta	%	Absoluta	%
Menos de 15	3.182	14,99	2.945	13,45	6.127	14,21
Entre 15 y 24	2.734	12,88	2.705	12,35	5.439	12,61
Entre 25 y 34	3.926	18,50	3.665	16,74	7.591	17,61
Entre 35 y 49	5.087	23,97	4.933	22,53	10.020	23,24
Entre 50 y 64	3.378	15,92	3.562	16,27	6.940	16,10
65 y más	2.914	13,73	4.085	18,66	6.999	16,23
<b>Total</b>	<b>21.221</b>	<b>100,00</b>	<b>21.895</b>	<b>100,00</b>	<b>43.116</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón Municipal de Habitantes actualizado a 2005. Ayuntamiento de Alzira.

**TABLA 2.8** Índices de la estructura de edad y sexo. Comparativa 1998-2005.

**ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA**

Índices	2.005	1.998
Índice de tendencia	84,40	84,76
Índice de juventud	14,21	16,61
Índice de vejez	16,23	15,18
Índice de sobrevejecimiento	4,11	3,15
Relación jóvenes/ancianos	87,54	109,46
Tasa de dependencia	43,77	46,61
Edad media	40	38

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Padrón Municipal de Habitantes a 2005 y 1998. Ayuntamiento de Alzira e Instituto Nacional de Estadística.

**Índice de tendencia:** Proporción que representan los individuos de 0 a 4 años sobre los de 5 a 9.

**Índice de juventud:** Proporción que representan los menores de 15 años sobre el total de población.

**Índice de vejez:** Proporción que representan los mayores de 65 años sobre el total de población.

**Índice de sobrevejecimiento:** Proporción que representan los mayores de 80 años sobre el total de población.

**Tasa de dependencia:** Proporción que representan los menores de 15 años y los mayores de 65 años sobre la población de 16 a 64 años.

**Relación de jóvenes/ancianos:** proporción que representan los menores de 15 años sobre los mayores de 65.

- De 109 jóvenes por cada 100 ancianos se ha pasado a 88 por cada 100.
- La edad media de los residentes se ha incrementado de 38 a 40 años.

Incluso el *Índice de tendencia*, que mide la proporción que representan los individuos de 0 a 4 años sobre los de 5 a 9 y expresa precisamente la tendencia al mantenimiento, o no, de los efectivos infantiles en el municipio, se ha reducido ligeramente. Este dato apuntaría que esta tendencia al envejecimiento progresivo de la población se mantendrá en los próximos años, ya que está descendiendo el número de nacimientos.

De la comparación de los índices relativos al stock poblacional de Alzira<sup>3</sup> con los de otras áreas territoriales, podemos afirmar que **su estructura demográfica es muy similar al del resto de áreas comparadas**, si bien es ligeramente más joven en el caso de Alzira.

<sup>3</sup> Nota: para poder realizar la comparación con otros municipios y áreas territoriales se han utilizado los índices correspondientes a 2004, puesto que no está disponible el dato de 2005 para el área comercial, la provincia o la comunidad valenciana.

**TABLA 2.9 Comparativa de los índices de la estructura de edad y sexo. 2004.**
**ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA**

Índices	Alzira	Área Comercial de Alzira	Provincia de Valencia	Comunidad Valenciana
Índice de tendencia	105,99	99,30	103,13	101,39
Índice de juventud	15,37	15,22	14,07	14,38
Índice de vejez	15,82	17,06	16,23	16,30
Índice de sobreenviejamiento	3,57	3,98	3,86	3,80
Relación jóvenes/ancianos	97,17	89,23	86,72	88,18
Tasa de dependencia	45,34	47,67	43,47	44,26
Edad media	39	39	40	40

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 1/01/04. Instituto Nacional de Estadística.

**Índice de tendencia:** Proporción que representan los individuos de 0 a 4 años sobre los de 5 a 9.

**Índice de juventud:** Proporción que representan los menores de 15 años sobre el total de población.

**Índice de vejez:** Proporción que representan los mayores de 65 años sobre el total de población.

**Índice de sobreenviejamiento:** Proporción que representan los mayores de 80 años sobre el total de población.

**Tasa de dependencia:** Proporción que representan los menores de 15 años y los mayores de 65 años sobre la población de 16 a 64 años.

**Relación de jóvenes/ancianos:** proporción que representan los menores de 15 años sobre los mayores de 65.

## ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA FAMILIAR

### TAMAÑO Y COMPOSICIÓN DE LOS HOGARES

#### 2.5.1

El Censo de Población y Vivienda de 2.001 (Instituto Nacional de Estadística) ha contabilizado **13.912 núcleos familiares** en Alzira con un tamaño medio de **2,84 miembros por hogar**, algo superior al tamaño medio familiar obtenido tanto para la provincia de Valencia o la Comunidad Valenciana, que alcanza en ambos casos la cifra de 2,77 miembros por hogar.

 Tabla 2.10

 Grafico 2.6

Algo más del 26% de los hogares **están formados por dos miembros**, el 23% se compone de 3 miembros y el 23,15% por 4 miembros. El porcentaje de hogares unipersonales se sitúa en un 18,08%, siendo inferior al que se obtiene para el conjunto de la provincia de Valencia o la Comunidad Valenciana (casi un 21%). Los hogares formados por 5 o más miembros representan en su conjunto alrededor del 10% del total de hogares de Alzira.

En cuanto a la composición de los hogares atendiendo, además de al número de miembros, a otros aspectos como la edad y el sexo, en Alzira **destacan especialmente los hogares formados por dos adultos sin menores y dos adultos y uno o dos menores**.

En torno al 8% de los hogares son unipersonales integrados por hombres o mujeres de entre 16 y 64 años. Destaca asimismo que **hay casi 1.500 hogares (8% del total) formados por ancianos que viven solos, de los cuales el 81% los constituyen mujeres solas**.

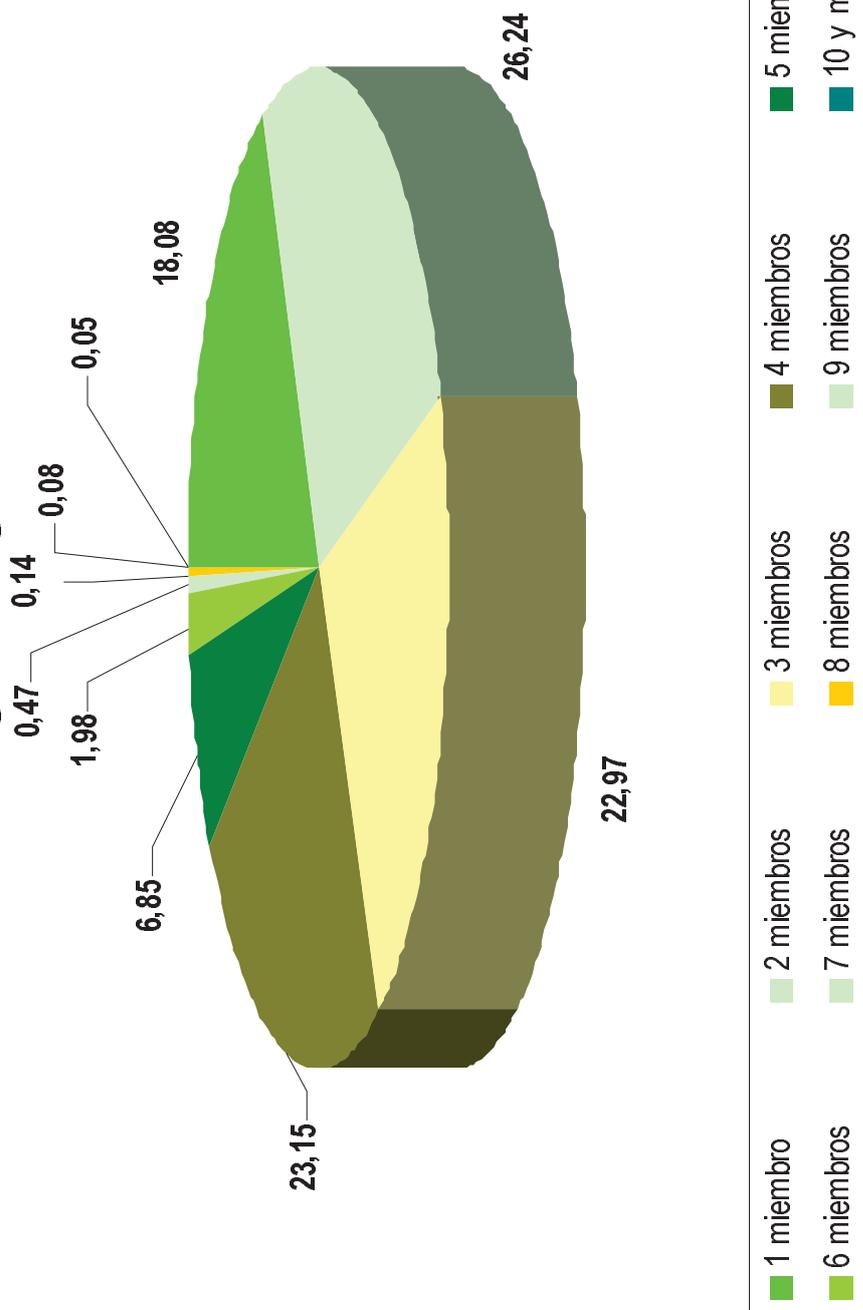
 Tabla 2.11

**TABLA 2.10 Hogares según número de miembros. 2001.**
**HOGARES**

Miembros	Alzira		Provincia Valencia		Comunidad Valenciana	
	Número	%	Número	%	Número	%
1 miembro	2.515	18,08	165.171	20,77	312.566	20,94
2 miembros	3.650	26,24	206.686	26,00	396.135	26,54
3 miembros	3.196	22,97	175.614	22,09	317.805	21,29
4 miembros	3.220	23,15	172.982	21,76	319.738	21,42
5 miembros	953	6,85	52.474	6,60	101.066	6,77
6 miembros	275	1,98	15.151	1,91	30.134	2,02
7 miembros	65	0,47	4.006	0,50	8.688	0,58
8 miembros	20	0,14	1.540	0,19	3.506	0,23
9 miembros	11	0,08	679	0,09	1.503	0,10
10 y más miembros	7	0,05	772	0,10	1.651	0,11
<b>TOTAL</b>	<b>13.912</b>	<b>100,00</b>	<b>795.075</b>	<b>100,00</b>	<b>1.492.792</b>	<b>100,00</b>
<b>TAMAÑO MEDIO FAMILIAR</b>	<b>2,84</b>		<b>2,77</b>		<b>2,77</b>	

Censo de Población y Vivienda 2001. Instituto Nacional de Estadística.

Gráfico 2.6. Hogares según n° de miembros.



**TABLA 2.11**
**Estructura de los hogares. 2001.**
**HOGARES**

Miembros	Número	%
Una mujer de 16 a 64 años	453	3,26
Un hombre de 16 a 64 años	647	4,65
Una mujer de 65 o más años	1.149	8,26
Un hombre de 65 o más años	266	1,91
Una mujer adulta con uno o más menores	216	1,55
Un hombre adulto con uno o más menores	48	0,35
Dos adultos de 16 a 64 años, sin menores	1.759	12,64
Dos adultos, uno al menos de 65 años o más, sin menores	1.730	12,44
Dos adultos y un menor	1.414	10,16
Dos adultos y dos menores	1.307	9,39
Dos adultos y tres o más menores	182	1,31
Dos adultos de 35 años o más, uno de 16 a 34 años, sin menores	1.246	8,96
Dos adultos de 35 años o más, uno de 16 a 34 años y un menor	655	4,71
Dos adultos de 35 años o más, uno de 16 a 34 años y dos o más menores	129	0,93
Otro hogar de tres adultos, con o sin menores	604	4,34
Dos adultos de 35 años o más, dos de 16 a 34 años, sin menores	978	7,03
Dos adultos de 35 años o más, dos de 16 a 34 años y un menor	209	1,50
Dos adultos de 35 años o más, dos de 16 a 34 años y dos o más menores	45	0,32
Otro hogar de cuatro adultos, con o sin menores	290	2,08
Cinco o más adultos, con o sin menores	585	4,21
<b>TOTAL</b>	<b>13.912</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo de Población y Vivienda de 2001. Instituto Nacional de Estadística.

Otro de los aspectos que permite caracterizar a los hogares es el estado civil de sus miembros. En este sentido, podemos apuntar que alrededor del 60% de los habitantes de Alzira mayores de 16 años están casados y el 28% de esta población permanece soltera.

## CARACTERÍSTICAS DE LAS VIVIENDAS

### 2.5.2

De las **18.250 viviendas** censadas en el municipio, **el 76,23%** corresponde a **hogares principales**. Algo menos del 5% de las viviendas son secundarias y casi un 19% corresponde a viviendas vacías.

**Prácticamente la totalidad de las viviendas principales se tienen en régimen de propiedad** (91%) y es muy poco representativo el porcentaje de viviendas alquiladas, que no alcanza el 5%.

En cuanto a su superficie media, las viviendas principales censadas en Alzira tienen un tamaño medio a medio-grande ya que el 56% tiene una superficie superior a los 91 m<sup>2</sup>.

Tabla 2.12

Gráfico 2.7

Tabla 2.13

Gráfico 2.8

Tabla 2.14

Tabla 2.15

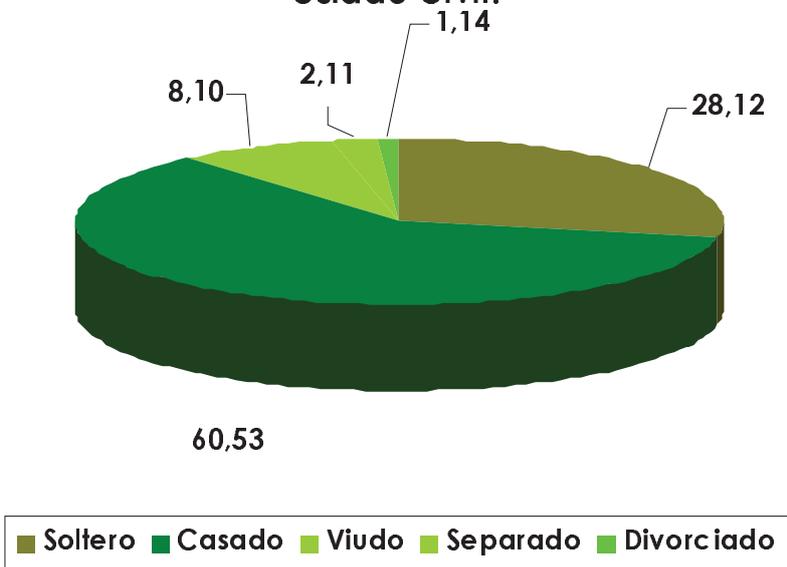
**TABLA 2.12** Población mayor de 16 años según estado civil. 2001.

**HOGARES**

Estado Civil	Nº	%
Soltero	9.186	28,12
Casado	19.774	60,53
Viudo	2.645	8,10
Separado	689	2,11
Divorciado	374	1,14
	<b>32.668</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Censo de Población y Vivienda 2.001. Instituto Nacional de Estadística.

**Gráfico 2.7. Población mayor de 16 años según estado civil.**

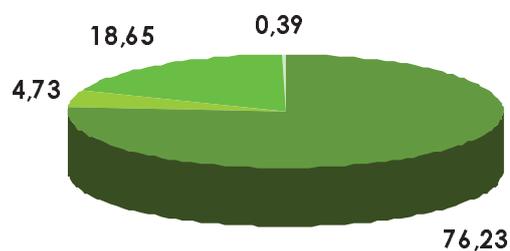


**TABLA 2.13** Tipo de viviendas familiares. 2001.

HOGARES		
Tipo	Número	%
Viviendas principales	13.912	76,23
Viviendas secundarias	863	4,73
Viviendas vacías	3.403	18,65
Otro tipo de viviendas	72	0,39
<b>Total</b>	<b>18.250</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo de Población y Vivienda de 2.001. Instituto Nacional de Estadística.

**Gráfico 2.8. Tipo de viviendas familiares.**



**TABLA 2.14 Régimen de tenencia de las viviendas principales. 2001.**

<b>HOGARES</b>		
<b>Régimen de tenencia</b>	<b>Número</b>	<b>%</b>
En propiedad totalmente pagada	8.968	64,46
En propiedad con pagos pendientes	2.829	20,33
En propiedad por herencia/donación	854	6,14
En alquiler	621	4,46
Cedida	304	2,19
Otra forma	336	2,42
<b>Total</b>	<b>13.912</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo de Población y Vivienda de 2.001. Instituto Nacional de Estadística.

**TABLA 2.15 Superficie de las viviendas principales. 2001.**

**HOGARES**

Superficie	Número	%
Hasta 45 m <sup>2</sup>	96	0,69
Entre 46 y 75 m <sup>2</sup>	1.036	7,45
Entre 76 y 90 m <sup>2</sup>	5.035	36,19
Entre 91 y 120 m <sup>2</sup>	5.226	37,56
Entre 121 y 180 m <sup>2</sup>	2.188	15,73
Más de 180 m <sup>2</sup>	331	2,38
<b>Total</b>	<b>13.912</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo de Población y Vivienda de 2001. Instituto Nacional de Estadística.

## CARACTERIZACIÓN DE LOS RESIDENTES DE ALZIRA

### POBLACIÓN SEGÚN LUGAR DE PROCEDENCIA

#### 2.6.1

Según los datos del Padrón Municipal de Habitantes de Alzira (2.005), **el 60,29% de los residentes ha nacido en el propio municipio**, aunque destaca que el 22,25% procede de otros municipios de la provincia de Valencia y el 11,37% de otras comunidades autónomas, sobre todo de Castilla-La Mancha (32,67%), Andalucía (19,37%), Cataluña (11,22%) y Madrid (9%).

Casi un 5% de los residentes censados ha nacido en el extranjero, mayoritariamente en países de la Unión Europea (63,59%). Podemos destacar asimismo que el 13,59% de los residentes nacidos en el extranjero proceden de países de la Europa del Este, un 11,65% de países de América Central o del Sur y 8,27% del Magreb.

 Tabla 2.16

 Tabla 2.17

 Tabla 2.18

 Grafico 2.9

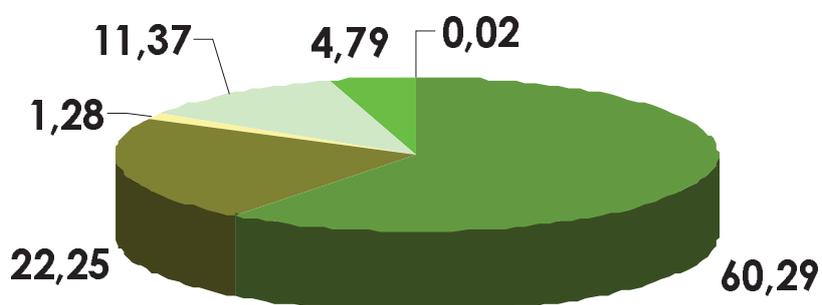
**TABLA 2.16 Lugar de procedencia. 2005.**

**ESTRUCTURA SOCIAL**

Procedencia	Número	%
Mismo municipio	26.025	60,29
Otro municipio de la provincia	9.606	22,25
Otra provincia de la Comunidad Valenciana	551	1,28
Otra Comunidad Autónoma	4.910	11,37
Extranjero	2.068	4,79
Desconocido	7	0,02
<b>Total</b>	<b>43.167</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón Municipal de Habitantes actualizado a 2005. Ayuntamiento de Alzira.

Gráfico 9. Población según lugar de procedencia.



- Mismo municipio
- Otro municipio de la provincia
- Otra provincia de la Comunidad Valenciana
- Otra Comunidad Autónoma
- Extranjero
- Desconocido

**TABLA 2.17**
**Población procedente de otras Comunidades  
Autónomas.2005.**
**ESTRUCTURA SOCIAL**

Lugar de nacimiento	Número	%
Andalucía	951	19,37
Aragón	214	4,36
Asturias	28	0,57
Baleares, Illes	237	4,83
Canarias	139	2,83
Cantabria	9	0,18
Castilla y Leon	211	4,30
Castilla-La Mancha	1.604	32,67
Cataluña	551	11,22
Extremadura	119	2,42
Galicia	78	1,59
Madrid	444	9,04
Murcia	223	4,54
Navarra	18	0,37
País Vasco	44	0,90
La Rioja	12	0,24
Ceuta	8	0,16
Melilla	20	0,41
<b>Total</b>	<b>4.910</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón Municipal de Habitantes actualizado a 2005.  
Ayuntamiento de Alzira.

**TABLA 2.18 Extranjeros según país de nacimiento. 2005.**

<b>ESTRUCTURA SOCIAL</b>		
<b>Nacionalidad</b>	<b>Número</b>	<b>%</b>
Países de la UE	1.315	63,59
Países del resto de Europa	281	13,59
Países del Magreb	171	8,27
Países de África Subsahariana	7	0,34
Países de América Central y Sur	31	1,50
Países de América del Sur	241	11,65
Países asiáticos	22	1,06
<b>Total</b>	<b>2.068</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Padrón Municipal de Habitantes actualizado a 2005. Ayuntamiento de Alzira.

## POBLACIÓN POR NIVEL DE ESTUDIOS

### 2.6.2

Los datos expuestos en la **TABLA 2.19** (Padrón Municipal de Habitantes de Alzira, 2005) nos permiten caracterizar a los residentes de Alzira mayores de 16 años en función de sus niveles educativos.

Tabla 2.19

En este sentido, el 28,9% no posee titulación académica de ningún tipo (el 25,7% no posee estudios y hay un 3,15% de población que se considera analfabeta).

Algo más de la mitad de los residentes de Alzira mayores de 16 años tienen el graduado escolar o bien estudios primarios y en torno a un 12% de los residentes cuenta con algún tipo de estudios de carácter secundario (BUP, FP, etc.). Los titulados universitarios alcanzan el 5%.

En este sentido, podemos apuntar que en general la población cuenta con un nivel educativo medio-bajo.

**TABLA 2.19** Población mayor de 16 años según nivel de estudios. 2005.

**ESTRUCTURA SOCIAL**

Nivel de estudios	Número	%
Analfabetos	1.359	3,15
Sin estudios	11.096	25,70
Estudios primarios	15.295	35,43
Graduado escolar	7.888	18,27
Bachiller Superior	2.876	6,66
FP Grado Medio	1.386	3,21
FP Grado Superior	831	1,93
Otros títulos medios	178	0,41
Diplomatura	1.217	2,82
Licenciatura	1.030	2,39
Doctorado	11	0,03
<b>Total</b>	<b>43.167</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Padrón Municipal de Habitantes actualizado a 2005. Ayuntamiento de Alzira.

## POBLACIÓN VINCULADA A ALZIRA

Con el término «población vinculada», el Instituto Nacional de Estadística recoge, en el Censo de Población y Vivienda de 2.001, a aquellas personas que tienen algún tipo de relación habitual con un determinado municipio, ya sea porque residen, porque trabajan o estudian allí, o porque disponen de una segunda vivienda en la que suelen pasar ciertos períodos de tiempo (veraneos, puentes, fines de semana, etc.) y viene a sustituir a otros conceptos empleados con anterioridad como el de «transeúnte» o «población de hecho».

Se trata de aproximarse de una forma más acertada a la población «real» que ha de atender un municipio, que en muchos casos no equivale a la población estrictamente censada en éste.

En la **TABLA 2.20** se recogen los datos referidos a Alzira, que acoge a **7.259 personas vinculadas al municipio** mayoritariamente porque acuden a trabajar a este municipio (70,59%). En menor medida son causas de vinculación a Alzira la posesión de una segunda vivienda (23,13%) o la realización de estudios (6,28%).

 Tabla 2.20

Esta población vinculada a Alzira **constituye casi un 18% más de residentes** –al margen de los ya censados- a los que se ha de prestar algún tipo de servicios el municipio.

**TABLA 2.20 Población vinculada a Alzira. 2001.**
**ESTRUCTURA SOCIAL**

Población residente	Número	%
Sólo reside	24.230	61,08
Reside y trabaja en Alzira	11.254	28,37
Reside y estudia en Alzira	1.183	2,98
Reside y tiene 2ª vivienda en Alzira	3.001	7,57
<b>TOTAL población residente</b>	<b>39.668</b>	<b>100,00</b>

Población vinculada no residente	Número	%
Porque trabaja en Alzira	5.124	70,59
Porque estudia en Alzira	456	6,28
Porque tiene 2ª residencia en Alzira	1.679	23,13
<b>TOTAL población vinculada no residente</b>	<b>7.259</b>	<b>100,00</b>

<b>Total población vinculada a Alzira</b>	<b>46.927</b>
<b>Tasa vinculación</b>	<b>118,3</b>

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Censo de Población y Vivienda de 2.001. Instituto Nacional de Estadística.

**Nota:** la población vinculada hace referencia a las personas que tienen algún tipo de relación habitual con el municipio en cuestión, ya sea porque residen, porque trabajan o estudian allí, o porque disponen de una segunda vivienda en la que suelen pasar ciertos periodos de tiempo (veraneos, puentes, fines de semana, etc.). No se consideran vinculadas las personas que, residiendo temporalmente, no trabajan, ni estudian, ni disponen de una segunda vivienda en el municipio. Sustituye al concepto de transeúnte y de población de hecho y permite una mejor aproximación a la carga real de población que cada municipio ha de soportar.

## ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA DE ALZIRA

En este capítulo se analiza la estructura del sector económico de Alzira con el fin de conocer las actividades productivas más representativas. Para el análisis de la estructura productiva de Alzira se ha utilizado el *Registro de Impuesto de Actividades Económicas (IAE<sup>1</sup>)*, que permite clasificar las actividades en diferentes sectores – ganadería, industria, construcción y servicios-.

Las actividades del sector terciario se analizan más detalladamente desagregándose en:

- Comercio: integrado por el comercio mayorista y minorista.
- Restauración y ocio: engloba las actividades realizadas en bares, restaurantes, locales de ocio, hoteles, etc.
- Entidades financieras y aseguradoras: en este grupo se incluyen los bancos y cajas de ahorro, las entidades de crédito, los intermediarios financieros y las compañías aseguradoras.
- Reparaciones: formado por aquellas actividades destinadas a la reparación de maquinarias u otros objetos.
- Otros servicios: al que pertenecen actividades prestadas a empresas, los servicios profesionales o educación, entre otras.

<sup>1</sup> Ayuntamiento de Alzira, 2005.

TABLA 3.1 Estructura de la actividad productiva de Alzira		
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	NÚMERO	%
Ganadería	22	0,82
Industria	263	9,75
Construcción	398	14,75
Servicios	2.015	74,68
<b>TOTAL</b>	<b>2.698</b>	<b>100</b>

Elaboración propia a partir del Registro del Impuesto de Actividades Económicas (IAE). Ayuntamiento de Alzira, 2005.

En la **Tabla 3.1**, se presenta la estructura productiva del municipio. Según esta información se observa que la economía de Alzira se encuentra terciarizada, terciarizada, signo de una economía desarrollada. El sector servicios concentra el 75% del total de actividades de Alzira, concretamente 2.015 actividades. Por su parte, las actividades empresariales de ganadería, industria y construcción suponen 683 actividades de las 2.698 actividades censadas en el municipio.

Tabla 3.1

## EL SECTOR TERCIARIO

### 3.1.1

#### Comercio

Analizando más pormenorizadamente el sector terciario, se observa que las actividades dedicadas al comercio suponen el 50% de los servicios, reflejando la importancia de éstas en el municipio. Así Otros servicios (22,7%), restauración y ocio (12,6%) y entidades financieras y aseguradoras (7,1%), componen el resto de actividades respectivamente.

Tabla 3.2

Grafico 3.1

El número de empresas dedicadas al comercio mayorista alcanzan la cifra de 210. Del total de actividades mayoristas registradas, 53 se dedican a la comercialización de frutas y verduras (25,2%). Este hecho corrobora que la agricultura tiene todavía un peso de consideración en la economía en Alzira y en la Ribera Alta<sup>2</sup>.

Tabla 3.3

En cuanto a la actividad minorista (794 actividades), se observa que la venta de bienes diarios es la más numerosa, con un total de 309 actividades comerciales (38,9).

Tabla 3.4

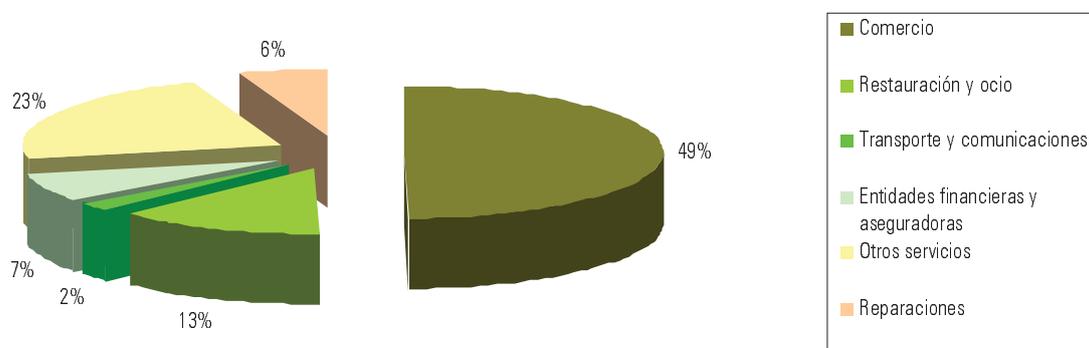
Grafico 3.2

<sup>2</sup> Plan Director Comercial de la Ribera Alta, Julio 2001. Oficina PATECO.

Estructura de la actividad del sector terciario de Alzira.		
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	NÚMERO	%
Comercio	1.004	49,8
Restauración y ocio	254	12,6
Transporte y comunicaciones	44	2,2
Entidades financieras y aseguradoras	144	7,1
Otros servicios	458	22,7
Reparaciones	111	5,5
<b>TOTAL</b>	<b>2.015</b>	<b>100</b>

Elaboración propia a partir del Registro del Impuesto de Actividades Económicas (IAE). Ayuntamiento de Alzira, 2005.

Gráfico 3.1.- Actividades del sector terciario en Alzira.



**TABLA 3.3**
**Actividades de Comercio Mayorista en Alzira.**

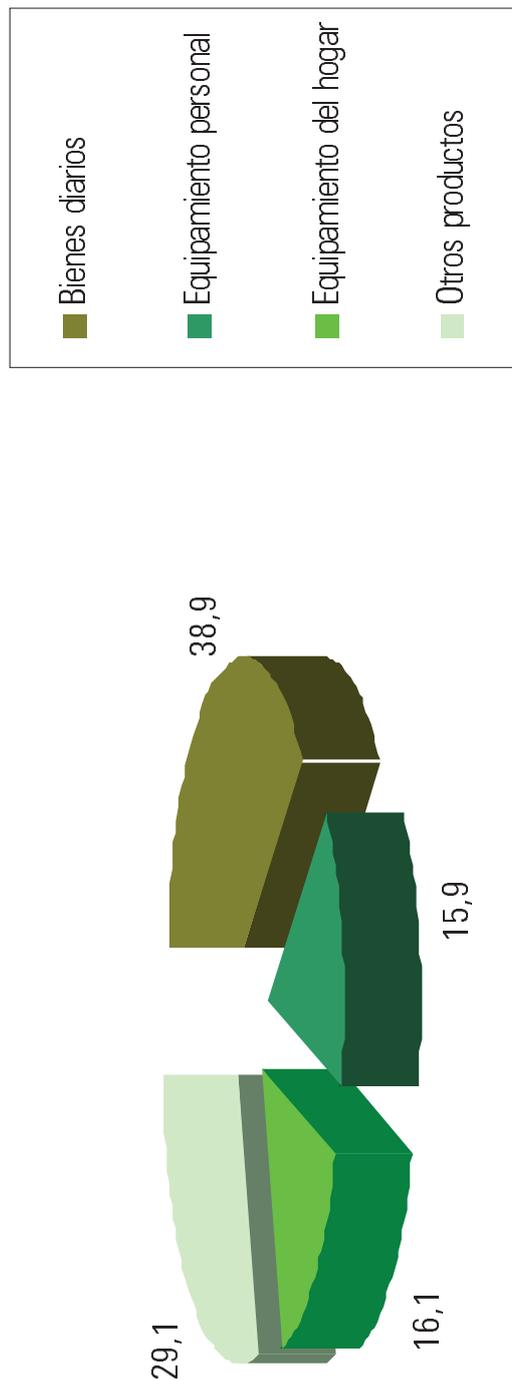
COMERCIO MAYORISTA	NÚMERO	%
COM.MAY.TODA CLASE DE MERCANCIAS	1	0,48
COM.MAY.CHATARRA Y METALES	3	1,43
COM.MAY.PTOS.ALIMENTIC.BEBIDAS Y TABACOS	5	2,4
COM.MAY.CEREALES,PLANTAS,ABONOS,ANIMALES	5	2,4
COM.MAY.FRUTAS Y VERDURAS	53	25,2
COM.MAY. CARNES,HUEVOS,AVES Y CAZA	2	1,0
COM.MAYORISTA LECHE, PTOS LACTEOS, MIEL	1	0,5
COM.MAY.BEBIDAS Y TABACO	2	1,0
COM.MAY.VINOS Y VINAGRES	1	0,5
COM.MAY.OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, HELADOS, ETC.	15	7,1
COM.MAY.PTOS.TEXTILES, CONFEC Y CALZADO	2	1,0
COM.MAY.PRENDAS EXTERIORES VESTIR	3	1,4
COM.MAY.CALZADO, PELETERIA, MARROQUERIA	2	1,0
COM.MAY.CAMISERIA, LENCERIA Y MERCERIA	1	0,5
COM.MAY.PTOS.PERFUMERIA,DROGUERIA	13	6,2
COM.MAY.PTOS FARMACEUTICOS	1	0,5
COM.MAY.VEHICULOS Y SUS ACCESORIOS	16	7,6
COM.MAY. DE MUEBLES	2	1,0
COM. MAY. APARATOS ELECTRODOMESTICOS	1	0,5
COM.MAY.APARATOS Y MAT. ELECTRÓNICOS	7	3,3
COM.MAY.OTROS ART.CONSUMO DURADERO	1	0,5
COM.MAY.HIERRO Y ACERO	1	0,5
COM.MAY.FIBRAS TEXTILES BRUTAS	1	0,5
COM.MAY. MADERA Y CORCHO	5	2,4
COM.MAY. MATERIALES CONSTRUCCION	8	3,8
COM.MAY. MAQUINARIA PARA MADERA Y METAL	2	1,0
COM.MAY. MAQUINAS Y MATERIAL DE OFICINA	5	2,4
COM.MAY.INTERINDUSTRIAL EXCEP. QUIMICA	5	2,4
COM.MAY. JUGUETES Y ARTICULOS DEPORTE	2	1,0
COM.MAY.INTRUMENTOS MEDICOS	2	1,0
COM.MAY.METALES PRECIOSOS	1	0,5
COM.MAY. PTOS PAPEL Y CARTON	4	1,9
COM.MAY. OTROS PRODUCTOS	1	0,5
RECUPERACION Y COM.RESIDUOS SIN ESTABL.	1	0,5
INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO	26	12,4
COM.MAY. OTROS PRODUCTOS DE RECUPERACIÓN	9	4,3
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100</b>

Elaboración propia a partir del Registro del Impuesto de Actividades Económicas (IAE). Ayuntamiento de Alzira, 2005.

<b>TABLA 3.4 Actividades de Comercio Minorista de Alzira.</b>		
<b>ACTIVIDADES PRODUCTIVAS</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>%</b>
COM.MEN.FRUTAS Y VERDURAS	16	2,0
COM.MEN. DE CARNE Y PTOS.DERIVADOS	30	3,8
COM. MEN.PESCADOS	7	0,9
COM.MEN.PAN, PASTELES, CONFITERIA, LACTEOS	54	6,8
COM.MEN.HELADOS	1	0,1
COM.MEN.MASAS FRITAS	10	1,3
COM.MEN.VINOS Y BEBIDAS	1	0,1
COM.MEN.DE LABORES DE TABACO Y ARTICULOS DE FUMADOR	52	6,5
COM.MEN.PTOS ALIMENTICIOS Y BEBIDAS	37	4,7
COM.MEN.PTOS.ALIMENTICIOS MENOS 120	4	0,5
COM.MEN.PTOS ALIMENTICIOS SUP. 120 - 339 m <sup>2</sup>	3	0,4
COM.MEN. PTOS.ALIMENTICIOS SUP.400 m <sup>2</sup>	5	0,6
PTOS.ALIMENTICIOS Y BEBIDAS MAQUINAS	5	0,6
FARMACIAS	14	1,8
COM.MEN.PTOS.DROGUERIA Y PERFUMERIA	21	2,6
COM.MEN.PTOS.PERFUMERIA Y COSMETICA	10	1,3
COM.MEN.PLANTAS Y HIERBAS, HERBORISTERIAS	8	1,0
COM.MIXTO E INTEGRADO AL POR MENOR	27	3,4
COM.MEN.PTOS.ALIMENTICIOS SIN ESTABLECIMIENTO	4	0,5
<b>BIENES DIARIOS</b>	<b>309</b>	<b>38,9</b>
COM.MEN.PRENDAS DE VESTIR Y TOCADO	85	10,7
COM.MEN.LENCERIA Y CORSETERIA	7	0,9
CON.MEN.MERCERIA Y PAQUETERIA	7	0,9
COM.MEN.PRENDAS ESPECIALES	1	0,1
COM.MEN. CALZADO Y COMPLEMENTOS	23	2,9
COM.MEN.CONFECCIONES DE PELETERIA	1	0,1
COM.MEN.TEXTILES Y CONFECCION SIN ESTABLECIMIENTO	1	0,1
COM.MEN.CALZADO SIN ESTABLECIMIENTOS	1	0,1
<b>EQUIPAMIENTO PERSONAL</b>	<b>126</b>	<b>15,9</b>
COM.MEN.MUEBLES (EXCEPTO OFICINA)	24	3,0
COM.MEN.APARATOS DE USO DOMESTICO	44	5,5
COM.MEN.ART.MENAJE,FERRETERIA,ADORNOS	23	2,9
COM.MEN.MATERIALES DE CONSTRUCCION	13	1,6
COM.MEN.PUERTAS, PERSIANAS Y VENTANAS	5	0,6
COM.MEN.ART.HOGAR NCOP	3	0,4
COM.MEN.PTOS.TEXTILES PARA EL HOGAR	16	2,0
<b>EQUIPAMIENTO DEL HOGAR</b>	<b>128</b>	<b>16,1</b>
COM.MEN.VEHICULOS TERRESTRES	30	3,8
COM.MEN.ACCESORIOS Y RECAMBIOS	5	0,6
COM.MEN.DE TODA CLASE DE MAQUINARIA	12	1,5
COM.MEN.CUBIERTAS, BANDAS Y CAMARAS	5	0,6
COM.MEN.GASES COMBUSTIBLES	2	0,3
COM.MEN.CARBURANTES Y ACEITES VEHICULOS	14	1,8
VEHICULOS DIVERSOS Y ACCESORIOS	68	8,6
COM.MEN. DE BIENES USADOS	3	0,4
COM.MEN.. INSTRUMENTOS MUSICA	2	0,3
COM.MEN.SELLOS, MONEDAS, MEDALLAS	1	0,1
COM.MEN.MUEBLES Y MAQUINAS DE OFICINA	28	3,5
COM.MEN.APARATOS MEDICOS, ORTOPEDIA	21	2,6
COM.MEN.LIBROS,PERIODICOS,REVISTAS.	36	4,5
COM.MEN.ART.JOYERIA, RELOJERIA, BISUTERIA	23	2,9
COM.MEN.JUGUETES,ART.DEPORTE,ARMAS...	19	2,4
COM.MEN.SEMILLAS, ABONOS, FLORES	20	2,5
COM.MEN.'SEX-SHOP'	1	0,1
COM.MEN.OTROS PTOS NCOP	4	0,5
OTRO COMERCIO AL POR MENOR OCIO Y CULTURA	158	19,9
COM.MEN EN HIPERMERCADOS	1	0,1
COM.MEN.ALMACENES POPULARES	3	0,4
COM.MIXTO EN GRANDES SUPERFICIES	4	0,5
COM.MEN.EN ECONOMATOS Y COOP.	1	0,1
COM.MIXTO O INTEGRADO AL POR MENOR	1	0,1
		0,0
<b>OTROS PRODUCTOS</b>	<b>231</b>	<b>29,1</b>
<b>TOTALES</b>	<b>794</b>	<b>100</b>

Elaboración propia a partir del Registro del Impuesto de Actividades Económicas (IAE). Ayuntamiento de Alzira, 2005.

Gráfico 3.2.- Actividades de minoristas de Alzira.



Elaboración propia a partir del Registro del Impuesto de Actividades Económicas (IAE).  
 Ayuntamiento de Alzira, 2005.

La categoría de otros productos cuenta con 231 actividades (29,1% de las actividades minoristas), destacando dentro de este grupo los negocios dedicados al comercio al por menor de ocio y cultura, que cuenta con 158 actividades.

### **Otras actividades del sector terciario**

El resto de empresas del sector servicios localizados en Alzira cuenta con 1.011 actividades. Son representativas dentro de este grupo las actividades dedicadas a otros servicios (servicios a empresas, alquileres, sanidad) con 458 actividades.

Asimismo, en la categoría de restauración y ocio (254 actividades) son relevantes las actividades de otros cafés y bares (165 actividades). En la categoría de entidades financieras y aseguradoras (144 actividades) son relevantes las actividades dedicadas a la promoción de viviendas (78 actividades).

## EL EMPLEO

Para analizar el empleo en el municipio se parte de la siguiente información secundaria: *Anuario Estadístico Municipal y Comarcal (IVE)*<sup>3</sup> y *Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF)*<sup>4</sup>.

Según los datos facilitados por el IVE, el paro registrado en Alzira representa en torno al 4,3% del total de la población (41.920 habitantes)<sup>5</sup>, cifra superior al del conjunto de municipios que configuran la Ribera Alta (3,5%), la provincia de Valencia (3,7%) y la Comunidad Valenciana (3,3%).

Tabla 3.6

Analizando otros municipios de la comarca se observa que las localidades de Benimuslem y Carcaixent obtienen los porcentajes más altos de paro registrado, con un 5,5% y un 4,6% respectivamente. Por el contrario, la localidad de Beneixida no sobrepasa el 2% de paro registrado sobre el total de población.

En relación a la evolución del desempleo entre en Alzira, entre los años 1995-2002 se produce un descenso del paro registrado, pasando de 3.612 a 1.725 desempleados. En los dos últimos años analizados, 2003 y 2004, la tendencia cambia, produciéndose un incremento en el número de parados registrados, si bien en ningún caso se alcanzan los niveles registrados durante el periodo 1995-2002.

Tabla 3.7

La evolución del paro registrado en la comarca de la Ribera Alta, la provincia de Valencia y la Comunidad Valenciana han seguido una tendencia similar, un descenso durante los últimos años de los 90, incrementándose durante los años 2003 y 2004.

<sup>3</sup> Cifras de paro registrado del Anuario Estadístico Municipal y Comarcal (IVE), 2004.

<sup>4</sup> Datos referidos a Abril de 2005.

<sup>5</sup> Instituto Nacional de Estadística, datos referidos a 1/1/2004



TABLA 3.6		Paro registrado en La Ribera Alta.	
Municipio	Población	Paro registrado	% paro s/población
Alberic	9.634	337	3,5
Alcàntera de Xúquer	1.380	56	4,1
Alcúdia, l'	10.654	337	3,2
Alfarp	1.369	31	2,3
Algemesí	26.192	914	3,5
Alginet	12.587	259	2,1
<b>Alzira</b>	<b>41.920</b>	<b>1.786</b>	<b>4,3</b>
Antella	1.498	36	2,4
Beneixida	609	11	1,8
Benifaió	12.254	373	3,0
Benimodo	2.019	59	2,9
Benimuslem	583	32	5,5
Carcaixent	21.119	976	4,6
Càrcer	2.026	61	3,0
Carlet	14.622	517	3,5
Catadau	2.487	95	3,8
Cotes	363	13	3,6
Ènova, l'	997	24	2,4
Gavarda	1.178	43	3,7
Guadassuar	5.568	153	2,7
Llombai	2.320	77	3,3
Manuel	2.497	64	2,6
Masalavés	1.535	53	3,5
Montserrat	4.091	94	2,3
Montroy	1.768	37	2,1
Pobla Llarga, la	4.473	166	3,7
Rafelguaraf	2.398	85	3,5
Real de Montroi	2.031	37	1,8
San Juan de Enova	386	11	2,8
Sellent	468	16	3,4
Senyera	1.038	31	3,0
Sumacàrcer	1.308	40	3,1
Tous	1.114	44	3,9
Turís	5.305	110	2,1
Villanueva de Castellón	7.239	256	3,5
<b>La Ribera Alta</b>	<b>207.030</b>	<b>7.234</b>	<b>3,5</b>
<b>Provincia de Valencia</b>	<b>2.358.919</b>	<b>86.539</b>	<b>3,7</b>
<b>Comunidad Valenciana</b>	<b>4.543.304</b>	<b>151.417</b>	<b>3,3</b>

Elaboración propia a partir de las cifras de población del Instituto Nacional de Estadística (INE) con datos referidos a 1/1/2004 y las cifras de paro registrado del Anuario Estadístico Municipal y Comarcal (IVE), 2004.



TABLA 3.7		Evolución del paro registrado en La Ribera Alta									
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	
Alberic	750	678	533	461	371	336	301	273	351	337	
Alcàntera de Xúquer	69	110	77	69	70	73	61	68	55	56	
Alcúdia, l'	719	637	556	532	364	329	315	292	306	337	
Alfarp	74	49	41	36	36	43	36	26	33	31	
Algemesí	2.006	1.615	1.423	1.361	1.221	1.122	1.062	905	928	914	
Alginet	467	391	370	367	266	284	240	261	274	259	
<b>Alzira</b>	<b>3.612</b>	<b>3.098</b>	<b>2.774</b>	<b>2.423</b>	<b>2.295</b>	<b>1.916</b>	<b>1.909</b>	<b>1.831</b>	<b>1.725</b>	<b>1.786</b>	
Antella	84	101	61	56	49	36	34	39	29	36	
Beneixida	28	24	28	23	22	17	9	8	8	11	
Benifaió	760	636	672	567	440	389	385	379	368	373	
Benimodo	115	103	96	94	76	71	59	54	50	59	
Benimuslem	45	37	26	27	19	15	30	31	38	32	
Carcaixent	2.063	1.765	1.482	1.273	908	813	935	897	985	976	
Càrcer	119	120	94	79	68	61	57	48	42	61	
Carlet	1.174	945	950	760	654	522	503	431	402	517	
Catadau	152	140	132	106	87	88	85	86	95	95	
Cotes	23	20	17	19	20	18	18	19	14	13	
Ènova, l'	83	71	46	37	45	30	37	37	30	24	
Gavarda	108	76	57	45	40	27	37	27	40	43	
Guadassuar	381	324	286	242	196	186	208	151	168	153	
Llombai	186	134	127	105	86	67	76	77	82	77	
Manuel	185	167	115	114	76	84	77	63	76	64	
Masalavés	83	77	78	69	41	42	49	38	61	53	
Montserrat	169	130	114	106	98	68	76	77	86	94	
Montroy	92	85	52	60	47	41	37	37	28	37	
Pobla Llarga, la	398	366	301	215	185	123	198	154	172	166	
Rafelguaraf	241	195	144	112	87	92	94	66	56	85	
Real de Montroi	105	88	57	62	54	35	49	25	26	37	
San Juan de Enova	33	24	24	19	14	13	14	17	24	11	
Sellent	27	24	15	12	11	20	19	10	11	16	
Senyera	74	43	36	41	35	36	32	34	26	31	
Sumacàrcer	126	115	77	76	51	58	53	43	44	40	
Tous	129	118	106	75	54	58	56	50	64	44	
Turís	193	172	143	117	89	86	75	79	83	110	
Villanueva de Castellón	553	429	343	271	279	209	258	218	236	256	
<b>La Ribera Alta</b>	<b>15.426</b>	<b>13.107</b>	<b>11.453</b>	<b>10.031</b>	<b>8.454</b>	<b>7.408</b>	<b>7.484</b>	<b>6.851</b>	<b>7.016</b>	<b>7.234</b>	
<b>Provincia Valencia</b>	<b>162.212</b>	<b>146.957</b>	<b>136.448</b>	<b>118.044</b>	<b>96.373</b>	<b>83.500</b>	<b>81.756</b>	<b>79.485</b>	<b>81.262</b>	<b>86.539</b>	
<b>Comunidad Valenciana</b>	<b>280.581</b>	<b>256.146</b>	<b>235.597</b>	<b>205.893</b>	<b>168.403</b>	<b>141.193</b>	<b>127.144</b>	<b>134.007</b>	<b>140.236</b>	<b>151.417</b>	

### **Demandantes activos de empleo en situación de paro**

Según los datos del *Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF)*, el número de demandantes activos de empleo en situación de paro del municipio de Alzira asciende a un total de 1.821 personas, siendo las mujeres el colectivo con mayor demanda (68,1%).

Por intervalos de edad, los individuos más afectados por el desempleo tienen entre 25 y 44 años (51,5%). Por debajo de estos se encuentran los mayores de 45 que suponen un 28% y los menores de 25 con un 21%.

La **Tabla 3.9** recoge el nivel de estudios de los demandantes activos de empleo en situación de paro de la localidad de Alzira, observándose que estos han alcanzado fundamentalmente el certificado de escolaridad (55,5%), y EGB (25%).

Atendiendo a los distintos sectores de actividad considerados, los servicios aglutinan el mayor número de desempleados (57%), comportamiento semejante a la Comunidad Valenciana donde existe un mayor número de demandantes (55%) en el sector servicios.

Entre las distintas actividades económicas consideradas la industria manufacturera presenta el mayor porcentaje de demandantes activos en situación de paro (22,3%), reflejando la importancia de la actividad industrial en el municipio. Asimismo, la actividad de comercio y reparaciones se sitúa en segundo lugar con el 21% de los demandantes.

Del total de población en situación de paro del municipio, el 33% son trabajadores no cualificados, mientras que los trabajadores de servicios aglutinan el 23,2%.

**Tabla 3.8**

**Tabla 3.9**

**Tabla 3.10**

**Tabla 3.11**

**Tabla 3.12**

**TABLA 3.8** Demandantes activos de empleo en situación de paro en Alzira.

	Hombres	Mujeres	Total	%
Menor de 25 años	142	237	379	20,81
Entre 25 y 44 años	279	658	937	51,46
Mayor de 45 años	160	345	505	27,73
<b>TOTAL</b>	<b>581</b>	<b>1.240</b>	<b>1.821</b>	<b>100</b>
<b>%</b>	<b>31,91</b>	<b>68,09</b>	<b>100</b>	

Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF). Conselleria de Economía, Hacienda y Empleo.  
 Datos referidos a Abril de 2005

<b>TABLA 3.9 Demandantes activos de empleo en situación de paro, según nivel de estudios. Alzira.</b>		
	Número	%
Sin estudios	--	--
Primarios sin certificados	11	0,60
Certificado de escolaridad	1.011	55,52
Formación Profesional Primer Grado	40	2,20
EGB	454	24,93
Formación Profesional Segundo Grado	52	2,86
BUP	121	6,64
Formación Profesional Reglada. LOGSE	20	1,10
Titulación de Grado Medio	49	2,69
Titulación de Grado Superior	63	3,46
<b>TOTAL</b>	<b>1.821</b>	<b>100</b>

Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF). Conselleria de Economía, Hacienda y Empleo. Datos referidos a Abril de 2005.



TABLA 3.10

**Demandantes activos de empleo en situación de paro, según sectores económicos. Alzira.**

	ALZIRA		COMUNIDAD VALENCIANA	
	Número	%	Número	%
Agricultura	66	3,62	3.293	2,08
Construcción	146	8,02	15.008	9,46
Industria	408	22,41	39.194	24,71
Servicios	1.036	56,89	87.879	55,40
Sin empleo anterior	165	9,06	13.248	8,35
<b>TOTAL</b>	<b>1.821</b>	<b>100</b>	<b>158.622</b>	<b>100</b>

Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF). Conselleria de Economía, Hacienda y Empleo  
Datos referidos a Abril de 2005.

**TABLA 3.11**
**Demandantes activos de empleo en situación de paro, según sectores económicos. Alzira.**

	Número	%
Agricultura y ganadería	66	3,62
Pesca	--	--
Industrias Extractivas	--	--
Industria Manufacturera	406	22,30
Electricidad, gas y agua	2	0,11
Construcción	146	8,02
Comercio, reparaciones	382	20,98
Hostelería	82	4,50
Transporte y comunicación	34	1,87
Intermediación financiera	5	0,27
Inmobiliarias y alquiler	238	13,07
Admón. Pública, defensa y S.S	132	7,25
Educación	11	0,60
Activ. Sanit. y Serv.Sociales	50	2,75
Otras actividades sociales	98	5,38
Personal doméstico	3	0,16
Organismos extraterritoriales	1	0,05
Sin empleo anterior	165	9,06
<b>TOTAL</b>	<b>1.821</b>	<b>100</b>

Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF). Conselleria de Economía, Hacienda y Empleo  
 Datos referidos a Abril de 2005.

**TABLA 3.12**
**Demandantes activos de empleo en situación de paro, según grupos profesionales. Alzira.**

	Número	%
Directivos	9	0,49
Técnicos y personal científico	91	5,00
Técnicos y prof. de apoyo	93	5,11
Empleados administrativos	241	13,23
Trab. de los servicios	422	23,17
Trab. agricultura y pesca	26	1,43
Trab. cualificados	218	11,97
Operadores de maquinaria	123	6,75
Trab. no cualificados	597	32,78
Fuerzas armadas	1	0,05
<b>TOTAL</b>	<b>1.821</b>	<b>100</b>

Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF). Conselleria de Economía, Hacienda y Empleo  
 Datos referidos a Abril de 2005.

## NIVEL ECONÓMICO

El nivel económico de una localidad se mide a través de la renta disponible de sus habitantes, ya que este indicador hace referencia a la capacidad adquisitiva de los individuos y, por tanto, de su riqueza. Para ello, se toma el nivel de renta familiar disponible por habitante que el *Anuario Económico de la Caixa*<sup>6</sup> ofrece para aquellos municipios con población superior a mil habitantes.

Según esta fuente los residentes en Alzira disponen de una renta situada entre 9.700€ - 10.800€, igual que la renta de la media provincial y la Comunidad Valenciana y superior a la renta disponible en la comarca de la Ribera Alta que se encuentra entre los 9.000€ – 9.700€.

 Tabla 3.13

Analizando más detalladamente los municipios que componen la Ribera Alta, se observa que Monserrat tiene el nivel económico más elevado de la comarca (10.800-11.500 €); mientras que Alcàntera de Xúquer y Sumacàrcer son los municipios con un nivel económico más bajo (8.100-9.000 €).

<sup>6</sup> Servicio de Estudios de la Caixa, 2004.

<b>TABLA 3.13</b>		
<b>Nivel de renta familiar disponible por habitante de los municipios de La Ribera Alta, la provincia de Valencia y Comunidad Valenciana.</b>		
	<b>Población</b>	<b>Nivel Económico</b>
Alberic	9.634	9.000 - 9.700
Alcàntera de Xúquer	1.380	8.100 - 9.000
Alcúdia, l'	10.654	9.700 - 10.800
Alfarp	1.369	9.700 - 10.800
Algemesí	26.192	9.000 - 9.700
Alginet	12.587	9.700 - 10.800
<b>Alzira</b>	<b>41.920</b>	<b>9.700 - 10.800</b>
Antella	1.498	9.000 - 9.700
Beneixida	609	--
Benifaió	12.254	9.700 - 10.800
Benimodo	2.019	9.000 - 9.700
Benimuslem	583	--
Carcaixent	21.119	9.000 - 9.700
Càrcer	2.026	9.000 - 9.700
Carlet	14.622	9.000 - 9.700
Catadau	2.487	9.700 - 10.800
Cotes	363	--
Ènova, l'	997	9.000 - 9.700
Gavarda	1.178	9.000 - 9.700
Guadassuar	5.568	9.700 - 10.800
Llombai	2.320	9.000 - 9.700
Manuel	2.497	9.000 - 9.700
Masalavés	1.535	9.000 - 9.700
Monserat	4.091	10.800 - 11.500
Montroy	1.768	9.700 - 10.800
Pobla Llarga, la	4.473	9.000 - 9.700
Rafelguaraf	2.398	9.000 - 9.700
Real de Montroi	2.031	9.700 - 10.800
San Juan de Ènova	386	--
Sellent	468	--
Senyera	1.038	9.000 - 9.700
Sumacàrcer	1.308	8.100 - 9.000
Tous	1.114	9.000 - 9.700
Turís	5.305	9.700 - 10.800
Villanueva de Castellón	7.239	9.000 - 9.700
<b>La Ribera Alta</b>	<b>207.030</b>	<b>-</b>
<b>Provincia de Valencia</b>	<b>2.358.919</b>	<b>9.700 - 10.800</b>
<b>Comunidad Valenciana</b>	<b>4.543.304</b>	<b>9.700 - 10.800</b>

INE. Datos de población referidos a 1/1/2004

Servicio de Estudios de La Caixa. 2004

\* \* En general, los municipios de menos de 1.000 habitantes su nivel económico es de 9.700€ - 10.800€

## TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

### 4.1

Para el estudio de la oferta comercial se ha seguido la clasificación de los establecimientos detallistas descrita en la **TABLA 4.1**.

Tabla 4.1

Cada una de las principales tipologías comerciales incluye una breve descripción de la misma: concepto, gama de productos comercializados, técnica de venta y política de gestión y venta.

A su vez, los comercios se clasifican en función de la actividad que desarrollan:

- Bienes diarios: detallistas dedicados a la venta de productos de alimentación y bebidas, perfumería y droguería y establecimientos en régimen de libre servicio tales como autoservicios, superservicios, supermercados, maxi-supermercados y autoservicios de descuento.
- Equipamiento personal: especialistas en prendas de vestir, calzados y complementos.
- Equipamiento del hogar: minoristas dedicados a la venta de mobiliario, menaje, decoración y otros artículos para el equipamiento del hogar.
- Otros productos: integra aquellos negocios que comercializan productos relacionados con ocio y cultura –libros, música, deporte, etc.–, tecnología –fotografía, informática, telefonía, etc.– así como otros productos de consumo ocasional –artículos de regalo, accesorios para vehículos, etc.–
- Comercio por secciones: compuesto por los hipermercados, tiendas de conveniencia y grandes almacenes.



Tabla 4.1 Descripción de tipologías comerciales minoristas tipo.

TIPOLOGIAS	CONCEPTO	GAMA PRODUCTOS COMERCIALIZAN	TÉCNICA DE VENTA	POLÍTICA DE GESTIÓN Y COMPRA
<b>Tienda especializada de alimentación</b>	Establecimiento detallista que vende de forma tradicional. De acuerdo con su especialización son reconocibles: los tradicionales. El comprador es atendido por un Establecimiento independiente, de carácter familiar, cuyo especializado en una determinada línea de productos de especialidades suplenes: frutos, verduras y hortalizas; carne, dependiente que le entrega los productos oportunamente se realiza en instalaciones mayores. En alimentación de la que ofrece un surtido estrecho pero profundo.	Alimentación sin predominio.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.
<b>Autoservicios</b>	Establecimiento polivalente con una superficie de venta entre 400 m <sup>2</sup> y 119 m <sup>2</sup> que ofrece, en régimen de libre servicio, productos de consumo cotidiano, especialmente de carácter alimentario.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.
<b>Superservicios</b>	Establecimiento polivalente con una superficie de venta entre 120 m <sup>2</sup> y 389 m <sup>2</sup> , en régimen de libre servicio, productos de consumo cotidiano, especialmente de carácter alimentario.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.
<b>Supermercados</b>	Establecimiento polivalente de una superficie de venta entre 400 y 2.499 m <sup>2</sup> que ofrece, en régimen de libre servicio, productos de alimentación seca y productos de fragancia y perfumería. Asimismo, dependiendo de su dimensión, incorporan un surtido de otros productos ocasionales.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.
<b>Maxi-supermercados</b>	Establecimiento polivalente con superficie de venta superior a 2.500 m <sup>2</sup> que, debido a sus características no puede incluirse en la tipología de hipermercado aunque por superficie no puede incorporarse un supermercado, ofertando por denominar mayor, incorporan un surtido de otros productos ocasionales más o menos suplementado. Ofrece, en régimen de libre servicio, productos de consumo cotidiano.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.
<b>Autoservicio de descuento</b>	Establecimiento polivalente que ofrece, en régimen de libre servicio, productos de consumo cotidiano, aunque no todos incorporan los fundamentalmente en la comercialización de marcas propias.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.
<b>Hipermercado</b>	Establecimiento polivalente de venta detallista que ofrece, en régimen de libre servicio, sobre una superficie de venta mínima de productos de consumo 2.500 m <sup>2</sup> , un amplio conjunto de productos alimentarios y no alimentarios, y que dispone de una amplia área de estacionamiento para vehículos.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.
<b>Tienda de conveniencia</b>	Ofrece una variedad gama de productos de alimentación, bebidas, artículos de alimentación, discos y vídeos, juguetes, regalos, etc. con artículos diversos.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.
<b>Comercio especializado en bienes ocasionales</b>	Este tipo de establecimiento ofrece un surtido amplio y profundo de Autoservicio con pago al contado, o con tarjetas. Generalmente constituidos en cadenas sucesivas o franquiciadas.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.
<b>Mediana Superficie Especializada</b>	Este tipo de establecimiento ofrece un surtido amplio y profundo de Autoservicio con pago al contado, o con tarjetas. Generalmente constituidos en cadenas sucesivas y franquiciadas.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.
<b>Gran Superficie Especializada</b>	Este tipo de establecimiento ofrece un surtido amplio y profundo de Autoservicio con pago al contado, o con tarjetas. Generalmente constituidos en cadenas sucesivas y franquiciadas.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.	Múltiples relativamente elevadas, inversamente proporcionales al grado de integración. Existen cadenas bajo políticas de descuento.

Oficina Pateco, 2005.

## ESTRUCTURA DE LA OFERTA COMERCIAL

4.2

### NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

4.2.1

En Alzira se han censado 556 comercios detallistas, siendo los más numerosos los especializados en la venta de otro comercio (32,6%) –incluye ocio y cultura, tecnología y otros productos diversos-, bienes diarios (27,7%) y equipamiento personal (24,6%). A un segundo nivel se encuentran los establecimientos dedicados a equipamiento del hogar (14,4%) y el comercio por secciones (0,7%).

Tabla 4.2

Para el análisis de la oferta comercial se ha seguido la metodología desarrollada en el PATECO<sup>1</sup>. Por ello, se han excluido un conjunto de establecimientos que no se ajustan a las leyes de la oferta y la demanda o tienen un comportamiento que no es significativo a objeto de este análisis.

Estos comercios son:

- Estancos y expendedorías de tabaco,
- Farmacias,
- Combustibles,
- Muebles y máquinas de oficina,
- Venta de vehículos –automóviles, motocicletas, ciclomotores y bicicletas-.

Los 54 establecimientos no considerados en el análisis representan el 9% del total de comercios censados en el municipio.

Tabla 4.3

<sup>1</sup> Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana y Dirección Territorial de Comercio de la Generalitat Valenciana. Plan de Acción Territorial aplicado a la Distribución Comercial en la Comunidad Valenciana (PATECO).

**Tabla 4.2**
**Número de establecimientos y estructura comercial minorista de Alzira.**
**ESTRUCTURA COMERCIAL**

Código Registro	Tipo de actividad	Número	%
110	Frutas, verduras y hortalizas	20	3,60
120	Productos lácteos	1	0,18
130	Carnes, charcutería, huevos	23	4,14
140	Pescados y mariscos (frescos o congelados)	1	0,18
150	Pan, bollería, pastelería y confitería	33	5,94
160	Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	2	0,36
170	Expendedurías de tabaco, estancos	10	1,80
180/190	Tiendas de ultramarinos, comestibles (tiendas sin predominio) y otros especializados	19	3,42
	<b>Pequeños establecimientos de alimentación</b>	<b>109</b>	<b>19,60</b>
310	Farmacias	10	1,80
320	Droguerías/perfumerías	20	3,60
310b	Parafarmacias	1	0,18
	<b>Productos de droguería, perfumería e higiene</b>	<b>31</b>	<b>5,58</b>
810	Autoservicios	4	0,72
820	Superservicios (entre 121 y 399 m <sup>2</sup> )	1	0,18
830	Supermercados (a partir de 400 m <sup>2</sup> )	6	1,08
830a	Maxisupermercados (más de 2.500m <sup>2</sup> )	--	--
870	Autoservicios de descuento	3	0,54
	<b>Establecimientos de libre servicio</b>	<b>14</b>	<b>2,52</b>
	<b>BIENES DIARIOS</b>	<b>154</b>	<b>27,70</b>
220	Prendas de vestir exteriores: hombre, mujer, infantil	91	16,37
230	Lencería, prendas interiores, accesorios del vestido	9	1,62
240	Mercería, lanas	10	1,80
250	Calzado y complementos: bolsos, cinturones, etc.	27	4,86
	<b>EQUIPAMIENTO PERSONAL</b>	<b>137</b>	<b>24,64</b>
210	Textil para el hogar: tejidos por metros, alfombras, etc.	12	2,16
410	Mobiliario (excepto de oficina)	15	2,70
420	Electrónica y electrodomésticos (excepto informática)	13	2,34
430	Menaje, decoración, bricolaje y ferretería	13	2,34
490	Otros artículos para el equipamiento del hogar y materiales de construcción	23	4,14
891-1	Medianas superficies de mobiliario (entre 1.000 y 2.499 m <sup>2</sup> de superficie)	2	0,36
892-1	Grandes superficies especializadas (+2.500m <sup>2</sup> de superficie)	2	0,36
	<b>EQUIPAMIENTO DEL HOGAR</b>	<b>80</b>	<b>14,39</b>
760	Juguetes, deportes y artículos de caza	11	1,98
740	Librería, papelería, prensa, revistas y música	37	6,65
891-2	Medianas superficies de deportes (entre 400 y 2.499 m <sup>2</sup> de superficie)	1	0,18
	<b>Ocio y cultura</b>	<b>49</b>	<b>8,81</b>
730	Aparatos e instrumentos médicos, equipos ópticos y fotográficos	23	4,14
425	Informática y sus accesorios	10	1,80
425b	Tiendas de telefonía y sus accesorios	11	1,98
	<b>Tecnología</b>	<b>44</b>	<b>7,91</b>
770	Semillas, abonos, flores, plantas y pequeños animales	14	2,52
750	Joyería y relojería	21	3,78
780	Bazares y tiendas de regalo	13	2,34
790	Otros productos ocasionales	--	--
500	Vehículos, automóviles, motos y bicicletas	25	4,50
516	Accesorios para vehículos	3	0,54
710	Combustibles	4	0,72
891-3	Medianas superficies de accesorios para vehículos (entre 400 y 2.499 m <sup>2</sup> de superficie)	1	0,18
720	Muebles de oficina, máquinas y equipos de oficina	3	0,54
798	Tiendas de precio único	4	0,72
	<b>Otros productos diversos</b>	<b>88</b>	<b>15,83</b>
	<b>OTRO COMERCIO</b>	<b>181</b>	<b>32,55</b>
840	Hi-permercados	1	0,18
850/860	Grandes almacenes	--	--
799	Tiendas de conveniencia	3	0,54
	<b>COMERCIO POR SECCIONES</b>	<b>4</b>	<b>0,72</b>
	<b>TOTAL NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS</b>	<b>556</b>	<b>100</b>

Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco, 2005.  
 Revista Alimarket. Marzo 2005.

<b>Tabla 4.3</b>		<b>Número de establecimientos comerciales excluidos del análisis en el municipio de Alzira.</b>	
<b>COMERIOS EXCLUIDOS</b>			
<b>Código Registro</b>	<b>Tipo de actividad</b>	<b>Número</b>	<b>%</b>
	<b>Alzira</b>		
170	Expendedurías de tabaco, estancos	10	1,80
310	Farmacias	10	1,80
710	Combustibles	4	0,72
720	Muebles de oficina, máquinas y equipos de oficina	3	0,54
500	Vehículos, automóviles, motos y bicicletas	25	4,50
<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS EXCLUIDOS</b>		<b>52</b>	<b>9</b>
<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS TOTALES</b>		<b>556</b>	<b>100</b>
<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS INCLUIDOS</b>		<b>504</b>	<b>90,65</b>

Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco, 2005.

Tras el ajuste realizado el número de establecimientos computados en Alzira asciende a 504. Se mantiene una estructura similar a la observada anteriormente donde adquieren mayor representatividad los comercios dedicados a la venta de bienes diarios (26,7%), equipamiento personal (27,2%) y otro comercio (29,6%).

## ESTRUCTURA COMERCIAL COMPARADA

### 4.2.2

Alzira es cabecera del área comercial al que da nombre. Esta área la integran además los municipios de Algemesí, l'Alcudia, Guadassuar, Massalavés, Tous, Alberic, Benimuslem, Gavarda, Antella y Carcaixent.

Del análisis comparado se desprende:

- Concentración comercial en el Área Comercial (46%) y la Comunidad Valenciana (44%) en establecimientos de bienes diarios. Por su parte Alzira presenta una estructura comercial más diversificada donde los bienes diarios representan el 26%.
- El pequeño establecimiento de alimentación (19%) se encuentra por debajo de los valores observados en el Área Comercial (37%) y la Comunidad Valenciana (35%).
- Mayor representatividad en Alzira de los comercios especializados en equipamiento personal (27%) y otro comercio (29%) respecto al resto de ámbitos observados, Área comercial de Alzira y Comunidad Valenciana.

**Tabla 4.4** Número de establecimientos y estructura comercial minorista de Alzira.

<b>ESTRUCTURA COMERCIAL</b>			
Código Registro	Tipo de actividad	Número	%
110	Frutas, verduras y hortalizas	20	3,98
120	Productos lácteos	1	0,20
130	Carnes, charcutería, huevos	23	4,58
140	Pescados y mariscos (frescos o congelados)	1	0,20
150	Pan, bollería, pastelería y confitería	33	6,57
160	Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	2	0,40
180/190	Tiendas de ultramarinos, comestibles (tiendas sin predominio) y otros especializados	19	3,78
	<b>Pequeños establecimientos de alimentación</b>	<b>99</b>	<b>19,72</b>
320	Droguerías/perfumerías	20	3,98
310b	Parafarmacias	1	0,20
	<b>Productos de droguería, perfumería e higiene</b>	<b>21</b>	<b>4,18</b>
810	Autoservicios	4	0,80
820	Superservicios (entre 121 y 400 m <sup>2</sup> )	1	0,20
830	Supermercados (más de 400 m <sup>2</sup> )	6	1,20
830a	Maxisupermercados ( más de 2.500 m <sup>2</sup> )	--	0,00
870	Autoservicios de descuento	3	0,60
	<b>Establecimientos de libre servicio</b>	<b>14</b>	<b>2,79</b>
	<b>BIENES DIARIOS</b>	<b>134</b>	<b>26,69</b>
220	Prendas de vestir exteriores: hombre, mujer, infantil	91	18,13
230	Lencería, prendas interiores, accesorios del vestido	9	1,79
240	Mercería, lanas	10	1,99
250	Calzado y complementos: bolsos, cinturones, etc.	27	5,38
	<b>EQUIPAMIENTO PERSONAL</b>	<b>137</b>	<b>27,29</b>
210	Textil para el hogar: tejidos por metros, alfombras, etc.	12	2,39
410	Mobiliario (excepto de oficina)	15	2,99
420	Electrónica y electrodomésticos (excepto informática)	13	2,59
430	Menaje, decoración, bricolaje y ferretería	13	2,59
490	Otros artículos para el equipamiento del hogar y materiales de construcción	23	4,58
891-1	Medianas superficies de mobiliario (entre 1.000 y 2.500 m <sup>2</sup> de superficie)	2	0,40
892-1	Grandes superficies especializadas (+2.500 m <sup>2</sup> de superficie)	2	0,40
	<b>EQUIPAMIENTO DEL HOGAR</b>	<b>78</b>	<b>15,54</b>
760	Juguetes, deportes y artículos de caza	11	2,19
740	Librería, papelería, prensa, revistas y música	37	7,37
891-2	Medianas superficies de deportes (entre 400 y 2.499 m <sup>2</sup> de superficie)	1	0,20
	<b>Ocio y cultura</b>	<b>49</b>	<b>9,76</b>
730	Aparatos e instrumentos médicos, equipos ópticos y fotográficos	23	4,58
425	Informática y sus accesorios	10	1,99
425b	Tiendas de telefonía y sus accesorios	11	2,19
	<b>Tecnología</b>	<b>44</b>	<b>8,76</b>
770	Semillas, abonos, flores, plantas y pequeños animales	14	2,79
750	Joyería y relojería	21	4,18
780	Bazares y tiendas de regalo	13	2,59
790	Otros productos ocasionales	--	0,00
516	Accesorios para vehículos	3	0,60
891-3	Medianas superficies de accesorios para vehículos (entre 400 y 2.499 m <sup>2</sup> de superficie)	1	0,20
798	Tiendas de precio único	4	0,80
	<b>Otros productos diversos</b>	<b>56</b>	<b>11,16</b>
	<b>OTRO COMERCIO</b>	<b>149</b>	<b>29,68</b>
840	Hipermercados	1	0,20
850/860	Grandes almacenes	--	0,00
799	Tiendas de conveniencia	3	0,60
	<b>COMERCIO POR SECCIONES</b>	<b>4</b>	<b>0,80</b>
	<b>TOTAL NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS</b>	<b>502</b>	<b>100</b>

Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco, 2005.  
 Revista Alimarket. Marzo 2005.

**Tabla 4.5**
**Número de establecimientos comerciales y estructura comercial de Alzira. Datos comparativos con otros ámbitos territoriales.**
**ESTRUCTURA COMERCIAL COMPARADA**

Grupos de actividad	ALZIRA		ÁREA COMERCIAL DE ALZIRA		COMUNIDAD VALENCIANA	
	Número	%	Número	%	Número	%
Productos de alimentación y bebidas	99	19,64	37,63	35,47		
Perfumería y droguería	21	4,17	3,69	3,79		
Establecimiento de libre servicio	14	2,78	5,52	4,83		
Autoservicios (40-120 m <sup>2</sup> )	4	0,79	3,25	2,60		
Superservicios (121-399 m <sup>2</sup> )	1	0,20	0,89	0,95		
Supermercados (400-2500 m <sup>2</sup> )	6	1,19	0,89	0,89		
Maxisuper (+ 2500 m <sup>2</sup> )	-	-	-	0,02		
Autoservicios de descuento	3	0,60	0,49	0,37		
<b>BIENES DIARIOS</b>	<b>134</b>	<b>26,59</b>	<b>46,84</b>	<b>44,09</b>		
Textil, confección, calzados y art. cuero	137	27,18	15,54	16,81		
<b>EQUIPAMIENTO PERSONAL</b>	<b>137</b>	<b>27,18</b>	<b>15,54</b>	<b>16,81</b>		
Art. para el equipamiento del hogar	76	15,08	16,13	17,21		
<b>EQUIPAMIENTO PARA EL HOGAR</b>	<b>76</b>	<b>15,08</b>	<b>16,13</b>	<b>17,21</b>		
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	3	0,60	1,03	0,87		
Otros comercio al por menor	144	28,57	20,02	20,28		
Ocio y cultura	48	9,52	8,02	8,35		
Tecnología	44	8,73	3,69	3,07		
Otros productos	52	10,32	8,31	8,86		
<b>OTRO COMERCIO</b>	<b>147</b>	<b>29,17</b>	<b>21,05</b>	<b>21,15</b>		
<b>Mediadas superficies especializadas</b>	<b>4</b>	<b>0,79</b>	<b>0,10</b>	<b>0,51</b>		
<b>Grandes superficies especializadas (+2.500 m<sup>2</sup>)</b>	<b>2</b>	<b>0,40</b>	<b>0,05</b>	<b>0,09</b>		
Hipermercados	1	0,20	0,05	0,04		
Tiendas de conveniencia	3	0,60	0,25	0,10		
Grandes almacenes	-	-	-	0,01		
<b>COMERCIO POR SECCIONES</b>	<b>4</b>	<b>0,79</b>	<b>0,30</b>	<b>0,15</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>504</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>		

Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco, 2005.  
 Registro General de Comerciantes y Comercio. Conselleria de Industria, Comercio y Energía, 2003.  
 Revista Almarket. Marzo 2005.

## SUPERFICIE COMERCIAL

### 4.3

Los 504 establecimientos minoristas localizados en Alzira representan una sala de ventas de 63.740 m<sup>2</sup>.

 Tabla 4.6

Con 15.460 m<sup>2</sup> los bienes diarios agrupan una cuarta parte de la superficie comercial minorista de Alzira (24%), por detrás se encuentra el comercio por secciones con 11.434 m<sup>2</sup> (17%). El resto de grupos de actividad se encuentra por debajo de los 10.000 m<sup>2</sup>.

Comparando el municipio de Alzira con su Área Comercial y la Comunidad Valenciana se observa que:

- El Área Comercial de Alzira (38,1%) y la Comunidad Valenciana (33%) muestran mayor concentración de superficie comercial en bienes diarios respecto a la oferta comercial de Alzira (24%). Del análisis detallado de este grupo de actividad se observa que los pequeños establecimientos de alimentación y bebidas alcireños cobran menor importancia que el resto de ámbitos observados. Sin embargo, los establecimientos de librería presentan un porcentaje similar.
- Los comercios minoristas dedicados al equipamiento personal representan el 14% de la superficie total, esta cifra está por encima de los valores medios observados para el Área Comercial y la Comunidad Valenciana, con una representatividad del 11% en ambos casos.
- Los minoristas dedicados a la venta de equipamiento del hogar representan el 14,4% de la superficie de venta de Alzira, porcentaje menor al del Área Comercial de Alzira (25,7%) y la Comunidad Valenciana (24,3%). Si bien debe tenerse en cuenta que las grandes superficies comerciales localizadas en Alzira pertenecen a este grupo de actividad.

**Tabla 4.6**  
 Superficie de ventas de establecimientos comerciales y estructura comercial de Alzira. Datos comparativos con otros ámbitos territoriales.

**SUPERFICIE COMERCIAL COMPARADA**

Grupos de actividad	ALZIRA		ÁREA COMERCIAL ALZIRA		COMUNIDAD VALENCIANA	
	Superficie	%	%	%	%	%
Productos de alimentación y bebidas	3.051	4,79	15,28	12,58		
Perfumería y droguería	1.450	2,27	3,17	2,72		
Establecimiento de libre servicio	10.959	17,19	19,61	17,69		
Autoservicios (40-120 m <sup>2</sup> )	302	0,47	2,97	2,20		
Superservicios (121-399 m <sup>2</sup> )	200	0,31	2,63	2,65		
Supermercados (400-2500 m <sup>2</sup> )	7.457	11,70	10,38	10,02		
Maxisuper(+2500 m <sup>2</sup> )	--	--	0,00	0,82		
Autoservicios de descuento	3.000	4,71	3,73	2,00		
<b>BIENES DIARIOS</b>	<b>15.460</b>	<b>24,25</b>	<b>38,06</b>	<b>32,99</b>		
Textil, confección, calzados y art. cuero	8.932	14,01	10,82	11,34		
<b>EQUIPAMIENTO PERSONAL</b>	<b>8.932</b>	<b>14,01</b>	<b>10,82</b>	<b>11,34</b>		
Art. para el equipamiento del hogar	9.190	14,42	25,63	24,27		
<b>EQUIPAMIENTO PARA EL HOGAR</b>	<b>9.190</b>	<b>14,42</b>	<b>25,63</b>	<b>24,27</b>		
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	185	0,29	1,29	1,43		
Otros comercio al por menor	8.569	13,44	14,11	12,67		
Ocio y cultura	3.219	5,05	5,31	4,73		
Tecnología	2.094	3,29	2,36	1,87		
Otros productos	3.256	5,11	6,44	6,07		
<b>OTRO COMERCIO</b>	<b>8.754</b>	<b>13,73</b>	<b>15,40</b>	<b>14,10</b>		
Medianas superficies especializadas	3.970	6,23	1,04	6,69		
Grandes superficies especializadas (+2.500 m <sup>2</sup> )	6.000	9,41	1,83	3,76		
Hipermercados	10.904	17,11	6,63	4,80		
Tiendas de conveniencia	530	0,83	0,57	0,20		
Grandes almacenes	--	--	--	1,85		
<b>COMERCIO POR SECCIONES</b>	<b>11.434</b>	<b>17,94</b>	<b>7,20</b>	<b>6,85</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>63.740</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>		

 Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco, 2005.  
 Registro General de Comerciantes y Comercio. Consejería de Industria, Comercio y Energía, 2003.  
 Revista Alimarket. Marzo años 2004 y 2005.

- Por otro lado, los detallistas especializados en la venta de bienes de consumo ocasional tienen una representatividad similar en los tres ámbitos objeto de estudio, con una representatividad en torno al 14%.
- El comercio por secciones de Alzira representa un 18% de la superficie de venta, porcentaje muy por encima si lo comparamos con el Área Comercial de Alzira y la Comunidad Valenciana, con una representatividad en torno al 7%.

## TAMAÑO MEDIO

## 4.4

El tamaño medio de los establecimientos de Alzira (126 m<sup>2</sup>) es superior al de su Área Comercial (81 m<sup>2</sup>) y la Comunidad Valenciana (85 m<sup>2</sup>). De estos datos puede desprenderse el grado de modernidad del comercio alzireño, ya que la mayor dimensión de los establecimientos es considerada un signo de modernidad.

Tabla 4.7

La superficie media de los establecimientos dedicados a la comercialización de bienes diarios es mayor en Alzira (115 m<sup>2</sup>) que en su Área Comercial (68 m<sup>2</sup>) y la Comunidad Valenciana (64 m<sup>2</sup>). Esta mayor dimensión en los establecimientos de bienes diarios alzireños viene dada por la presencia en el municipio de establecimientos de libre servicio de mayor tamaño medio en relación al Área Comercial y la Comunidad Valenciana, especialmente de los establecimientos de formato supermercado (1.243 m<sup>2</sup>) y autoservicio de descuento (1.000 m<sup>2</sup>).

Las dimensiones medias de los negocios dedicados al equipamiento personal también son mayores en Alzira (65 m<sup>2</sup>) respecto a los valores observados en su Área Comercial (56 m<sup>2</sup>) y la Comunidad Valenciana (58 m<sup>2</sup>).

Las superficies medias de los establecimientos dedicados al equipamiento del hogar (121 m<sup>2</sup>) y otro comercio (60m<sup>2</sup>) son similares para el Área Comercial y la Comunidad Valenciana. Si bien, los comercios dedicados a la comercialización de accesorios para vehículos (62 m<sup>2</sup>) no alcanzan las medias del Área Comercial de Alzira (100 m<sup>2</sup>) ni de la Comunidad Valenciana (140 m<sup>2</sup>).

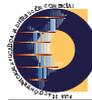
La dimensión que por término medio ofrecen las medianas superficies especializadas de Alzira (993 m<sup>2</sup>) es superior al de su Área Comercial (856 m<sup>2</sup>) e inferior al tamaño medio para la Comunidad Valenciana (1.115 m<sup>2</sup>).

**Tabla 4.7**  
 Tamaño medio de los establecimientos comerciales de Alzira por grupos de actividad.  
 Datos comparativos con otros ámbitos territoriales.

**TAMAÑO MEDIO DEL COMERCIO**

Grupos de actividad	ALZIRA		ÁREA COMERCIAL ALZIRA		COMUNIDAD VALENCIANA	
	Tamaño medio		Tamaño medio		Tamaño medio	
Productos de alimentación y bebidas	30,82		32,80		30,20	
Perfumería y droguería	69,05		69,50		61,30	
Establecimiento de libre servicio	782,79		287,81		312,49	
Autoservicios (40-120 m <sup>2</sup> )	75,50		73,90		72,10	
Superservicios (121-399 m <sup>2</sup> )	200		231,20		237,60	
Supermercados (400-2500 m <sup>2</sup> )	1.242,83		947,90		962,80	
Maxisuper(+ 2500 m <sup>2</sup> )	--		--		3.611,20	
Autoservicios de descuento	1.000		613,20		462,80	
<b>BIENES DIARIOS</b>	<b>115,37</b>		<b>65,72</b>		<b>63,80</b>	
Textil, confección, calzados y art. cuero	65,20		56,30		57,50	
<b>EQUIPAMIENTO PERSONAL</b>	<b>65,20</b>		<b>56,30</b>		<b>57,50</b>	
Art. para el equipamiento del hogar	120,92		128,40		120,10	
<b>EQUIPAMIENTO PARA EL HOGAR</b>	<b>120,92</b>		<b>128,40</b>		<b>120,10</b>	
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	61,67		101,10		139,60	
Otros comercio al por menor	59,51		57,00		53,20	
Ocio y cultura	67,06		53,60		48,30	
Tecnología	47,59		51,80		51,80	
Otros productos	62,62		62,60		58,40	
<b>OTRO COMERCIO</b>	<b>59,55</b>		<b>59,16</b>		<b>56,78</b>	
Medianas superficies especializadas	992,50		855,50		1.115,40	
Grandes superficies especializadas (+2.500 m <sup>2</sup> )	3.000		3.000		3.731	
Hipermercados	10.904		10.904		10.563,90	
Tiendas de conveniencia	176,67		187,40		176,90	
Grandes almacenes	--		--		14.216,80	
<b>COMERCIO POR SECCIONES</b>	<b>2.858,50</b>		<b>1.973,50</b>		<b>3.980,21</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>126,47</b>		<b>80,85</b>		<b>85,21</b>	

Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco, 2005.  
 Registro General de Comerciantes y Comercio. Consellería de Industria, Comercio y Energía, 2003.  
 Revista Alimarket. Marzo años 2004 y 2005.



Las grandes superficies implantadas en el municipio de Alzira tienen un tamaño medio de 3.000 m<sup>2</sup>, dimensión inferior si lo comparamos con el de la Comunidad Valenciana (3.731 m<sup>2</sup>).

## INDICADORES COMERCIALES

### 4.5

Para completar el análisis de la oferta comercial del municipio de Alzira, su Área Comercial y la Comunidad Valenciana se estudian dos índices comerciales: el Índice de Dotación Comercial (IDC) y el Índice de Superficie Comercial (ISC).

### ÍNDICE DE DOTACIÓN COMERCIAL

#### 4.5.1

El *Índice de Dotación Comercial* (IDC) representa el número de establecimientos existentes por cada mil habitantes.

De acuerdo con esta definición, Alzira tiene 12'02 establecimientos por cada mil habitantes. El *Índice de Dotación Comercial* se sitúa por debajo de los valores observados en el Área Comercial de Alzira y la Comunidad Valenciana ambos con un IDC de 16'16 establecimientos por cada mil habitantes. De estos datos se desprende, en principio, una infradotación comercial, si bien deben tenerse en cuenta otros aspectos para valorar la existencia de huecos comerciales.

Tabla 4.8

Por grupos de actividad, equipamiento personal (3 establecimientos/1.000 habitantes) y otro comercio (3,5 establecimientos/1.000 habitantes) obtienen unos índices similares a la media autonómica.

En bienes diarios el *Índice de Dotación Comercial* para Alzira (3 establecimientos/1.000 habitantes) se sitúa por debajo del valor autonómico (7 establecimientos/1.000 habitantes). No obstante, los establecimientos de libre servicio y más concretamente, los supermercados (0,14 establecimientos/1.000 habitantes) y los autoservicios de descuento (0.07 establecimientos/1.000 habitantes) ofrecen valores similares a la media del Área Comercial y la Comunidad Valenciana.

**Tabla 4.8** Índice de dotación comercial de Alzira por grupos de actividad. Datos comparativos con otros ámbitos territoriales.

	ALZIRA		ÁREA COMERCIAL ALZIRA		COMUNIDAD VALENCIANA	
	IDC		IDC		IDC	
<b>Grupos de actividad</b>						
Productos de alimentación y bebidas	2,36		6,15		5,73	
Perfumería y droguería	0,50		0,60		0,61	
Establecimiento de libre servicio	0,33		0,88		0,77	
Autoservicios (40-120 m2)	0,10		0,53		0,42	
Superservicios (121-399 m2)	0,02		0,14		0,15	
Supermercados (400-2500 m2)	0,14		0,14		0,14	
Maxisuper (+2500 m2)	--		--		0,003	
Autoservicios de descuento	0,07		0,07		0,06	
<b>BIENES DIARIOS</b>	<b>3,20</b>		<b>7,63</b>			
Textil, confección, calzados y art. cuero	3,27		2,54		2,72	
<b>EQUIPAMIENTO PERSONAL</b>	<b>3,27</b>		<b>2,54</b>		<b>2,72</b>	
Art. para el equipamiento del hogar	1,81		2,64		2,78	
<b>EQUIPAMIENTO PARA EL HOGAR</b>	<b>1,81</b>		<b>2,64</b>		<b>2,78</b>	
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	0,07		0,17		0,14	
Otros comercio al por menor	3,44		3,27		3,28	
Ocio y cultura	1,15		1,31		1,35	
Tecnología	1,05		0,60		0,50	
Otros productos	1,24		1,36		1,43	
<b>OTRO COMERCIO</b>	<b>3,51</b>		<b>3,44</b>		<b>3,42</b>	
Medianas superficies especializadas	0,10		0,02		0,08	
Grandes superficies especializadas (+2.500 m2)	0,05		0,01		0,01	
Hipermercados	0,02		0,01		0,01	
Tiendas de conveniencia	0,07		0,04		0,02	
Grandes almacenes	--		--		0,002	
<b>COMERCIO POR SECCIONES</b>	<b>0,10</b>		<b>0,05</b>		<b>0,03</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>12,02</b>		<b>16,33</b>		<b>16,16</b>	

Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco, 2005.  
 Registro General de Comerciantes y Comercio. Consellería de Industria, Comercio y Energía, 2003.  
 Población referida a 1/1/2004. INE.  
 Revista Alimarket. Marzo años 2004 y 2005.



En equipamiento del hogar el Índice de Dotación Comercial (2 establecimientos/1.000 habitantes) es inferior a la media autonómica. No obstante, hay que tener en cuenta que Alzira cuenta con dos medianas superficies especializadas y dos grandes superficies especializadas en mobiliario.

## ÍNDICE DE SUPERFICIE COMERCIAL

### 4.5.2

El *Índice de Superficie Comercial (ISC)* muestra la superficie de sala de ventas expresada en metros cuadrados por cada mil habitantes. En este sentido, los residentes alcireños cuentan con 1.521 m<sup>2</sup> por cada mil habitantes.

Tabla 4.9

A nivel global, se refleja que el tejido comercial de Alzira ofrece una sala de ventas superior tanto al Área Comercial de Alzira (1.320 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) como a la Comunidad Valenciana (1.377 m<sup>2</sup>/1.000hab.). Estas cifras reflejan un sobredimensionamiento de la oferta alcireña en relación a su población, lo que cabe esperar que los negocios de Alzira no atiendan únicamente a los residentes del municipio sino también a residentes de otras poblaciones.

Este sobredimensionamiento de la oferta comercial alcireña se refleja en los grupos de actividad de equipamiento personal, grandes superficies especializadas y comercio por secciones.

No obstante cabe realizar las siguientes consideraciones:

- El *Índice de Superficie Comercial (ISC)* en bienes diarios para Alzira (369 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) es inferior a la del Área Comercial de Alzira (503 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) y la Comunidad Valenciana (455 m<sup>2</sup>/1.000 hab.). Sin embargo, el ISC de los establecimientos de libre servicio de Alzira es similar a los índices para el Área Comercial y la Comunidad Valenciana. El ISC para los supermercados (178 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) y los autoservicios de descuento (72 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) superan los valores observados en la Comunidad Valenciana (138 m<sup>2</sup>/1.000 hab. y 28 m<sup>2</sup>/1.000 hab.).
- El ISC en equipamiento del hogar (219 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) es inferior al de la Comunidad Valenciana (334 m<sup>2</sup>/1.000 hab.). No obstante, debe tenerse en cuenta que Alzira dispone de dos grandes superficies especializadas y dos medianas superficies especializadas en mobiliario.

**Tabla 4.9** Índice de superficie comercial de Alzira por grupos de actividad. Datos comparativos con otros ámbitos territoriales

Grupos de actividad	ALZIRA		ÁREA COMERCIAL ALZIRA		COMUNIDAD VALENCIANA	
	ISC		ISC		ISC	
Productos de alimentación y bebidas	72,78	201,80		173,30		
Perfumería y droguería	34,59	41,90		37,50		
Establecimiento de libre servicio	261,43	259,00		243,70		
Auto-servicios (40-120 m2)	7,20	39,20		30,30		
Superservicios (121-399 m2)	4,77	33,40		36,60		
Supermercados (400-2500 m2)	177,89	137,10		138,00		
Maxisuper (+2500 m2)	--	--		11,30		
Auto-servicios de descuento	71,56	49,30		27,50		
<b>BIENES DIARIOS</b>	<b>368,80</b>	<b>502,70</b>		<b>454,50</b>		
Textil, confección, calzados y art. cuero	213,07	142,90		156,10		
<b>EQUIPAMIENTO PERSONAL</b>	<b>213,07</b>	<b>142,90</b>		<b>156,10</b>		
Art. para el equipamiento del hogar	219,23	338,50		334,20		
<b>EQUIPAMIENTO PARA EL HOGAR</b>	<b>219,23</b>	<b>338,50</b>		<b>334,20</b>		
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	4,41	17,10		19,70		
Otros comercio al por menor	204,41	186,40		174,40		
Ocio y cultura	76,79	70,20		65,20		
Tecnología	49,95	31,20		25,70		
Otros productos	77,67	85,00		83,50		
<b>OTRO COMERCIO</b>	<b>208,83</b>	<b>203,50</b>		<b>194,10</b>		
Medianas superficies especializadas	94,70	13,70		92,10		
<b>Grandes superficies especializadas (+2.500 m2)</b>	<b>143,13</b>	<b>24,10</b>		<b>51,70</b>		
Hipermercados	260,11	87,60		66,20		
Tiendas de conveniencia	12,64	7,50		2,80		
Grandes almacenes	--	--		25,40		
<b>COMERCIO POR SECCIONES</b>	<b>272,76</b>	<b>95,10</b>		<b>94,40</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>1.520,52</b>	<b>1.320,40</b>		<b>1.377,20</b>		

Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco, 2005.  
 Registro General de Comerciantes y Comercio. Consellería de Industria, Comercio y Energía, 2003.  
 Población referida a 1/1/2004. INE.  
 Revista Almarket. Marzo años 2004 y 2005.

- El ISC de las medianas superficies para Alzira (95 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) es similar a la de la Comunidad Valenciana (92 m<sup>2</sup>/1.000 hab.). Mientras que el Índice de Superficie Comercial de las grandes superficies especializadas para Alzira (143 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) es superior al ISC para la Comunidad Valenciana (52 m<sup>2</sup>/1.000 hab.).
- El grupo de comercio por secciones (272 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) muestra un índice superior a la media de la Comunidad Valenciana (94 m<sup>2</sup>/1.000 hab.). El hipermercado de Alzira ofrece una sala de ventas por cada mil habitantes (260 m<sup>2</sup>/1.000 hab.) mayor al resto de ámbitos considerados.

## PRINCIPALES EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

4.6

### AUTOSERVICIOS Y SUPERSERVICIOS

4.6.1

En Alzira existen cuatro autoservicios (40-120m<sup>2</sup>) que ocupan una superficie comercial de 302 m<sup>2</sup>, lo que suponen un tamaño medio de 75,5 m<sup>2</sup>.

Tabla 4.10

Entre ellos, se encuentra el establecimiento El Romerar que con 100 m<sup>2</sup> representa el autoservicio de mayores dimensiones en la localidad.

Los superservicios se caracterizan, entre otros aspectos, por ofrecer una sala de ventas de entre 120 y 400 m<sup>2</sup>. En el municipio solo hay un superservicio perteneciente a la enseña Spar. Este superservicio cuenta con una superficie de venta de 200 m<sup>2</sup>.



Tabla 4.10 Localización de autoservicios y superservicios en Alzira.

Nombre	Dirección	Superficie de venta
<b>AUTOSERVICIOS</b>		
SONIA	c/ Salvador Perles, 49	50
CORTES GASCO	c/ San Quintín, 5	72
SUPERESTEVE	c/ Faustino Blasco, 31	80
EL ROJERAR	c/ Mayor, 38	100
<b>SUPERSERVICIOS</b>		
SPAR	c/ Salvador Perles, 40	200
<b>TOTAL</b>		<b>502</b>

Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco 2005.  
Revista Alimarket. Marzo 2005.

## SUPERMERCADOS

### 4.6.2

En Alzira existen seis supermercados (400-2.500m<sup>2</sup>) de las enseñas *Spar*, *Caprabo* –dos centros- y *Mercadona* –tres centros-.

Tabla 4.11

Los supermercados ocupan una sala de venta de 7.457 m<sup>2</sup>, lo que supone un tamaño medio de 1.243 m<sup>2</sup>.

Por enseñas se observa que:

- El establecimiento *Spar* con 900 m<sup>2</sup> es el de menor dimensión.
- Con dos puntos de venta, la enseña *Caprabo* concentra 2.357 m<sup>2</sup>, y posee una cuota de mercado del 1,4% en alimentación y droguería<sup>2</sup>. El de menor dimensión está ubicado en la Avda. Santos Patronos y cuenta con 1.050 m<sup>2</sup>. El segundo establecimientos se localiza en la carretera Gandia y ofrece una sala de venta de 1.307 m<sup>2</sup>.
- Con tres centros, la enseña *Mercadona* concentra 4.200 m<sup>2</sup> y posee una cuota de mercado del 61,5% en alimentación y droguería<sup>3</sup>. El de menor dimensión está ubicado en la Avda. Blasco Ibáñez y cuenta con 1.300 m<sup>2</sup>. El segundo centro de mayor dimensión está situado en la calle Virgen de la Murta y cuenta con 1.400 m<sup>2</sup> y 86 plazas de aparcamiento. El tercer centro, el de mayores dimensiones, ofrece una sala de ventas de 1.500 m<sup>2</sup> y se encuentra ubicado en la calle Francisco Arbona, además dispone de 63 plazas de aparcamiento.

<sup>2</sup> Véase capítulo 7 dedicado a cuotas de mercado.

<sup>3</sup> Véase capítulo 7 dedicado a cuotas de mercado.

**Tabla 4.11**

Localización de supermercados en Alzira.

Nombre	Dirección	Superficie de venta
<b>SUPERMERCADOS</b>		
SPAR	c/ Pedro Espluges, 133	900
CAPRABO	Avda. Santos Patronos, 35-37	1.050
CAPRABO	Gandia, S/N	1.307
MERCADONA	Avda. Blasco Ibañez, 1	1.300
MERCADONA	c/ Virgen de la Murta , S/N	1.400
MERCADONA	c/ Francisco Arbona, 1	1.500
<b>TOTAL</b>		<b>7.457</b>

Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco 2005.  
 Revista Alimarket. Marzo 2005.

## AUTOSERVICIOS DE DESCUENTO

### 4.6.3

Los autoservicios de descuento son establecimientos comerciales de libre servicio que ponen en práctica políticas de descuento. En Alzira existen tres autoservicios de descuento pertenecientes a las enseñas *Dia*, *Lidl* y *Plus Supermercados*. Conjuntamente suponen una sala de ventas de 3.000 m<sup>2</sup>, lo que supone un tamaño medio de 1.000 m<sup>2</sup>.

Tabla 4.12

El autoservicio de descuento *Dia* con una sala de venta de 900 m<sup>2</sup> se encuentra en la Plaza 1 de Mayo y cuenta con una cuota de mercado en bienes de alimentación y droguería del 3,04%<sup>4</sup>.

Por su parte la enseña *Lidl* con 800 m<sup>2</sup> de superficie comercial está situado en la carretera Albalat y cuenta con 60 plazas de aparcamiento. Este autoservicio de descuento alcanza una cuota de mercado en bienes diarios del 1,45%.

El autoservicio de descuento *Plus Supermercados* con 1.300 m<sup>2</sup> es el de mayores dimensiones y se localiza en la calle Hort dels Frares. Este autoservicio de descuento cuenta con una cuota de mercado en bienes de alimentación y droguería del 2,5%.

<sup>4</sup> Véase capítulo 7 dedicado a cuotas de mercado.

Tabla 4.12		Localización autoservicios de descuento en Alzira.	
Nombre	Dirección	Superficie de venta	
<b>AUTOSERVICIOS DE DESCUENTO</b>			
DIA	Plaza 1 de Mayo, 2	900	
LIDL	Ctra. Albalat, s/h	800	
PLUS SUPERMERCADOS	C/ Hort dels Freres, 59	1.300	
		<b>3.000</b>	

Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco 2005.  
 Revista Alimarket. Marzo 2005.

## HIPERMERCADO

### 4.6.4

Pertenciente a la enseña *Carrefour* este hipermercado se encuentra ubicado en la carretera Albalat y dispone de una superficie de venta de 10.904 metros cuadrados.

Tabla 4.13

Este equipamiento fue inaugurado en 1991 y entre los servicios que ofrece se encuentra una gasolinera y una zona de aparcamiento con 1.400 plazas. Además dentro del centro dispone de una galería comercial con establecimientos detallistas y otros servicios).

Tabla 4.14

El hipermercado *Carrefour* alcanza una cuota de mercado en bienes de alimentación y droguería del 17,5%<sup>5</sup>. Los principales motivos que señalan los alzireños para visitar este equipamiento es el precio (30,1%) y la variedad de productos (23,1%)<sup>6</sup>.

## MERCADO MUNICIPAL DE ALZIRA

### 4.6.5

Alzira dispone de un Mercado Municipal con una superficie de 1.400 m<sup>2</sup> y un total de 45 puestos, de los cuales únicamente 6 están abiertos regularmente. Este edificio se encuentra encerrado entre bloques de viviendas, en las calles Bandera Valenciana y Riola<sup>7</sup>.

El Ayuntamiento ha decidido trasladar el actual mercado al barrio de la Vila, lo que servirá para impulsar y revitalizar la actividad comercial del Centro Histórico. El mercado estará ubicado en una planta baja y ocupará una superficie construida de aproximadamente 600 m<sup>2</sup>. El local estará dividido en puntos de venta de distintas dimensiones y dispondrá de dos entradas para facilitar el flujo de clientes.

<sup>5</sup> Véase capítulo 7 dedicado a cuotas de mercado.

<sup>6</sup> Véase Tabla A.8. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005)

<sup>7</sup> Plan Director del Comercio Minorista de la Ribera Alta. (Julio 2001)

Tabla 4.13  
Localización del hipermercado en Alzira.

Nombre	Dirección	Superficie de venta	Superficie total
<b>HIPERMERCADO</b>			
CARREFOUR	Ctra. Albalat, s/n	10.904	16.000
		10.904	16.000

Censo de establecimientos comerciales de Alzira. Oficina Pateco 2005.  
Revista Alimarket. Marzo 2005.



F A T I C O

**Pateco**



**OFERTA COMERCIAL**



**PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL ALZIRA**

El nuevo mercado municipal tendrá 13 paradas, la mayoría de ellas dedicadas al comercio de bienes de consumo diario –tres carnicerías, dos de frutas y verduras, una pescadería, una de salazones y tres charcuterías-. Además, el mercado municipal tendrá una floristería, un kiosco de prensa y un horno-cafetería, consiguiendo así un equilibrio entre actividades estrictamente comerciales y de ocio complementarias.

**Tabla 4.15**

## MERCADO AMBULANTE DE ALZIRA

### 4.6.6

El mercado ambulante de Alzira es el de mayor magnitud de la comarca de la Ribera Alta, pues todos los miércoles reúne hasta un total de 306 puestos de venta en las siguientes calles: Pedro Morell, Santo Domingo Guzmán, Riola, Doctor Just, Polinyà, Tabernes de Valldigna y Santa Teresa de Jesús.

**Tabla 4.16**

La oferta es muy variada, incluyendo alimentación de todo tipo (carnicería, charcutería, salazones, frutos secos, frutas, verduras y hortalizas, dulces, etc.), equipamiento personal (prendas de vestir, lencería, calzado y complementos), textil-hogar, equipamiento del hogar (ferretería, menaje de cocina, etc.) y otros productos (bisutería, baratijas, juguetes, música, flores y plantas, etc.).

El mercado ambulante de Alzira es un equipamiento atractivo tanto para los residentes como para los no residentes de Alzira. En este sentido un 46,8% de los residentes afirman visitarlo todas las semanas<sup>8</sup>. Los productos que suelen adquirir en el mercado son en su mayoría bienes de equipamiento personal (89,6%) y bienes diarios –productos alimenticios, droguería e higiene- (27,9%)<sup>9</sup>.

Por lo que respecta a los visitantes a Alzira, un 23,5% de los visitantes afirman visitar Alzira los miércoles para comprar<sup>10</sup>. Los productos que suelen adquirir en el mercado ambulante son bienes de equipamiento personal (76,6%), bienes de equipamiento del hogar (63,6%) y bienes diarios (15%).<sup>11</sup>

<sup>8</sup> Véase Tabla B.5 de la Encuesta a residentes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>9</sup> Véase Tabla B.8 de la Encuesta a residentes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>10</sup> Véase Tabla 2 de la Encuesta a visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>11</sup> Véase Tablas 5.1, 6.1 y 7.1 de la Encuesta a visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)



Tabla 4.15 Proyecto del nuevo mercado municipal de Alzira.

**MERCADO MUNICIPAL**

Actividad	Número	%	Superficie útil	%
Frutas, verduras y hortalizas	2	15,38	55,65	27,57
Carnicerías	3	23,08	41,08	20,35
Charcutería - Quesos	3	23,08	35,56	17,62
Pescados y mariscos	1	7,69	27,49	13,62
Pan - Pastelería y cafetería	1	7,69	9,9	4,90
Salazones - Encurtidos	1	7,69	14,21	7,04
Prensa	1	7,69	4,19	2,08
Flores - Plantas	1	7,69	13,79	6,83
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100</b>	<b>201,87</b>	<b>100</b>

Oficina Pateco, 2005.

**Tabla 4.16**
**Mercado ambulante de Alzira.**
**MERCADO AMBULANTE**

Actividad	Número	%
<b>Alimentación</b>	<b>45</b>	<b>14,71</b>
<b>Droguería-perfumería</b>	<b>1</b>	<b>0,33</b>
<b>Confección (prendas de vestir, lencería, etc)</b>	<b>175</b>	<b>57,19</b>
Ropa interior y lencería	5	1,63
Mercería	4	1,31
Corsetería	1	0,33
Ropa ordinaria	162	52,94
Ropa bebe	1	0,33
Camisas	2	0,65
<b>Calzado y complementos</b>	<b>41</b>	<b>13,40</b>
Calzado	31	10,13
Bolsos	8	2,61
Complementos	2	0,65
<b>Textil-hogar</b>	<b>8</b>	<b>2,61</b>
Tejidos	2	0,65
Retales	1	0,33
Lanas	1	0,33
Alfombras	1	0,33
Manteles - hules	1	0,33
Ropa hogar	1	0,33
Cojines	1	0,33
<b>Equipamiento para el hogar</b>	<b>11</b>	<b>3,59</b>
Ferretería	4	1,31
Menaje cocina	1	0,33
Cerámica	1	0,33
Loza	3	0,98
Cuadros	1	0,33
Lamparas	1	0,33
<b>Otros Productos</b>	<b>25</b>	<b>8,17</b>
Bisutería	8	2,61
Baratijas	2	0,65
Juguetes	1	0,33
Música	2	0,65
Artículos escritorio	1	0,33
Artículos regalo	2	0,65
Revistas	2	0,65
Productos isotérmicos	1	0,33
Artesanía	1	0,33
Herboristería	1	0,33
Animales	1	0,33
Flores y plantas	3	0,98
	<b>306</b>	<b>100</b>

Oficina Pateco, 2005.

## METODOLOGÍA

### 5.1

El objetivo principal de este capítulo es determinar la cuantía de gasto que se destina a los comercios de Alzira.

Para la estimación de la demanda comercial se tienen en cuenta diversas variables de gasto, como son el consumo que realizan las familias residentes, la capacidad de atracción de gasto del comercio de Alzira, los hábitos de compra de los habitantes así como la tendencia a gastar en los comercios de otros municipios, la capacidad de atracción turística, etc.

La cuantía de la demanda comercial incluye diferentes partidas de gasto según los distintos colectivos que realizan algún consumo en el comercio minorista local. Las partidas que se incluyen son: residentes, hostelería, turistas, población flotante o vinculada y grupo empresarial.

Las principales fuentes de obtención de datos utilizadas en este capítulo son:

- Encuesta Continua de Presupuestos Familiares del Instituto Nacional de Estadística.
- Oferta de restaurantes, cafeterías, hoteles y hostales de la Agencia Valenciana de Turisme.
- Grado de ocupación mensual de los establecimientos hoteleros según la Agencia Valenciana de Turisme.
- Encuesta de hábitos de compras de los residentes de Alzira realizada por la Oficina PATECO.
- Encuesta a visitantes de Alzira realizada por la Oficina PATECO.

## GASTO DE LOS RESIDENTES

### 5.2

El grupo de gasto en comercio minorista más importante en volumen es, sin duda, el de los residentes del municipio.

A partir de la **Tabla 5.1**, se refleja **el gasto que los residentes de la área comercial de Alzira** realizan en el comercio minorista. El gasto total realizado en el comercio minorista por los residentes de esta área **asciende a 318 millones de euros**.

 **Tabla 5.1**

El **gasto que realizan los residentes de Alzira** se ha cifrado en 108 millones de euros, **representando el 34% del gasto generado en la subárea comercial**.

El gasto per cápita anual de los residentes de Alzira asciende a 7.467 euros. De éstos, 2.593 euros se destinan a la adquisición de bienes comercializados en los establecimientos minoristas. Este gasto supone el 34% del gasto realizado.

 **Tabla 5.2**

Por grupos de bienes se observa que los residentes de Alzira destinan un mayor volumen de gasto a las compras de bienes diarios. El 60,9% de las compras del comercio minorista se destinan a adquirir este tipo de bienes (66,2 millones de euros).

El 39% del gasto se destina a bienes de consumo ocasional, principalmente a las compras de artículos de equipamiento de la persona (21%; 22,9 millones de euros).

 **Tabla 5.2b**



Tabla 5.1 Gasto total en bienes de consumo realizado por los residentes del Área Comercial de Alzira, 2004. Euros

MUNICIPIO	POBLACIÓN (2004)	BIENES DIARIOS	EQUIP. PERSONAL	EQUIP. HOGAR	OTROS PRODUCTOS	TOTAL BIENES DE COMERCIO	OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS	TOTAL	%
Albetic	9.634	14.528.333	4.768.212	1.993.830	1.481.567	22.767.942	40.048.657	62.836.599	6,94
<b>Alzira</b>	<b>41.920</b>	<b>66.206.903</b>	<b>22.995.077</b>	<b>10.592.094</b>	<b>8.838.319</b>	<b>108.722.383</b>	<b>204.306.640</b>	<b>313.029.022</b>	<b>34,56</b>
Alicante (I)	10.654	16.846.126	5.818.165	2.604.077	2.023.341	27.291.709	46.265.920	73.557.629	8,12
Algemesí	26.192	41.422.912	14.367.535	6.616.031	5.522.263	67.990.741	127.852.680	195.863.401	21,59
Antella	1.498	2.259.025	744.524	309.401	230.370	3.543.319	6.227.205	9.770.524	1,08
Bénimuslem	583	879.180	289.758	120.414	89.657	1.379.009	2.423.538	3.802.547	0,42
Carcaxent	21.119	33.399.912	11.584.757	5.336.217	4.452.683	54.773.569	102.928.242	157.701.811	17,41
Corbera	3.057	4.610.039	1.519.365	631.400	470.121	7.230.926	12.707.987	19.938.912	2,20
Gavarda	1.178	1.776.456	595.480	243.307	181.159	2.796.402	4.896.961	7.693.362	0,85
Guadaasuar	5.568	8.396.895	2.767.362	1.150.028	856.276	13.170.361	23.146.245	36.316.606	4,01
Laurí	1.269	1.913.866	630.708	262.102	195.153	3.001.650	5.275.249	8.276.899	0,91
Masalavés	1.535	2.314.822	762.913	317.043	236.080	3.630.838	6.381.014	10.011.852	1,11
Tous	1.114	1.679.942	553.671	230.088	171.317	2.635.018	4.630.912	7.265.930	0,80
<b>TOTAL</b>	<b>125.321</b>	<b>196.324.031</b>	<b>67.407.527</b>	<b>30.404.022</b>	<b>24.749.287</b>	<b>318.883.867</b>	<b>586.891.228</b>	<b>905.775.095</b>	<b>100</b>

Elaboración Oficina PATECO, 2005

**TABLA 5.2**
**Gasto en bienes y servicios realizado por los residentes de Alzira (Euros). 2004**
**GASTO DE LOS RESIDENTES**

	Per cápita	Total	%
Carne y charcutería	368,42	15.444.020,93	4,93
Pescado	195,11	8.179.013,69	2,61
Frutas y verduras	241,40	10.119.485,25	3,23
Pan y cereales	197,59	8.282.959,53	2,65
Pdtos. Ultramarinos	314,09	13.166.621,50	4,21
Bebidas	106,94	4.483.062,38	1,43
Art. Limpieza hogar	79,36	3.326.804,80	1,06
Art. Higiene personal	78,60	3.294.935,15	1,05
<b>BIENES DIARIOS</b>	<b>1.581,51</b>	<b>66.296.903,23</b>	<b>21,18</b>
Prendas vestir	411,88	17.265.977,28	5,52
Calzado	112,01	4.695.268,42	1,50
Otros gtos vest.y calzado	12,11	507.655,67	0,16
Art. Viaje y personales	12,55	526.175,52	0,17
<b>EQUIP. PERSONAL</b>	<b>548,55</b>	<b>22.995.076,89</b>	<b>7,35</b>
Muebles y accesorios	98,94	4.147.433,68	1,32
Textil-hogar	26,36	1.105.102,21	0,35
Radio-TV-Sonido	39,79	1.667.856,29	0,53
Cristalería, vajilla, menaje	19,83	831.275,34	0,27
Calefacción y electrodom.	50,08	2.099.481,27	0,67
Bricolaje	17,67	740.934,78	0,24
<b>EQUIP HOGAR</b>	<b>252,67</b>	<b>10.592.083,56</b>	<b>3,38</b>
Ocio y cultura	134,52	5.639.135,46	1,80
Tecnología	28,72	1.204.144,85	0,38
Otros gastos	47,59	1.995.038,90	0,64
<b>OTROS PRODUCTOS</b>	<b>210,84</b>	<b>8.838.319,21</b>	<b>2,82</b>
<b>TOTAL BIENES DE COMERCIO</b>	<b>2.593,57</b>	<b>108.722.382,89</b>	<b>34,73</b>
			<b>0</b>
Tabacos	131,14	5.497.479,19	1,76
Tintorería, sastrería y alquiler de ropa	3,89	163.096,96	0,05
Alquileres relacionados con la vivienda	1.676,52	70.279.806,83	22,45
Servicios de mantenimiento de la vivienda	562,54	23.581.745,77	7,53
Servicios médicos y estética	232,48	9.745.725,17	3,11
Automóviles, motos, bicicletas y sus reparaciones	435,39	18.251.616,00	5,83
Gastos de transporte	393,07	16.477.439,18	5,26
Servicio de comunicaciones	161,37	6.764.634,39	2,16
Reparación de aparatos eléctricos y electrónicos	3,18	133.140,63	0,04
Ocio, espectáculos y cultura	271,86	11.396.504,56	3,64
Enseñanza	88,11	3.693.742,46	1,18
Consumo de alimentación fuera del hogar	645,48	27.058.527,68	8,64
Seguros y otros gastos de servicios	268,68	11.263.180,73	3,60
<b>OTROS BIENES Y SERVICIOS</b>	<b>4.873,73</b>	<b>204.306.639,56</b>	<b>65,27</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>7.467,30</b>	<b>313.029.022,45</b>	<b>100,00</b>

Elaboración Oficina PATECO, 2005

**TABLA 5.2b**
**Gasto en bienes y servicios realizado por los residentes de Alzira (Euros). 2004**
**GASTO DE LOS RESIDENTES**

	Per cápita	Total	%
Carne y charcutería	368,42	15.444.020,93	14,21
Pescado	195,11	8.179.013,69	7,52
Frutas y verduras	241,40	10.119.485,25	9,31
Pan y cereales	197,59	8.282.959,53	7,62
Pdtos. Ultramarinos	314,09	13.166.621,50	12,11
Bebidas	106,94	4.483.062,38	4,12
Art. Limpieza hogar	79,36	3.326.804,80	3,06
Art. Higiene personal	78,60	3.294.935,15	3,03
<b>BIENES DIARIOS</b>	<b>1.581,51</b>	<b>66.296.903,23</b>	<b>60,98</b>
Prendas vestir	411,88	17.265.977,28	15,88
Calzado	112,01	4.695.268,42	4,32
Otros gtos vest.y calzado	12,11	507.655,67	0,47
Art. Viaje y personales	12,55	526.175,52	0,48
<b>EQUIP. PERSONAL</b>	<b>548,55</b>	<b>22.995.076,89</b>	<b>21,15</b>
Muebles y accesorios	98,94	4.147.433,68	3,81
Textil-hogar	26,36	1.105.102,21	1,02
Radio-TV-Sonido	39,79	1.667.856,29	1,53
Cristalería, vajilla, menaje	19,83	831.275,34	0,76
Calefacción y electrodom.	50,08	2.099.481,27	1,93
Bricolaje	17,67	740.934,78	0,68
<b>EQUIP HOGAR</b>	<b>252,67</b>	<b>10.592.083,56</b>	<b>9,74</b>
Ocio y cultura	134,52	5.639.135,46	5,19
Tecnología	28,72	1.204.144,85	1,11
Otros gastos	47,59	1.995.038,90	1,83
<b>OTROS PRODUCTOS</b>	<b>210,84</b>	<b>8.838.319,21</b>	<b>8,13</b>
<b>TOTAL BIENES DE COMERCIO</b>	<b>2.593,57</b>	<b>108.722.382,89</b>	<b>100,00</b>

Elaboración Oficina PATECO, 2005

## FLUJOS DE ATRACCIÓN EVASIÓN DE GASTO

### 5.2.1

La red de comunicaciones, la presencia de otras localidades próximas –Xàtiva o Valencia- con una oferta comercial atractiva y la creciente motorización de la población que facilita la movilidad son aspectos que inciden en los flujos de gasto entre municipios.

En este sentido, se distingue, por un lado, la capacidad de Alzira de generar atracción en los residentes de otras poblaciones. A las compras que efectúan estos visitantes en el comercio local se le denomina *gasto atraído*.

Por otra parte, los residentes de Alzira en sus desplazamientos a otras localidades pueden efectuar compras. A estas compras se les denomina *gasto evadido*.

### Gasto atraído por el comercio local.

Para computar el gasto atraído por el municipio se tiene en cuenta, por un lado, los visitantes que acuden a la ciudad por diversos motivos: compras, trabajo, estudios, etc., y que durante su visita realizan compras en el comercio local.

Para computar las compras de estos visitantes se ha considerado la población flotante o vinculada del INE<sup>1</sup>. Según esta fuente la población vinculada a Alzira está próxima a 7.000 personas.

<sup>1</sup> Censo de población y vivienda de 2.001. Instituto Nacional de Estadística. La población vinculada hace referencia a las personas que tienen algún tipo de relación habitual con el municipio en cuestión, ya sea porque residen, porque trabajan o estudian allí, o porque disponen de una segunda vivienda en la que suelen pasar ciertos períodos de tiempo (veraneos, puentes, fines de semana, etc.). No se consideran vinculadas las personas que, residiendo temporalmente, no trabajan, ni estudian, ni disponen de una segunda vivienda en el municipio. Sustituye el concepto de transeúnte y de población de hecho y permite una mejor aproximación a la carga real de población que cada municipio ha de soportar.

La mayoría están vinculadas a Alzira por motivos laborales (70,5%), mientras que la población estudiantil representa el 6,2%. Sólo se considera a estos dos colectivos dado que los visitantes que acuden al municipio porque poseen una segunda residencia se tienen en cuenta a la hora de computar el gasto turístico de segunda residencia.

**Por otro lado, cabe tener presente la ubicación de un gran equipamiento comercial como es el Hipermercado Carrefour en el término municipal, único en el área que, refuerza a este municipio como polo de atracción comercial.**

De hecho uno de los establecimientos preferidos por los visitantes para realizar sus compras de alimentación, droguería e higiene es *Carrefour* (62%), seguido por el supermercado *Mercadona* (36%)<sup>2</sup>.

A partir de las estimaciones realizadas se desprende que **el gasto atraído por el comercio local asciende a 133,9 millones de euros.**

### Gasto evadido de los residentes de Alzira

A nivel global, el residente de Alzira destina al comercio local el 94% del gasto en bienes de consumo<sup>3</sup>. En términos monetarios representa 101,9 millones de euros.

El porcentaje de gasto que los residentes en Alzira destinan a otras poblaciones representa el 6% del gasto realizado en bienes de comercio (6,8 millones de euros), dato que refleja la capacidad de retención de gasto del comercio local.

 Tabla 5.3

 Tabla 5.3b

El grupo de bienes diarios no genera ninguna evasión. **El porcentaje de evasión es tan poco significativo que se ha desestimado. Por tanto, se puede afirmar que Alzira fija el gasto de bienes diarios en el propio municipio.**

**El gasto de equipamiento personal que se destina a otros municipios asciende a 4,5 millones de euros** (20% del gasto en equipamiento personal).

El principal destino de las compras realizadas fuera del municipio es el comercio de la ciudad de Valencia que capta 4,3 millones de euros (19% del gasto en equipamiento personal).

<sup>2</sup> Encuesta a visitantes. Oficina PATECO, 2005.

<sup>3</sup> Productos que se comercializan en establecimientos detallistas.

**TABLA 5.3**
**Distribución del gasto en bienes de comercio realizado por los residentes en Alzira según municipios y tipo de bien. (%)**
**DESTINO DEL GASTO DE LOS RESIDENTES**

	BIENES DIARIOS	EQUIP. PERSONAL	EQUIP. HOGAR	OTROS PRODUCTOS	TOTAL
<b>Alzira</b>	100,0	80,0	87,0	90,5	93,7
Valencia	-	19,0	13,0	9,5	6,1
Xàtiva	-	1,0	-	-	0,2
<b>Total gasto evadido (%)</b>	0,0	20,0	13,0	9,5	6,3

Oficina PATECO a partir de la Encuesta a residentes de Alzira 2005.

**TABLA 5.3.b**  
**Gasto en bienes de comercio realizado por los residentes en Alzira según municipios y tipo de bien. Euros**

<b>DESTINO DEL GASTO DE LOS RESIDENTES</b>						
	<b>BIENES DIARIOS</b>	<b>EQUIP. PERSONAL</b>	<b>EQUIP. HOGAR</b>	<b>OTROS PRODUCTOS</b>	<b>TOTAL</b>	
<b>Alzira</b>	<b>66.296.903,23</b>	<b>18.396.061,51</b>	<b>9.215.112,70</b>	<b>7.998.678,89</b>	<b>101.906.756,33</b>	
Valencia	-	4.369.064,61	1.376.970,86	839.640,33	6.585.675,80	
Xàtiva	-	229.950,77	-	-	229.950,77	
<b>Total gasto evadido</b>	<b>0,00</b>	<b>4.599.015,38</b>	<b>1.376.970,86</b>	<b>839.640,33</b>	<b>6.815.626,57</b>	

Oficina PATECO a partir de la Encuesta a residentes de Alzira, 2005.

El comercio especializado en equipamiento del hogar retiene el 87% del gasto de los residentes realizado en esta partida. **El 13% restante (1,3 millones de euros) se destina al comercio ubicado fuera del propio municipio.**

Por último, **las compras de otros artículos de consumo ocasional** (ocio y cultura, tecnología y productos diversos) **se prefieren realizar en el propio municipio.** El 90,5% del gasto en estos productos se realiza en Alzira, estimándose la evasión de gasto en 0,83 millones de euros (9,5%).

### Saldo atracción-evasión de gasto.

La diferencia entre el gasto atraído por el comercio local y la evasión de gasto que se realiza hacia otros municipios representan el *saldo de atracción-evasión*. Una diferencia positiva refleja la capacidad del comercio local de atraer compras en mayor volumen que las compras que se materializan fueran. Por el contrario, un resultado negativo muestra mayor capacidad de atracción del comercio foráneo frente al local.

En este sentido, se observa que, con un saldo positivo de 127,12 millones de euros, el comercio de Alzira atrae mayor volumen de gasto que el que se evade hacia otras localidades. Por tanto, se desprende la **capacidad de retención del gasto de los residente y atracción de gasto de residentes de otras ciudades.**

Tabla 5.4



**TABLA 5.4 Saldo atracción-evasión de gasto**

**EVASIÓN DEL GASTO**

	Gasto atraído	Gasto evadido	Saldo de atracción-evasión
BIENES DIARIOS	61.752.089,10	0,00	61.752.089,10
EQUIP. PERSONAL	36.747.769,90	4.599.015,38	32.148.754,52
EQUIP HOGAR	18.831.971,70	1.376.970,86	17.455.000,84
OTROS PRODUCTOS	16.612.147,80	839.640,33	15.772.507,47
<b>TOTAL</b>	<b>133.943.978,50</b>	<b>6.815.626,57</b>	<b>127.128.351,93</b>

Oficina PATECO, 2005

## EL GASTO EN BIENES DE COMERCIO REALIZADO POR LOS ESTABLECIMIENTOS HOSTELEROS

5.3

**El gasto que realizan los establecimientos hosteleros** en el comercio minorista se estima según la metodología del PATECO.

A partir de las plazas de hoteles, hostales, restaurantes y cafeterías ofrecidos por la Agencia Valenciana de Turisme se han cuantificado un total de 78 establecimientos y 5.459 plazas.

Del número de plazas ofertadas **se estima un gasto** en el comercio minorista realizado por los establecimientos hosteleros **de 2,8 millones de euros**, siendo su destino la adquisición de artículos de alimentación y bebidas.

Tabla 5.5



**TABLA 5.5** Gasto en bienes de consumo realizado por los establecimientos hosteleros de Alzira, 2004

**NÚMERO DE PLAZAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOSTELEROS**

Municipio	HOTELES		HOSTALES		RESTAURANTES		CAFETERÍAS		TOTALES		GASTO HOSTELERO COMPRA A DETALLISTAS. En Euros
	nº	plz	nº	plz	nº	plz	nº	plz	nº	plz	
Alzira	3	188	-	-	56	4.011	19	1.260	78	5.459	2.839.935,57

Elaboración propia a partir de los datos de Oferta Turística Municipal y Comarcal de la Agencia Valenciana del Turismo 2004.

## GASTO TURÍSTICO

### 5.4

La cuantificación del gasto turístico parte de la estimación de las siguientes partidas de gasto:

- *Gasto turístico atraído*: comprende las compras de los turistas que visitan Alzira y efectúan compras, bien sea porque se alojan en establecimientos hosteleros o bien porque disponen de una segunda residencia en el término municipal donde disfrutan de sus vacaciones o días de descanso.
- *Gasto turístico evadido*: representa aquellas compras que los residentes de Alzira efectúan en comercios de otras localidades cuando disfrutan de sus vacaciones.

### GASTO TURÍSTICO ATRAÍDO

#### 5.4.1

El gasto turístico atraído se estima considerando dos tipos de turistas, los que se alojan en establecimientos hoteleros y los que lo hacen en viviendas secundarias o apartamentos de uso vacacional.

#### Gasto turístico de los turistas alojados en hoteles

A partir del número de establecimientos hoteleros censados por la Agencia Valenciana de Turisme se estima el gasto realizado por los turistas alojados en este tipo de establecimientos.

Según esta fuente Alzira dispone de tres hoteles con una capacidad de 188 plazas.

Siguiendo la metodología desarrollada en el PATECO y considerando que la mayor afluencia de turistas se produce en los meses de verano se han cuantificado las pernoctaciones que se realizan en este periodo y el gasto que realizan los turistas alojados en hoteles. De las estimaciones realizadas se desprenden un gasto atraído por estos turistas de 52 mil euros.

### Gasto turístico de los turistas de segunda residencia

A partir del número de viviendas secundarias y vacías censadas por el Instituto Nacional de Estadística<sup>4</sup> y siguiendo la metodología desarrollada en PATECO se ha estimado el número de viviendas de potencial uso turístico. El número de viviendas computadas asciende a 863 residencias

Considerando, una ocupación media de 60 días para un grupo de 3 miembros se ha estimado un **gasto atraído por los turistas de segunda residencia de 1,03 millones de euros.**

El mayor volumen de gasto se destina a bienes de consumo cotidiano que supone 1,03 millones de euros (71,3% del gasto turístico de segunda residencia).

Tabla 5.6

Tabla 5.7

## GASTO TURÍSTICO EVADIDO

### 5.4.2

A las partidas de gasto anteriores hay que detraer el gasto que los residentes en Alzira realizan cuando disfrutan de sus vacaciones. Para ello se ha tenido en cuenta la tenencia de segunda residencia y los hábitos de compra durante su estancia en ella. A partir de esta información se estima lo que se denomina *gasto turístico evadido*.

De la encuesta de hábitos a residentes de Alzira se desprende que el 9,8% de los residentes dispone de una segunda residencia. El 23% de los residentes con una segunda vivienda afirma que la poseen en el propio municipio y el 29% asegura seguir realizando sus compras en el comercio alcoreño durante su estancia en esta segunda vivienda<sup>5</sup>.

A partir de la información anterior y la estancia media **se estima un gasto turístico evadido de 1,4 millones de euros.**

<sup>4</sup> Censo de Población y Viviendas 2001 (INE).

<sup>5</sup> Encuesta de hábitos de compra a residentes en Alzira. Oficina PATECO, 2005.

**TABLA 5.6 Número de plazas de los establecimientos hoteleros**
**NÚMERO DE PLAZAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS**

Municipio	HOTELES		HOSTALES		TOTALES	
	nº	plz	nº	plz	nº	Plazas
Alzira	3	188	-	-	3	188

Elaboración propia a partir de los datos de oferta turística municipal y comarcal de la Agencia Valenciana del Turismo 2004.

**TABLA 5.7**

**Gasto turístico en alojamientos hoteleros**

GASTO TURÍSTICO EN ALOJAMIENTOS HOTELEROS

Pernoctaciones	Julio	Agosto	Septiembre	TOTAL PERNOCTACIONES	GASTO TURÍSTICO
Alzira	2.774	2.831	2.424	8.029	52.589,15

Elaboración propia a partir de los datos de la Agencia Valenciana del Turismo 2004 y PATECO (1997)



### SALDO NETO DEL GASTO TURÍSTICO

### 5.4.3

De la agregación y detracción de las partidas de gasto anteriores se obtiene el **Saldo Neto del gasto turístico que en Alzira se estima con un saldo negativo de 367 mil euros.**

Tabla 5.8



**TABLA 5.8**

**Saldo Neto del Gasto Turístico en bienes de consumo en Alzira. Euros**

	Gasto turístico atraído (alojamientos hoteleros)	Gasto turístico atraído (2ª residencia)	Gasto turístico evadido	Saldo neto del Gasto Turístico
BIENES DIARIOS	30.501,71	736.536,84	1.035.887,75	-268.849,20
EQUIP. PERSONAL	7.888,37	84.706,90	119.134,36	-26.539,08
EQUIP HOGAR	1.209,55	69.211,74	97.341,49	-26.920,20
OTROS PRODUCTOS	12.989,52	142.555,52	200.494,40	-44.949,37
<b>TOTAL</b>	<b>52.589,15</b>	<b>1.033.011,00</b>	<b>1.452.858,00</b>	<b>-367.257,85</b>

Oficina PATECO, 2005

## GASTO EMPRESARIAL

### 5.5

El gasto empresarial representa aquellas compras que el tejido empresarial, profesionales y demás actividades económicas realizan en el comercio minorista para adquirir artículos de equipamiento del hogar y otros productos como papelería, informática, tecnología, etc. **La estimación de este gasto se ha cifrado en 3,12 millones de euros.**

Tabla 5.9

TABLA 5.9 Gasto empresarial	
	Gasto empresarial
BIENES DIARIOS	-
EQUIP. PERSONAL	-
EQUIP HOGAR	1.702.147,83
OTROS PRODUCTOS	1.420.317,90
<b>TOTAL</b>	<b>3.122.465,73</b>

Elaboración propia a partir del Plan de Acción Territorial Aplicado a la Distribución Comercial en la Comunidad Valenciana (PATECO)

## GASTO COMERCIALIZADO

5.6

De la agregación de las partidas estimadas anteriormente –residentes, hostelería, turismo y tejido empresarial- se ha obtenido un **gasto igual a 241,44 millones de euros**.

El grupo de gasto con mayor capacidad de captar el gasto de todos los grupos analizados es, sin duda, el de bienes diarios, a los que se destina el 54% de las compras (130 millones de euros).

Por detrás se sitúan los grupos de equipamiento personal (23%), equipamiento del hogar (12%) y otros productos (11%).

Por partidas de gasto, se refleja la capacidad de atracción del comercio alzireño, siendo el saldo de atracción-evasión<sup>6</sup> el de mayor volumen de gasto con 127 millones de euros.

En segundo lugar se sitúa el consumo realizado por los propios residentes que asciende a 108 millones de euros.

 Tabla 5.10

<sup>6</sup> Saldo atracción-evasión de gasto: volumen de gasto realizado en el comercio local por residentes de otras poblaciones tras detraer el gasto que los residentes alzireños realizan fuera de su municipio.



**TABLA 5.10**

**Gasto comercializado en Alzira (Euros)**

	Gasto comercializable de los residentes	Saldo atracción-evasión	Gasto Hostelero	Saldo Neto Turístico	Gasto empresarial	Gasto comercializado	%
Bienes diarios	66.296.903,23	61.752.089,10	2.839.935,57	-268.849,20	-	130.620.078,70	54,10
Equipamiento personal	22.995.076,89	32.148.754,52	-	-26.539,08	-	55.117.292,33	22,83
Equipamiento del hogar	10.592.083,56	17.455.000,84	-	-26.920,20	1.702.147,83	29.722.312,03	12,31
Otros productos	8.838.319,21	15.772.507,47	-	-44.949,37	1.420.317,90	25.986.195,22	10,76
<b>TOTAL</b>	<b>108.722.382,89</b>	<b>127.128.351,93</b>	<b>2.839.935,57</b>	<b>-367.257,85</b>	<b>3.122.465,73</b>	<b>241.445.878,28</b>	<b>100,00</b>

Oficina PATECO 2005

## HÁBITOS DE COMPRA Y OCIO DE LOS RESIDENTES DE ALZIRA

### 6.1

Para determinar los hábitos de compra de las familias residentes en Alzira se ha llevado a cabo un trabajo de campo consistente en la realización de 400 encuestas a las familias que residen en el municipio. En esta encuesta se hace referencia a todos los aspectos del acto de compra, como por ejemplo el lugar de compra, la frecuencia, el gasto realizado, las motivaciones, el volumen de compras realizado fuera de Alzira, etc.

Los resultados se presentan por intervalos de edad del decisor de compra para representar lo más realmente posible la conducta de compra, por este motivo se ha procedido a diferenciar entre tres perfiles de familias.

Los intervalos de edad que se han considerado son los siguientes:

- **Familias jóvenes** con decisor de compra entre 20 y 29 años.
- **Familias de mediana edad** con decisor de compra entre 30 y 49 años.
- **Familias maduras** con decisor de compra entre 50 y 70 años.

Asimismo también se ha realizado una explotación por distritos censales, en este caso cinco.

## HÁBITO DE COMPRA EN BIENES DE CONSUMO DIARIO

### Compra fuerte

Se entiende por compra fuerte la que realizan los consumidores para satisfacer sus necesidades alimenticias y de higiene durante un periodo de tiempo igual o superior a una semana. Esta compra se suele realizar en un único establecimiento.

Un 54,3% de las familias de Alzira realizan compra fuerte y más de la mitad de las familias de mediana edad (66,2%) son las que presentan un porcentaje más alto a la hora de realizar este tipo de compra.<sup>1</sup>

Los residentes de Alzira prefieren realizar la compra indistintamente cualquier día de la semana (44,2%), y seguidamente los Sábados (22,1%) y los Viernes (18,1%).<sup>2</sup>

El gasto medio realizado en la compra fuerte de alimentación, droguería e higiene es de 115,4 euros. Siendo los residentes de edades más jóvenes los que realizan un mayor gasto en este tipo de compra, que asciende a 125 euros.<sup>3</sup>

El establecimiento preferido a la hora de realizar la compra fuerte es *Mercadona* (53,4%)<sup>4</sup>. Principalmente por la cercanía al lugar del domicilio (24%), por los precios que ofrece (24%) y por la variedad de productos (18,8%).<sup>5</sup>

La frecuencia media con la que suelen acudir los residentes de Alzira a realizar a *Mercadona* la compra fuerte es de tres días al mes y es indistintamente cualquier día de la semana (42,2%) los viernes (25%) y los Sábados (19,8%).<sup>6</sup>

El gasto medio que suelen realizar los residentes de Alzira en la compra fuerte en *Mercadona* es de 54,3 euros.<sup>7</sup>

Los residentes de Alzira eligen, en segundo lugar, para realizar la compra fuerte el hipermercado *Carrefour* (38,3%)<sup>8</sup> por el precio (30,1%) y por la variedad de productos (23,1%).<sup>9</sup> La frecuencia media con la que acuden a *Carrefour* es de dos días al mes, siendo éstos cualquier día de la semana (41,1%) y los Sábados (27,4%) los días preferidos para acudir a realizar la compra fuerte.<sup>10</sup>

<sup>1</sup> Tabla A.1 de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>2</sup> Tabla A.4. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>3</sup> Tabla A.10. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>4</sup> Tabla A.2. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>5</sup> Tabla A.7. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>6</sup> Tabla A.5. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>7</sup> Tabla A.9. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>8</sup> Tabla A.2. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>9</sup> Tabla A.8. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>10</sup> Tabla A.6. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

## Compra Cotidiana

La compra cotidiana es aquella que realizan las familias con la finalidad de proveerse de aquellos bienes de consumo diario de carácter perecedero tales como pan, huevos y leche. Si la compra fuerte se realizaba una vez a la semana, o incluso con menor frecuencia mensual, la compra cotidiana se efectúa varias veces a la semana, por lo que el volumen de gasto por acto de compra es menor que en la compra fuerte.

En este caso, esta compra se realiza principalmente en *Mercadona* (50,4%) cada tres días, seguido de las *tiendas de barrio* y *ultramarinos* (27,4%).<sup>11</sup>

Esta compra suele realizarse cada tres días por el 32,3% de los residentes, como frecuencia media.<sup>12</sup>

Grafico 6.1

El gasto medio en compra cotidiana por los residentes de Alzira es de 20 euros. No se han detectado diferencias importantes en este volumen de gasto según intervalos de edad.<sup>13</sup>

Hay que destacar que un 32,1% de los residentes de Alzira considera que la oferta de establecimientos del municipio es completa, un 8,6% de las familias afirma que faltan pescaderías y un 4,9% opina que hacen faltan más supermercados.<sup>14</sup>

## Mercado Municipal

Un 89% de los residentes de Alzira afirma no acudir con frecuencia al mercado municipal y la tendencia de visita es mayor a medida que aumenta el nivel de edad.<sup>15</sup>

En el caso de los motivos por los que no se acude a comprar se encuentran la lejanía respecto al domicilio (46,6%), los precios (20,9%) y los horarios (12,3%), siendo estos datos más relevantes en el caso de los residentes menores de 30 años.<sup>16</sup>

Grafico 6.2

<sup>11</sup> Tabla A.12. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>12</sup> Tabla A.13. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

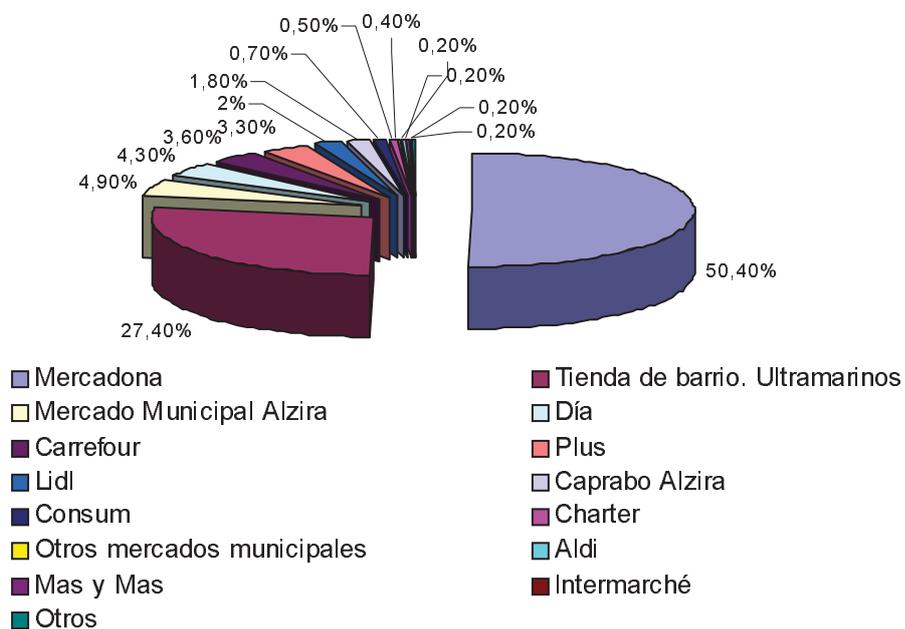
<sup>13</sup> Tabla A.11. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>14</sup> Tabla A.14. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

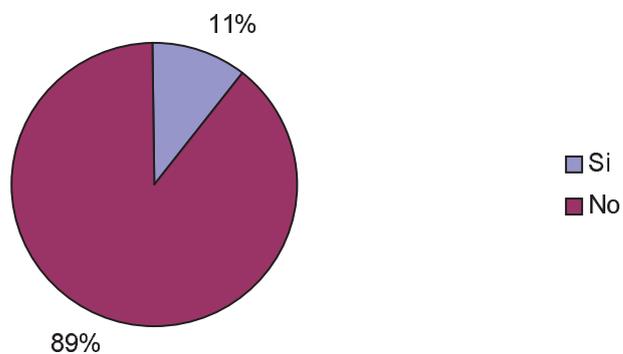
<sup>15</sup> Tabla A.16. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>16</sup> Tabla A.20. y A.21. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

### Establecimientos donde se realiza la compra cotidiana



### Personas que visitan el mercado municipal con frecuencia.



## HÁBITO DE COMPRA EN BIENES DE EQUIPAMIENTO PERSONAL

Se considera patrón de compra de bienes de equipamiento personal a la compra de productos como ropa, calzado y complementos de vestir.

El principal destino del gasto realizado en este tipo de productos es el propio municipio, concentrando el 72,1% del gasto en este tipo de bienes.<sup>17</sup>

La ciudad de Valencia es nombrada como el segundo destino para la compra de estos bienes, evadiendo un 25,3% del gasto.

En cuanto a intervalos de edad, destacar que esta fuga de gasto hacia la ciudad de Valencia tiende a generalizarse entre los más jóvenes y, a medida que aumenta la edad de los residentes, estos muestran una mayor cota de fidelidad, realizando este tipo de compras en el propio municipio.<sup>18</sup>

Para la adquisición de bienes de equipamiento personal, los residentes de Alzira prefieren acudir a las *pequeñas tiendas de ropa y calzado* (44,6%) y al *Mercadillo Ambulante* (15,7%). Estos establecimientos junto con *El Corte Inglés de Valencia* son los que prefieren los residentes de más edad, mientras que los más jóvenes realizan un gasto equitativo entre los diferentes establecimientos de bienes de equipamiento personal.<sup>19</sup>

En cuanto a los establecimientos de equipamiento personal que echan de menos las familias de Alzira destacar que un 32,1% de los residentes consideran que no creen que haga falta ningún establecimiento, sin embargo, los establecimientos que más se echan en falta son las zapaterías y establecimientos de ropa para mujer, siendo estos datos más relevantes en el caso de los residentes menores de 30 años.<sup>20</sup>

Los motivos que alegan los residentes de Alzira para realizar las compras de este tipo de bienes fuera de su municipio son el poco surtido de las tiendas (37%), que además hay pocas (34,8%), que los precios son más altos (31,9%) y que la calidad es mayor en otros sitios (24,4%).<sup>21</sup>

<sup>17</sup> Tabla B.0. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>18</sup> Tabla B.1. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>19</sup> Tabla B.2. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>20</sup> Tabla A.14. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>21</sup> Tabla B.4. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

## Mercado Ambulante

La oferta del mercado ambulante es atractiva para los residentes de Alzira, al que aseguran acudir el 46,8% de los entrevistados.<sup>22</sup> La frecuencia con la que acuden los residentes es de todas las semanas (42,9%)<sup>23</sup>, siendo el gasto medio por visita de 25,6 euros<sup>24</sup>.

Porcentaje de personas que compran en el mercado ambulante

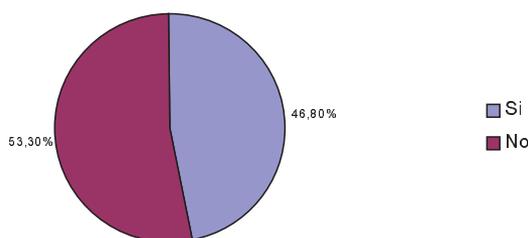


Gráfico 6.3

Los productos que se suelen adquirir en el mercado ambulante son en su mayoría bienes de equipamiento personal (89,6%) y productos de alimentación, droguería e higiene (27,9%).<sup>25</sup>

## HÁBITO DE COMPRA DE BIENES DE EQUIPAMIENTO DEL HOGAR Y OTROS BIENES DE CONSUMO OCASIONAL

Los bienes de equipamiento del hogar lo componen los muebles, los electrodomésticos, artículos de bricolaje, productos de decoración para el hogar y otros complementos del hogar.

Un 87,1% del gasto generado en la compra de equipamiento del hogar se adquiere en el mismo municipio, siendo Valencia el principal destino del gasto evadido (12,5%).<sup>26</sup>

En cuanto a la edad, destacar que, a medida que aumenta la edad de los residentes estos muestran una mayor cota de fidelidad realizando este tipo de compras de bienes de equipamiento del hogar en el propio municipio.

<sup>22</sup> Tabla B.5. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>23</sup> Tabla B.6. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>24</sup> Tabla B.7. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>25</sup> Tabla B.8. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>26</sup> Tabla C.1. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

Los establecimientos preferidos por los entrevistados para adquirir este tipo de bienes son *Medianas y Grandes Tiendas* (23,4%), así como las *Cadenas de Electrodomésticos* (22,7%) y el hipermercado *Carrefour* (16%). En estos casos son las familias más jóvenes las que mayor porcentaje de gasto realizan en estos establecimientos.<sup>27</sup>

Un 32,1% de los residentes de Alzira considera que no hace falta ningún establecimiento de equipamiento del hogar en el municipio, sin embargo, un 1,9% de los encuestados afirma que en el municipio echan de menos tiendas de muebles sobretodo las familias más jóvenes.<sup>28</sup>

## VALORACIÓN DEL COMERCIO Y LA OFERTA DE OCIO DE ALZIRA

### Hábitos de compra

Los residentes de Alzira afirman que suelen comparar precios antes de comprar, que deciden que comprarán antes de acudir a los establecimientos. Además compran en el menor tiempo posible, en promociones o rebajas, suelen pagar con tarjeta y gastan más de lo previsto.

También afirman que no suelen comprar los días festivos aunque las tiendas abran, y que tampoco compran en otras ciudades de forma asidua. Raras veces compran el producto más caro por ser de mayor calidad.<sup>29</sup>

### Valoración del comercio y posibles mejoras

**Los residentes de Alzira valoran de forma positiva el comercio de su municipio**, afirman que el comercio **presta un buen servicio, ofrece productos de bastante calidad, es variado y moderno**, «va a más», tiene buenas ofertas, suficientes supermercados y tiendas especializadas. Del mismo modo, valoran la imagen de los establecimientos, los servicios y atención al cliente, la cercanía y proximidad y los precios.

En general, a mayor edad, más favorables es la valoración de los residentes sobre el comercio de Alzira.<sup>30</sup>

<sup>27</sup> Tabla C.2. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>28</sup> Tabla A.14 y A.15. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>29</sup> Tabla E.1. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>30</sup> Tabla E.2. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

Considerando las diferencias según distritos, vemos que los residentes del distrito tercero son los que muestran un mayor grado de satisfacción, especialmente en aspectos como la calidad de los productos, la atraktividad de los escaparates, la imagen del establecimiento, los servicios y atención al cliente y la cercanía y proximidad. No obstante, cabe destacar que en el resto de distritos también se da una alta valoración de estos aspectos.<sup>31</sup>

**Entre las mejoras que reclaman los residentes de Alzira se encuentran la seguridad ciudadana, la limpieza de las calles, la iluminación de las calles y plazas, las aceras y reducir el tráfico de coches.**<sup>32</sup>

### Valoración de la oferta de ocio

Los residentes de Alzira consideran insuficiente la oferta de actividades culturales, tales como teatros y museos, siendo esta consideración más importante entre los menores de 30 años. Este grupo de edad considera asimismo insuficiente la oferta de cine, de pub's y discotecas, mientras que los residentes de mediana edad y mayores de 50 años echan en falta un parque de ocio infantil.<sup>33</sup>

Si consideramos estas características por distritos, vemos que las actividades culturales (teatros, museos) son también las más demandadas, especialmente por los residentes de los distritos 2, 3 y 4. Del mismo modo también se considera insuficiente el número de parques de ocio infantiles, sobre todo según los residentes del distrito 3.<sup>34</sup>

Con la finalidad de dar a conocer el comportamiento que predomina entre las familias de Alzira se han definido diversas tipologías de ocio tal y como se presenta a continuación:

- **Ocio Deportivo:** Basado en la práctica de actividades deportivas.
- **Ocio Cultural fuera del hogar:** Basado en actividades culturales realizadas fuera de hogar (ir al teatro, cine, museos, exposiciones...)
- **Ocio Cultural en el hogar:** Definido por actividades culturales dentro del hogar (lectura, escuchar música, ...)

<sup>31</sup> Tabla E.3. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>32</sup> Tabla E.4. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>33</sup> Tabla E.6. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>34</sup> Tabla E.7. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

- **Ocio Comercial:** Relajarse mientras realiza compras, va a la peluquería (implica un desembolso económico).
- **Ocio Religioso:** Por ejemplo: acudir a misa,...
- **Ocio de Relaciones:** Salir con los amigos a tomar algo, cenar, etc...
- **Ocio de Relajación:** Pasear, ver la televisión, descansar en casa.
- **Ocio de juego:** Basado en la práctica de juegos de azar: casino, bingo, máquinas con premio,...

Las actividades de ocio que los residentes de Alzira consideran interesantes, cabe destacar el hecho de ir a restaurantes y las actividades culturales.

No obstante, existen importantes diferencias en función de la edad, así los más jóvenes son los que encuentran interesante un mayor número de actividades de ocio, tales como ir al cine, ir a pub's y discotecas, las actividades culturales, los espectáculos de masas (conciertos, etc.) e ir a hamburgueserías, tascas y bares, coincidiendo en algunas de ellas con los residentes de mediana edad.<sup>35</sup>

### OTROS ASPECTOS DE INTERÉS

Un 9,8% de las familias de Alzira poseen una segunda vivienda de uso vacacional<sup>36</sup>. El 22,9% de estas viviendas de uso vacacional están ubicadas en el mismo municipio, un 14,3% se ubican en Gandía, un 11,4% en Cullera y en Valencia, Benidorm y Calpe se ubican un 5,7% de viviendas en cada municipio.<sup>37</sup>

La estancia media vacacional al año en Alzira es de 78,4 días<sup>38</sup>. Un 71,1% de las compras durante el periodo vacacional se producen en el lugar de vacaciones, mientras que un 28,9% de estas compras se mantienen en el municipio de Alzira.<sup>39</sup>

<sup>35</sup> Tabla E.5. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>36</sup> Tabla E.8. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>37</sup> Tabla E.9. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>38</sup> Tabla E.10. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>39</sup> Tabla E.11. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

Un 14,6% de las familias de Alzira suele viajar en verano todos los años a destinos turísticos, y la duración media del viajes es de 11 días<sup>40</sup>. El 48,6% del gasto realizado durante los viajes se realiza en la estancia, distribuyéndose el resto entre bienes de alimentación, droguería e higiene (13,7%), souvenirs (7,3%) y ropa, calzado y complementos (5,8%).<sup>41</sup>

La familia media de Alzira es una familia formada por tres miembros, donde al menos uno de sus miembros trabaja. Por término medio la familia cuenta con un coche familiar y el decisor de compra suele ser una mujer de 43 años, ama de casa con un nivel de estudios cursados hasta los 14 ó 15 años.<sup>42</sup>

<sup>40</sup> Tabla E.12. y E.13. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>41</sup> Tabla E.14. de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

<sup>42</sup> Ver datos de clasificación de la Encuesta a Residentes de Alzira. (PAC Alzira, 2005).

## HÁBITOS DE COMPRA DE LOS NO RESIDENTES QUE ACUDEN A ALZIRA

### 6.2

En este apartado se reflejan los principales resultados obtenidos de la Encuesta de hábitos de compra de los no residentes en Alzira. A la hora de desarrollar el trabajo de campo se han tenido en cuenta los principales ejes comerciales de Alzira así como el mercadillo que se organiza en la ciudad realizándose las entrevistas en diferentes días de la semana y distribuidas a lo largo de la franja horaria.

El análisis de los visitantes que se desplazan a Alzira nos permite conocer la afluencia de compradores de otras localidades, delimitar el área de influencia del tejido comercial alzireño y definir el patrón de compra de estos consumidores no residentes en el municipio (productos adquiridos, establecimiento preferido, gasto medio efectuado, etc).

### Caracterización de los no residentes en Alzira

El motivo principal por el que se visita Alzira es la realización de compras, tal y como afirman un 94,7% de los visitantes. Otros motivos por los que visitan Alzira es o bien por la diversidad de ocio que oferta el municipio (27,6%) o bien para comer o cenar en algún restaurante del municipio (24,7%). Un 24,1% de los encuestados afirma desplazarse a la ciudad por gestiones en la Administración Pública<sup>1</sup>.

Los motivos que originan esta diversidad de visitas se basan principalmente:

- Por la mayor dotación comercial que posee el municipio frente al resto de poblaciones de su entorno.
- Alzira es la sede de la Mancomunidad de Municipios de la Ribera Alta y de numerosos servicios públicos de ámbito comarcal:

<sup>1</sup> Tabla 3.1 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

- Económicos: Administración de Hacienda, Recaudación de Tributos, Seguridad Social, etc.
- Sanitarios (Hospital de la Ribera, Centro de Salud Público)
- Juzgados de Instrucción, Comisaría de Policía, etc.
- Diversos medios de comunicación tienen en este municipio su delegación comarcal.

### Patrón de compra del visitante

La frecuencia de visita al municipio es menor a una vez al mes (27,1%) o de una vez al mes (26,5%). Tan solo un 1,2% afirma visitar Alzira todos los días de la semana<sup>2</sup>.

En cuanto al día de la semana en el que se prefiere acudir a Alzira para comprar, un 37,6% de los encuestados se muestran indiferentes en cuanto al día, un 31,8% muestran su preferencia por el sábado; no obstante, se observa una afluencia importante (23,5% de los encuestados) los miércoles, día en que se celebra el mercado ambulante en Alzira<sup>3</sup>.

Como se ha señalado anteriormente, los principales motivos para visitar Alzira son para ir de compras (94,7%), en busca de ocio (27,6%) o un restaurante para comer o cenar (24,7%) o bien para tramitar papeles en el Administración Pública.<sup>4</sup>

Los motivos para visitar Alzira atendiendo a la distancia a la que se encuentra el municipio de la persona encuestada son diferentes. Por lo que los visitantes de municipios a menos de 20 minutos señalan como principales motivos el ir de compras (95,6%) o para ir al médico u otros servicios personales (36,3%). Mientras que los visitantes a más de 20 minutos señalan el ir de compras (93%) o para comer o cenar en algún restaurante de Alzira (33%) como principales motivos.<sup>5</sup>

El medio de transporte empleado para desplazarse a Alzira es el automóvil (77,1%), ya que más de la mitad de los encuestados (51,3%) opinan que no existe una buena combinación en autobús o tren desde su municipio a Alzira.<sup>6</sup>

<sup>2</sup> Tabla 1 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>3</sup> Tabla 2 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>4</sup> Tabla 3.1 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>5</sup> Tabla 3.2 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>6</sup> Tablas 13 y 15 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

La mayoría de los visitantes entrevistados pertenecen al Área Comercial de Alzira<sup>7</sup>, siendo los residentes en Algemesí los que más acuden a Alzira a realizar sus compras.<sup>8</sup>

Según productos adquiridos, son los bienes de equipamiento personal, calzado o complementos (84,1%) y los bienes de alimentación, droguería e higiene (49,4%) los principales artículos comprados en Alzira. En menor medida se efectúan compras de muebles (2,4% de los encuestados) y productos informáticos (2,9%)<sup>9</sup>.

La adquisición de bienes personales –ropa, calzado o complementos- que suele realizarse durante los fines de semana es de un 77,6%, mientras que la compra de bienes diarios –alimentación, droguería e higiene- durante los fines de semana es más débil (36,5%). Por lo que respecta a las compras efectuadas entre semana por los visitantes, la compra de bienes personales es señalada como principal producto adquirido con un 90,6%, seguido por la compra de bienes diarios con un 62,4%.<sup>10</sup>

El hipermercado Carrefour (61,9%) y el supermercado Mercadona (35,7%) son los establecimientos preferidos para la adquisición de bienes de consumo de alimentación, droguería e higiene<sup>11</sup>. Mientras que los establecimientos Salcabeis, Plus Supermercado, Dia y tiendas especializadas obtienen un porcentaje menor (1,2%).

La adquisición de bienes de equipamiento personal<sup>12</sup> suele realizarse fundamentalmente en el mercadillo ambulante de los miércoles que, como se ha comentado anteriormente, es el día entre semana en el que más visitantes se acercan se acercan a Alzira a comprar<sup>13</sup>.

En el caso de los artículos del hogar, el hipermercado Carrefour es el preferido por más de la mitad de los visitantes (52,9%) seguido del mercadillo (41,2%)<sup>14</sup>. Por lo que respecta a la compra de muebles, el hipermercado Carrefour es el preferido (100%) por los visitantes en su compra entre semana, y los fines de semana además del Carrefour suelen acudir a tiendas especializadas (33,3%).<sup>15</sup>

No obstante, si se trata de pequeños electrodomésticos a parte de Carrefour (83,3%) también se añade el establecimiento Moretto (16,7%).<sup>16</sup>

<sup>7</sup> El Área Comercial de Alzira comprende los siguientes municipios: L'Alcudia, Algemesí, Guadassuar, Massalaves, Tous, Alberic, Benimuslem, Gavarda, Antella, Carcaixent y Alzira.

<sup>8</sup> Tabla Lugar de residencia del entrevistado de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>9</sup> Tabla 4.1 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>10</sup> Tabla 4.3 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>11</sup> Tabla 5.1 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>12</sup> Tabla 6.1 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>13</sup> Tabla 2 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>14</sup> Tabla 7.1 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>15</sup> Tabla 8.1 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>16</sup> Tabla 9.1 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

La adquisición de otros productos (libros, música, etc) por los visitantes es realizada mayormente en el Carrefour (45,5%).<sup>17</sup>

Cerca de 63,9 euros es el gasto que, por termino medio, destina un visitante a sus compras en Alzira, el cual varia según el día en que realiza la compra: si se produce entre semana, el gasto medio que destina el visitante a la compra es de 53,6 euros y si se realiza durante el fin de semana este gasto aumenta alcanzando los 74,2 euros. Según la zona en la que efectúan las compras también varia el gasto medio, así si la compra se efectúa por la zona Plaza Mayor, el visitante se gasta más dinero (79,1 euros), mientras que si realiza la compra en la zona del Mercadillo este gasto es menor (44,5 euros).<sup>18</sup>

En la encuesta se quiso valorar la opinión de los visitantes en cuanto a posibles mejoras a realizar en Alzira, siendo la respuesta «más horarios de autobuses» la que obtuvo un mayor porcentaje.<sup>19</sup>

<sup>17</sup> Tablas 10.1 y 10.2 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>18</sup> Tablas 11, 11.1 y 11.2 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

<sup>19</sup> Tabla 12 de la Encuesta a Visitantes de Alzira. (PAC-Alzira, 2005)

## ESTUDIO SOBRE LOS COMERCIANTES DE ALZIRA

### 6.3

Una de las actividades que se han llevado a cabo en la elaboración del *Plan de Acción Comercial de Alzira* ha sido un estudio sobre los comerciantes del municipio, con el objetivo de averiguar las características peculiares del comercio local. Para definir las mismas se han utilizado variables tales como la experiencia de los comerciantes, nivel formativo que poseen, número de trabajadores, asociacionismo, problemas a los que se enfrenta el comercio, por citar algunas de ellas.

Con este fin se han realizado un total de 200 encuestas entre todos los comercios de Alzira, distribuidas según la tipología del comercio:

- Alimentación, droguería / perfumería.
- Equipamiento personal.
- Equipamiento del hogar.
- Otros productos de consumo ocasional.

Los entrevistados han sido, principalmente, los dueños, gerentes y encargados de la tiendas. <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Tablas F.2.1. y F.3.1. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

## Perfil del comerciante

El comerciante de Alzira tiene una experiencia de 10 años, como media, al frente de su negocio. Diferenciando esta experiencia en función de los distritos y el tipo de actividad, se observa que los comerciantes del distrito quinto son los que más experiencia poseen (15 años), destacando sobre todo en el comercio especializado en alimentación, droguería / perfumería y autoservicios, con una media de 19 años.<sup>2</sup>

Respecto a los cursos de formación, en los últimos cinco años un 41,1% de comerciantes ha recibido acciones formativas, siendo más destacable ésta en el caso de los comerciantes de los distritos segundo (30,9%) y tercero (24,7%).

Según tipo de actividad, un 35,8% de los comerciantes de alimentación, droguería / perfumería y autoservicios han recibido formación, seguidos por los comerciantes de equipamiento del hogar (25,9%) y los especializados en otros productos (23,5%).<sup>3</sup>

En cuanto al tipo de cursos realizados, los más frecuentes han sido los relacionados con técnicas de venta (14,3%), contabilidad / facturación y gestión financiera (11,9%), manipulación de alimentos (11,9%), atención al cliente (10,3%) y merchandising (9,5%).<sup>4</sup>

En el distrito tercero han realizado con mayor frecuencia los cursos de técnicas de venta y contabilidad / facturación y gestión financiera (ambos un 18,2%), y en el distrito segundo los cursos de técnicas de venta (11,9%) y manipulación de alimentos (11,9%).<sup>5</sup>

Por lo que se refiere a la demanda formativa, un 58,7% de comerciantes no realizan ninguna demanda al respecto. Los cursos más demandados son técnicas de escaparatismo, atención al cliente y contabilidad / facturación y gestión financiera.<sup>6</sup>

## Establecimiento comercial

Un 57,5% de comerciantes tienen en propiedad el local comercial en el que se desarrollan su actividad, mientras que un 42,5% están en régimen de alquiler. El importe de éste asciende, como media, a 719 euros mensual, aunque existen importantes variaciones en este precio en torno a los 626 euros de diferencia.<sup>7</sup>

<sup>2</sup> Tabla A.1.1. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>3</sup> Tablas A.2.1. y A.2.2. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

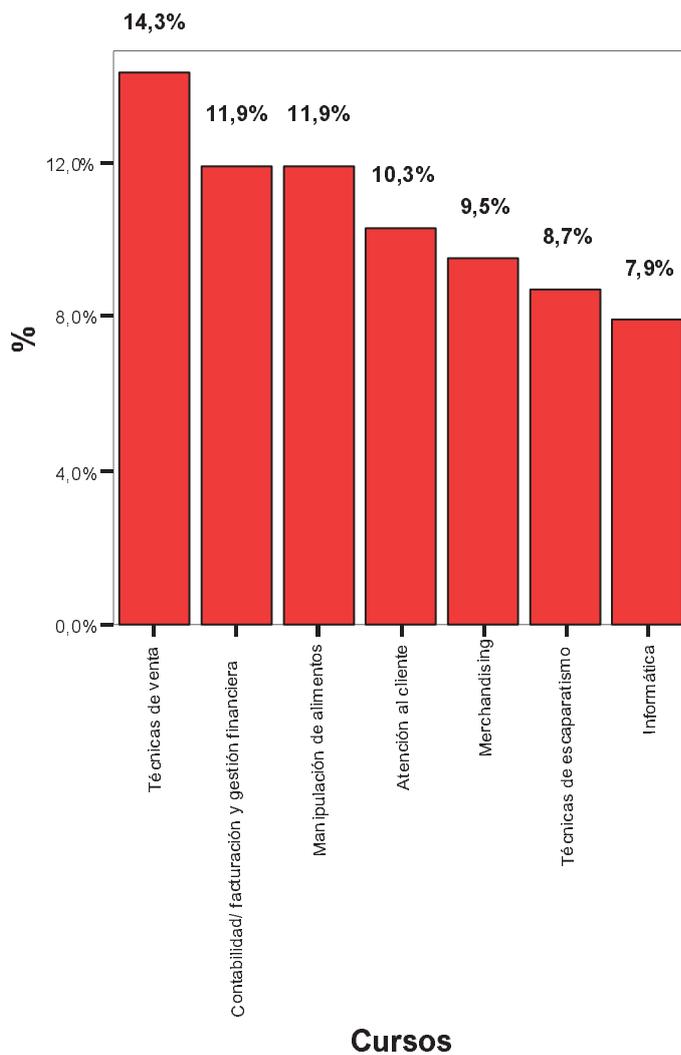
<sup>4</sup> Tabla A.3.1. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>5</sup> Tabla A.3.2. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>6</sup> Tabla A.4. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>7</sup> Tablas B.1. y B.2.1. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

### Cursos realizados en los últimos cinco años



El estado físico de los establecimientos es valorado de forma positiva por todos los comerciantes, y especialmente por los que se dedican a equipamiento personal y del hogar.<sup>8</sup>

No obstante, un 16,7% de comerciantes opina que el estado físico de los establecimientos es regular y necesitan alguna reforma, destacando en este aspecto un 23,8% de los comerciantes del distrito quinto.<sup>9</sup>

El número medio de trabajadores a jornada completa por establecimiento comercial incluyendo al propietario se encuentra entre dos y tres personas. Los comercios dedicados a equipamiento del hogar son el que presenta una media más elevada con tres trabajadores por establecimiento.<sup>10</sup>

### Asociacionismo comercial

La mitad de los comerciantes pertenecen a alguna asociación. De estos, el 62% pertenece a la *Asociación Empresarial de Alzira*<sup>11</sup>, siendo esta la que posee un mayor número de socios<sup>12</sup>. A continuación de siguen otras agrupaciones como es la Asociación de Comerciantes de Alzira.<sup>13</sup>

### La actividad comercial

El comercio de Alzira, posee un área de mercado a nivel comarcal, de hecho, según las afirmaciones dadas por los detallistas, la clientela de los comercios excluyendo al propio municipio procede en su mayoría de Carcaixent (18,7%), Algemés (15,3%), Alberic (8,3%), Guadasuar (6%) y Corbera (5,3%).

Entre los servicios que el comercio de Alzira ofrece a sus clientes, se encuentra el conocimiento y asesoramiento del producto, por parte de un 32,8% de comercios. Un 18,8% permite el pago con tarjeta y un 11,9% ofrece reparto a domicilio.<sup>14</sup>

<sup>8</sup> Tabla B.4.1. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>9</sup> Tabla B.4.2. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>10</sup> Tablas B.5.1. y B.5.2. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>11</sup> Tablas C.1. y C.2. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>12</sup> Tabla C.3. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>13</sup> Tabla C.4. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>14</sup> Tabla D.2.1. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

En cuanto a las perspectivas del comercio a medio plazo ocho de cada diez comerciantes entrevistados asegura que durante los próximos años continuará en las mismas circunstancias en las que se encuentra ahora.<sup>15</sup>

Un 7,9% tiene idea de reformar y mejorar el negocio, sobre todo los comerciantes pertenecientes a establecimientos dedicados a alimentación, droguería / perfumería y autoservicios (10,2%) y en los comerciantes del distrito cuarto (14,8%).

También es destacable que un 18,2% de comerciantes dedicados a equipamiento personal quieren abrir nuevos puntos de venta, al igual que el 14,8% de los comerciantes del distrito cuarto.<sup>16</sup>

### Percepción del comerciante

Según los comerciantes, los problemas a los que se enfrenta el comercio de Alzira son: la excesiva competencia, especialmente por las grandes superficies comerciales, así como los problemas urbanísticos y de tráfico, el aparcamiento y la inseguridad en los negocios.<sup>17</sup>

Los comerciantes del distrito primero son los que perciben estos problemas con mayor intensidad, al igual que los propietarios de comercios de alimentación, droguería / perfumería y autoservicios.<sup>18</sup>

Por último destacar que la edad media del entrevistado es de 41 años, y uno de cada dos posee estudios básicos. El nivel de estudios universitarios medios o superiores destaca en los comercios de productos específicos.<sup>19</sup>

<sup>15</sup> Tabla E.1.1. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>16</sup> Tablas E.1.2. y E.1.3. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>17</sup> Tabla E.2.1. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>18</sup> Tablas E.2.2. y E.2.3. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira. (PAC-Alzira 2005).

<sup>19</sup> Tablas F.5.1. y F.5.2. de la Encuesta a Comerciantes de Alzira (PAC-Alzira 2005).



## HÁBITOS DE COMPRA DE BIENES DE ALIMENTACIÓN, DROGUERÍA E HIGIENE

### Principales características de la compra fuerte

El gasto medio por acto de compra fuerte asciende a 115,4 euros.

La frecuencia media con la que los residentes de Alzira realizan la compra fuerte es de tres veces al mes.

### Tipo de establecimiento más visitado

**Mercadona (53,4%)**

### Motivo

El 24% de los residentes lo elijen por la cercanía al lugar del domicilio,

otro 24% por el precio,

y un 18,8% por la variedad de productos.

### Carrefour (38,3%)

El aspecto más destacado es el precio, según 30,1%,

seguido por la variedad de productos (23,1%)

y de las ofertas, tercer motivo para el 15,6% de los residentes.

### cotidiana

### Principales características de la compra

El gasto medio por acto de compra cotidiana asciende a 20 euros.

La frecuencia media con la que los residentes de Alzira realizan la compra cotidiana es cada tres días.

### Tipo de establecimiento más visitado

**Mercadona (50,4%)**

### Mercado Municipal

Uno de cada diez residentes afirma acudir con frecuencia al mercado municipal.

### Tiendas de barrio y ultramarinos (27,4%)

Valoran la calidad de los productos (73,2%), la atención de los vendedores (34,1%)

y la frescura de los productos (24,4%)

### Establecimientos que echan de menos los residentes

	< 30 años	30 - 50 años	< 50 años	Distrito 1	Distrito 2	Distrito 4
Pescaderías	6,6%	9,6%	9,6%	4,1%	12,4%	9,5%
Supermercados	4,9%	3,8%	6,2%	6,1%	9,1%	2,4%
Tiendas de congelados	2,7%	1,4%	2,3%	4,1%	4,3%	0,5%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta sobre hábitos de compra realizada a los residentes de Alzira.

Plan de Acción Comercial de Alzira 2005. Oficina PATECO.

HÁBITOS DE COMPRA DE BIENES DE CONSUMO OCASIONAL

**Principales características**

El 72,1% del gasto en bienes de equipamiento personal se realiza en el propio municipio.  
El 25,3% del gasto en bienes de equipamiento del hogar se evade hacia Valencia.

El 18,2% del gasto en bienes de equipamiento personal se dirige hacia el comercio de Valencia.  
El 12,5% restante en bienes de equipamiento del hogar se evade hacia Valencia.

**Distribución del gasto**

**Equipamiento personal**

Pequeñas tiendas de ropa y calzado (44,6%)

Mercadillo Ambulante de Alzira (15,7%)

El Corte Inglés de Valencia (8%)

**Consideraciones Generales**

**Mercado Ambulante**

El 46,8% de los residentes de Alzira acude al mercado ambulante a realizar sus compras.

Aproximadamente la mitad (42,9%) de los que acuden a este tipo de formato comercial lo hace con frecuencia semanal.

**Equipamiento del hogar**

Medianas y grandes tiendas especializadas (23,4%)

Cadenas de electrodomésticos (22,7%)

Carrefour (16%)

El gasto medio en el mercado ambulante de Ontinyent es de 20 euros.

**Evasión de gasto**

Porcentaje de encuestados que realiza la afirmación "Las tiendas de aquí tienen poco surtido" (37%).

"Aquí hay pocas tiendas" (34,8%).

"Aquí los precios son más altos" (31,9%).

**Dotación Comercial**

El 32,1% de los encuestados no echa en falta ningún establecimiento de bienes de consumo en Alzira.

Las tiendas de ropa de mujer (6,2%) y las zapaterías (6,2%) son los establecimientos más demandados junto a Zara (5,1%).

Un 89,5% de residentes del distrito 2 y un 85,7% de residentes del distrito 1 echan en falta diversos establecimientos en Alzira, siendo los más insatisfechos con la oferta comercial del municipio.

**Establecimientos que echan de menos los residentes**

	< 30 años	30-50 años	> 50 años
Zapaterías	8,20%	5,80%	4,50%
Tiendas de ropa de mujer	6,60%	6,70%	5,10%
Zara	9,30%	4,80%	1,10%
Tiendas de ropa de hombre	4,90%	3,80%	6,20%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta sobre hábitos de compra realizada a los residentes de Alzira. Plan de Acción Comercial de Alzira 2005. Oficina PATECO.

## CONSIDERACIONES GENERALES DEL RESIDENTE

### Consideraciones Comerciales

Un 97% de los residentes de Alzira está satisfecho con la cercanía y proximidad de los comercios de su municipio.

Un 95,7% opina que los comercios de Alzira ofrecen unos buenos servicios y una buena atención al cliente.

La imagen de los establecimientos y la calidad de los productos ofrecidos son valoradas positivamente por un 94,25% de residentes.

Sin embargo, un 37% de residentes opina que el comercio de Alzira es más caro que el de otros sitios.

Y un 24,2% cree que no hay suficientes tiendas especializadas en el municipio.

Las actividades de ocio que consideran más interesantes son las actividades culturales (37,8%), ir a restaurantes (21,3%) e ir a hamburgueserías, bocaterías, bares y tascas (8,5%).

Los encuestados consideran insuficiente la oferta de actividades culturales, especialmente los residentes jóvenes y de mediana edad, la existencia de parques de ocio infantil, las zonas de paseo y de esparcimiento de niños y los espectáculos de masas.

### Consideraciones Urbanísticas

A los residentes les gustaría que mejorase la seguridad ciudadana (16,2%), la limpieza de las calles (10,5%), la iluminación de calles y plazas (8,1%), las aceras (7,5%) y el tráfico de coches (7,5%).

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta sobre hábitos de compra realizada a los residentes de Alzira. Plan de Acción Comercial de Alzira 2005. Oficina PATECO.

## CUOTAS DE MERCADO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALZIRA

### 7.1

Las cuotas de mercado se calculan con el objetivo de averiguar de qué forma los residentes de Alzira distribuyen sus compras de bienes de consumo, más concretamente, qué tipo de establecimiento y enseñas comerciales prefieren para realizar sus compras. Por lo tanto, las cuotas de mercado representan el porcentaje de gasto que es absorbido por cada establecimiento. Estas cifras se hallan partiendo de los resultados del estudio de hábitos de compra de los residentes del municipio, utilizando las tablas de porcentaje de gasto por establecimiento, frecuencia de compra y gasto medio por acto de compra.

Las cuotas de mercado se hallan para bienes de consumo diario, que incluyen alimentación, droguería e higiene; y para bienes de equipamiento personal, que engloban ropa y calzado.

## CUOTAS DE MERCADO EN BIENES DE CONSUMO DIARIO

### 7.2

El gasto que los residentes de Alzira realizan en bienes de consumo diario se dirige preferentemente hacia los establecimientos de libre servicio, con un 88,61% del gasto total. Mientras que los establecimientos de venta asistida (tiendas de barrio, ultramarinos y mercado municipal), concentran un 11,39%.

Tipo de venta	Cuota
Libre servicio	88,61%
Venta asistida	11,39%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de hábitos de compra de los residentes de Alzira.

En un análisis de los establecimientos de libre servicio, observamos que en el reparto del gasto en alimentación, droguería e higiene predominan los supermercados con el 71,74% del gasto total, a continuación, y con un diferencia porcentual considerable, los hipermercados con el 19,75%. En tercer lugar se encuentran los autoservicios y superdescuentos con un porcentaje de 8,51%, siendo los que tienen una menor cuota de mercado.

Libre servicio	Cuota
Supermercados	71,74%
Autoservicios / Superdescuentos	8,51%
Hipermercados	19,75%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de hábitos de compra de los residentes de Alzira.

Al considerar las cuotas de mercado según marcas o enseñas comerciales, se observa que el supermercado *Mercadona* es el que posee una mayor cuota de mercado de alimentación, droguería e higiene, con un 61,46%.

En segundo lugar, con la mitad de la cuota de mercado inferior se encuentra el hipermercado *Carrefour* que absorbe un 17,50% del gasto en estos bienes. Con la una cuota de mercado menor, el 9,73%, se encuentran las *Tiendas de barrio* y *Ultramarinos*. A algo más de distancia se encuentran los superdescuentos *Día* y *Plus* con unas cuotas de mercado respectivas de 3,04% y 2,48%.

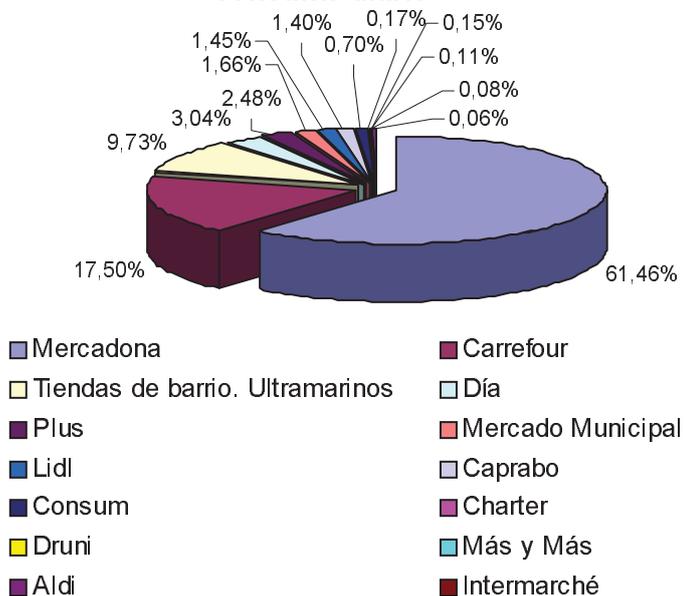
Tras estas enseñas comerciales, se sitúan *Plus* con una cuota de 2,48%, y tras él se encuentran el autoservicio descuento *Lidl* y el supermercado *Caprabo* que absorben el 1,45% y 1,40% respectivamente.

Por último aparecen diversos establecimientos con cuotas de mercado inferiores al 1%.

Establecimientos	Cuota
Mercadona	61,46%
Carrefour	17,50%
Tiendas de barrio. Ultramarinos	9,73%
Día	3,04%
Plus	2,48%
Lidl	1,45%
Caprabo	1,40%
Consum	0,70%
Charter	0,17%
Druni	0,15%
Más y Más	0,11%
Otros	1,80%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de hábitos de compra de los residentes de Alzira.

### Cuotas de mercado de los establecimientos de bienes de consumo diario



Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de hábitos de compra de los residentes de Alzira.

## CUOTAS DE MERCADO EN BIENES DE EQUIPAMIENTO PERSONAL

### 7.3

Por lo que respecta a los bienes de equipamiento personal, la mayoría del gasto de los residentes se destina a *Pequeñas tiendas de ropa y calzado*, con una cuota de mercado del 44,60%. En segundo lugar, el *Mercado Ambulante* d acapara el 15,70% del gasto en estos bienes.

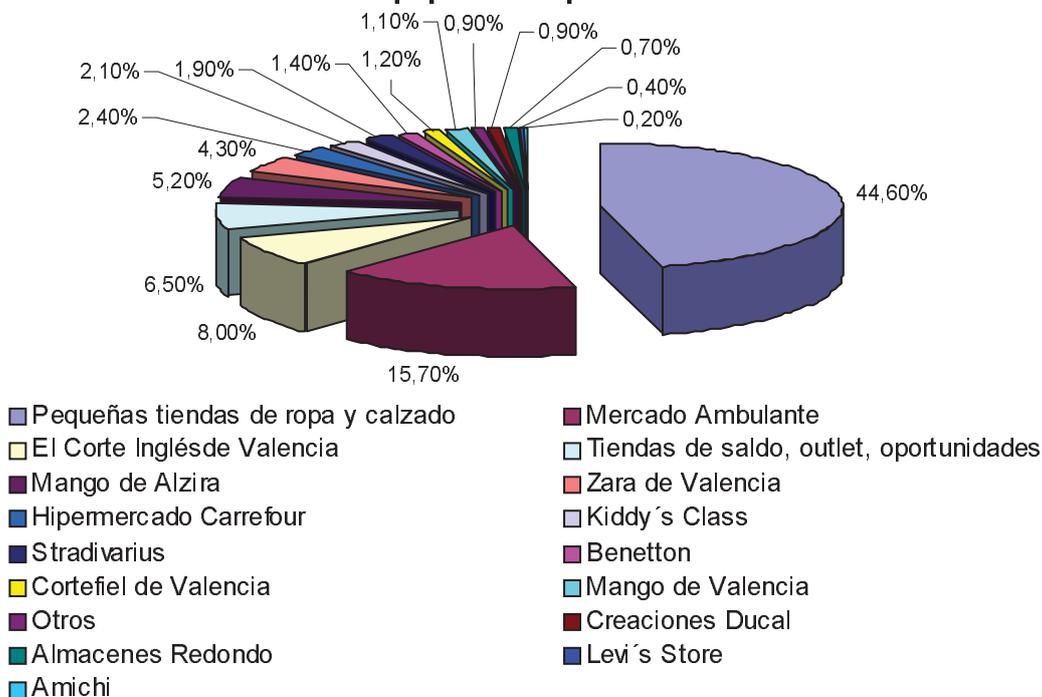
A continuación se encuentra *El Corte Inglés* de Valencia que concentra el 8% del gasto. Seguidamente se sitúan las *Tiendas de saldo, outlet y oportunidades* que absorben un 6,5%. Otros establecimientos donde el residente de Alzira realiza compras de bienes de equipamiento personal son: *Mango* de Alzira, *Zara* de Valencia, el hipermercado *Carrefour* y la tienda de moda infantil *Kiddy's Class*, con unas cuotas de 5,20%, 4,30%, 2,40% y 2,10%, respectivamente.

Destacar el papel de otras tiendas de moda como *Stradivarius*, *Benetton* y *Cortefiel*, hacia las que se dirige un porcentaje de gasto entre el 1% y 2%. Por último se encuentran otros establecimientos que absorben menos del 1% del gasto.

Establecimientos	Cuota
Pequeñas tiendas de ropa y calzado	44,60%
Mercado Ambulante	15,70%
El Corte Inglés de Valencia	8,00%
Tiendas de saldo, outlet, oportunidades	6,50%
Mango de Alzira	5,20%
Zara de Valencia	4,30%
Hipermercado Carrefour	2,40%
Kiddy´s Class	2,10%
Stradivarius	1,90%
Benetton	1,40%
Cortefiel de Valencia	1,20%
Mango de Valencia	1,10%
Otros	0,90%
Creaciones Ducal	0,90%
Almacenes Redondo	0,70%
Levi´s Store	0,40%
Amichi	0,20%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de hábitos de compra de los residentes de Alzira.

### Cuotas de mercado de los establecimientos de bienes de equipamiento personal



Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de hábitos de compra de los residentes de Alzira.

## EL BALANCE COMERCIAL

8

El balance comercial resulta de comparar la *demanda comercial* o gasto comercializado con el volumen de gasto que los establecimientos minoristas pueden captar en condiciones de competencia y rentabilidad.

A este gasto susceptible de ser absorbido por el tejido minorista se le denomina, *gasto captable*. Éste se obtiene a partir de aplicar a la superficie de venta del tejido comercial local, un *rendimiento técnico* por metro cuadrado de sala comercial<sup>1</sup> atendiendo a la actividad desarrollada.

La diferencia generada entre el gasto comercializado y el *gasto captable* puede dar lugar a tres situaciones posibles:

*Balance comercial negativo*: se produce cuando el gasto captable por el tejido comercial minorista es superior a la demanda comercial generada, dando lugar a un sobreequipamiento comercial.

*Balance comercial positivo*: tiene lugar cuando el gasto comercializado en el comercio detallista supera al posible gasto captable. Esta situación refleja un subequipamiento comercial o infradotación comercial, donde cabría la posibilidad de dar entrada a nuevos operadores.

*Balance comercial nulo o equilibrio comercial*: cuando las diferencias entre el posible gasto captable por el tejido comercial y la demanda comercial generada son pequeñas, se considera la existencia de un equilibrio comercial, es decir, la demanda comercial se encuentra cubierta con la dotación implantada en el municipio.

<sup>1</sup> Plan de Acción Territorial aplicado a la Distribución Comercial (PATECO). Oficina PATECO del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana y Consellería de Industria, Comercio y Turismo.

## AJUSTE ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA COMERCIAL

### 8.1

De la comparativa entre el gasto comercializado y el gasto captable se desprende un saldo positivo cifrado en 66,34 millones de euros, indicando, en principio, la existencia de un subequipamiento comercial.

No obstante, cabe analizar cada una de las partidas de bienes de forma individualizada.

### Bienes diarios

La partida de bienes diarios muestra un **saldo positivo de 23,34 millones de euros**.

De este resultado se desprende la **existencia de una oportunidad comercial moderada** en bienes diarios y por tanto, cabe la posibilidad de dar entrada a nuevos negocios minoristas.

No obstante, debe tenerse en cuenta que si bien podrían ubicarse nuevos establecimientos comerciales de bienes diarios, **deben tenerse en cuenta los nuevos proyectos comerciales para Alzira y localidades próximas**.

En este sentido, la construcción del centro comercial Vilella en Alzira y la próxima apertura del centro comercial Ribera del Xúquer en Carcaixent deben tenerse en cuenta a la hora de dar entrada a nuevos operadores. En ambos centros comerciales se pretende ubicar establecimientos de libre servicio, en Vilella se localizará un establecimiento de la enseña Superior y en Ribera del Xúquer va a abrir un centro Eroski.

### Equipamiento personal

El ajuste entre la demanda y la oferta comercial de equipamiento personal refleja un **saldo positivo de 33,21 millones de euros**, lo que representa un **subequipamiento comercial** que indica, a priori, la oportunidad de localizar nuevos negocios en el municipio.

Sin embargo, debe considerarse que los indicadores comerciales de equipamiento personal de Alzira (IDC: 3,27 establecimientos/1.000 personas; ISC: 213,07 m<sup>2</sup>/1.000 personas) se encuentran por encima de los valores medios del área comercial y la Comunidad Valenciana y que pueden interpretarse como un sobreequipamiento de oferta, pero que dada la capacidad de atracción comercial del municipio, debe entenderse que responde a la afluencia de visitantes que acuden a Alzira a comprar.

En definitiva, puede afirmarse que actualmente hay establecimientos que están obteniendo un rendimiento por encima de la media, ya que la oferta existente en el municipio no atiende sólo a los residentes sino también a individuos de otras poblaciones y existe la **posibilidad de localizar nuevos comercios**.

Esta situación, **tenderá al equilibrio con la llegada** de nuevos operadores al municipio y localidades próximas, ya que los **nuevos proyectos** – Vilella y Ribera del Xúquer- incluyen en su oferta establecimientos de equipamiento personal y cabe esperar que cubran parte del hueco existente.

### Equipamiento del hogar

Del análisis del balance comercial se desprende un **saldo positivo de 10,60 millones de euros**. Esta cifra indica un **subequipamiento comercial**.

Como se mencionaba anteriormente, la capacidad de atracción comercial de Alzira da lugar a que los establecimientos comerciales obtengan un rendimiento superior al rendimiento técnico considerado. Esto da lugar a un subequipamiento comercial, dando la posibilidad de entrada a nuevos operadores comerciales.

Una vez más deben considerarse los nuevos proyectos comerciales de futuro y el propio desarrollo urbanístico de la ciudad para determinar la capacidad de dar cabida a nuevos establecimientos comerciales de equipamiento del hogar en el municipio.

### Otros productos de consumo ocasional

La partida de otros productos de consumo ocasional refleja un **saldo negativo de -823 mil euros**, lo que refleja, en principio, un sobreequipamiento comercial. No obstante, la diferencia entre la oferta y la demanda comercial es reducida y por tanto se considera la existencia de un **equilibrio comercial en la partida de otros bienes de consumo ocasional**.

En definitiva, se observa que Alzira se ha constituido como un referente comercial y que su capacidad de atracción ha incidido en el desarrollo de su estructura comercial. **La evolución de la oferta minorista** con el desarrollo propio de la ciudad y los nuevos proyectos comerciales **deben tender a equilibrar** la oferta comercial existente, manteniendo la atractividad y consolidando a Alzira como polo de atracción comercial en su área de influencia.



Balance comercial de Alzira (Euros)				
	Gasto comercializado	Gasto captable	BALANCE	%
Bienes diarios	130.620.078,70	107.273.593,68	23.346.485,02	17,87
Equipamiento personal	55.117.292,33	21.904.408,16	33.212.884,17	60,26
Equipamiento del hogar	29.722.312,03	19.116.637,80	10.605.674,23	35,68
Otros productos	25.986.195,22	26.809.595,36	-823.400,14	-3,17
<b>TOTAL</b>	<b>241.445.878,28</b>	<b>175.104.235,00</b>	<b>66.341.643,28</b>	<b>27,48</b>

Oficina PATECO 2005

## DEBILIDADES

### 9.1

- Escaso atractivo del mercado municipal de Alzira. Sólo un 10,9% de residentes suelen acudir con frecuencia al mercado municipal.
- Infrautilización de aparcamientos por parte de los usuarios.
- Desplazamiento de la oferta comercial hacia otras zona fuera del centro tradicional de la Vila.
- Formación comercial reducida, limitando el reciclaje y adaptación de los empresarios minoristas a las necesidades de la demanda.
- Escasa tendencia a la renovación comercial. En subejos comerciales hay comercios que no ha mejorado su estética desde hace más de cinco años.

## FORTALEZAS

### 9.2

- La ciudad de Alzira es capital comarcal y cabecera del área comercial a la que da nombre. Esta posición refleja la relevancia que tiene esta ciudad en la subárea comercial como polo de atracción comercial.
- La localización del Hipermercado Carrefour en Alzira refuerza a este municipio como polo de atracción comercial.
- El mercado ambulante de Alzira es el de mayor magnitud de la comarca de la Ribera Alta. Se trata de un equipamiento comercial atractivo tanto para los residentes como para los no residentes de Alzira.
- El mercado ambulante que se celebra los miércoles, es uno de los principales focos de atracción de visitantes al municipio, especialmente para la compra de bienes de equipamiento personal.
- Los residentes de Alzira están, en su mayoría, altamente satisfechos con el comercio de su municipio en lo referente a aspectos tales como el servicio, la calidad ofrecida, la cercanía y proximidad, las ofertas y la variedad.
- La Vila ha sido declarada por la Generalitat Valenciana Centro Histórico Comercial pudiéndose beneficiar esta zona de las subvenciones y ayudas que ofrece el gobierno autonómico para el desarrollo comercial de estas áreas.
- Presencia de asociaciones empresariales y sectoriales que velan por los intereses del comercio local.
- Creación del Consejo Local de Comercio como foro de reflexión y debate para la promoción y consolidación de la actividad comercial local.

- El comercio local cuenta con el apoyo de la Oficina AFIC, comprometida con el desarrollo comercial de la ciudad.
- Puesta en marcha de campañas de promoción y comunicación comercial por parte del Ayuntamiento y la Oficina AFIC, lo que supone un punto de apoyo para el comercio local.
- La ciudad cuenta con una red de comunicaciones amplia, facilitando la afluencia de potenciales visitantes que pueden efectuar compras en el comercio local.

## AMENAZAS

### 9.3

- La incorporación de la mujer en el mundo laboral conlleva una reducción del tiempo destinado a la compra. Esto supone un cambio en los hábitos de compra: realizar compras con frecuencia semana o mensual y en un único establecimiento donde pueden encontrar todo aquello que necesitan. Este tipo de compra perjudica al comercio tradicional.
- Competencia cada vez más acusada de otras poblaciones de su Área Comercial (Carcaixent, Algemesí, etc.).
- La apertura del centro comercial Ribera del Xúquer en Carcaixent que va a contar con una oferta de comercial y de ocio.
- Proximidad a ciudades con una dotación comercial importante y atractiva como Valencia o Xàtiva.
- Crecimiento muy ligero de la población en los últimos años y envejecimiento progresivo de su estructura demográfica.
- Proximidad geográfica a la capital provincial (aproximadamente 36 km), Valencia, lo que puede permitir que se produzca fuga de gasto hacia este municipio.

## OPORTUNIDADES

### 1.4

- Elaboración del Plan de Acción Comercial en el que se proponen un conjunto de medidas para la dinamización y desarrollo del tejido comercial alcireño.
- La próxima apertura del centro comercial Vilella en Alzira, reforzará aun más Alzira como atractivo comercial. Este nuevo centro comercial se ubicará un establecimiento de libre servicio bajo la enseña Superior. Este complejo generará más de 1.500 puestos de trabajo.
- El Nuevo Mercado Municipal de Alzira, ubicado en el barrio de la Vila servirá para impulsar y revitalizar la actividad comercial del centro histórico.
- Alzira es la sede de la Mancomunidad de Municipios de la Ribera Alta y de numerosos servicios públicos de ámbito comarcal (económicos, sanitarios, juzgados, etc.), que promueven la afluencia de visitantes al municipio. Estos visitantes pueden aprovechar su visita para efectuar compras.
- Alzira será la sede de la primera delegación de la Dirección General de Tráfico en la Comunidad Valenciana. Esta permitirá realizar todos los trámites de tráfico en la oficina alcireña, lo que representará un impulso para la ciudad.
- El desarrollo del turismo rural en los últimos años supone una oportunidad para Alzira. El Valle de la Murta, el circuito amurallado, etc. podrían constituir una paquete turístico que promocióne el municipio y atraiga a un mayor número de visitantes.
- Existencia de cuatro polígonos industriales a la que acuden a trabajar residentes de otras localidades. La afluencia de estos visitantes puede ser una oportunidad para el comercio tanto en cuanto estos trabajadores efectúen compras en el comercio local.

- Desarrollo de un nuevo polígono industrial en el termino municipal de Alzira que favorece la llegada de inversores, pudiéndose materializar en creación de puestos de trabajo.
- Las buenas comunicaciones de Alzira con otros municipios tanto de la comarca como de otros posibilitan los flujos de los consumidores de estos municipios.
- El hecho de que un 22,9% de viviendas de segunda residencia para uso vacacional se situó en Alzira, representa un porcentaje de gasto que puede ser aprovechado por los comercios del municipio, pudiendo captar potencialmente a esta población.
- La nueva zona residencial Tulell ofrece la oportunidad para implantar nuevos negocios comerciales en la ciudad.
- Expansión del municipio (zona residencial el Tulell con cinco mil viviendas y las 684 viviendas en el solar de Cartonajes Suñer) que puede suponer la llegada de nuevos residentes que realicen compras en el comercio minorista de Alzira.

## LÍNEA DE ACTUACIÓN 1: ACONDICIONAMIENTO Y MEJORA COMERCIAL DE LOS EJES COMERCIALES SECUNDARIOS

**L.1**

Alzira cuenta con una de las mejores ofertas comerciales de su comarca, además ofrece la posibilidad a sus visitantes a disfrutar de una serie de servicios comerciales, sanitarios y administrativos que hacen de la ciudad un lugar de «paso obligatorio».

En total se han identificado dos ejes comerciales que concentran el 10,8% del comercio minorista de la ciudad y una superficie de venta total de 7.826 metros cuadrados . Como ejes secundarios se han identificado 9 vías con una dotación total de 122 comercios minoristas y 11.497m<sup>2</sup> de superficie de venta, lo que representa el 15,8%% del comercio de la ciudad.

EJES	NÚMERO DE COMERCIOS	SUPERFICIE DE VENTA
Av. Luis Suñer	9	1.192
Dr. Faustino Blasco	11	418
Santa Catalina	12	686
Correos	2	145
Hort dels Frares	17	2.700
Reis Catòlics	15	1.066
Doctor Ferran	18	1.460
Pedro Esplugues	22	2.964
Av. Pare Castells	16	866
<b>TOTAL</b>	<b>122</b>	<b>11.497</b>

Ante el nivel de desarrollo comercial de Alzira es necesario llevar a cabo una serie de actuaciones que eleven a estos subejos comerciales al mismo nivel que los principales ejes de la ciudad. Esta es una estrategia de carácter defensivo ante el aumento de la oferta comercial ubicada en otros municipios próximos a esta ciudad.

La mejora de estas vías debe realizarse desde el punto de vista global, abordando tanto aspectos de urbanismo como comerciales. Se recomienda consultar la línea de actuación número 4 de las propuestas de urbanismo comercial, referente al Centro Histórico, en la que se muestran las fichas de cada una de estas vías con las actuaciones recomendadas. Esta propuesta destaca la importancia que tienen estos ejes comerciales para acceder al Centro Histórico.

Por otra parte, en el análisis urbano de Alzira se encuentran fichas de cada uno de estos ejes donde se indican las actuaciones a realizar en cada uno de ellos.

Las actuaciones propuestas se enmarcan dentro del objetivo de aumentar el número de ejes comerciales de la ciudad mediante la mejora de la competitividad de los comercios ubicados en calles secundarias:

- **Mejorar los ejes secundarios:** consolidando vías con una dotación comercial considerable y de calidad que contribuyan al desarrollo de la ciudad en el entorno comarcal.
- **Crear un entramado de ejes y espacios urbanos** que favorezcan la movilidad, tanto peatonal como rodada, articulando las distintas zonas del núcleo urbano de Alzira.

Desde el punto de vista urbano, los elementos a tener en cuenta son: mobiliario urbano, señalización horizontal, sistema de alumbrado público, situación del tráfico rodado en vías comerciales que desempeñan una importante función de conexión.

El conjunto de actuaciones que se proponen en esta línea de actuación contribuirá a potenciar los focos de actividad comercial y evolucionar hacia un modelo de ciudad basado en el comercio y los servicios. En este sentido, debe adoptarse estrategias comerciales llevadas a cabo de manera individual por los comerciantes o de forma conjunta desde las distintas agrupaciones zonales.

Los elementos clave para conseguir los objetivos planteados en esta propuesta son los siguientes: renovación exterior del establecimiento, acondicionamiento interior, diferenciación del comercio, profesionalización del comercio.

### Renovación exterior del establecimiento

Desde el punto de vista del consumidor, la calidad del comercio no depende únicamente de las características del producto, ni de su relación calidad/precio, sino que además tiene en consideración otras variables como nivel de modernización del establecimiento. Por término medio, la renovación de elementos comerciales debería llevarse a cabo cada cinco o seis años, sin embargo son muchos los establecimientos alzireños que no han llevado a cabo mejoras durante los últimos diez años.

Hay que destacar que desde el punto de vista de la calidad percibida por los residentes de Alzira, son los más jóvenes los que se muestran más inconformistas. Uno de cada cuatro piensa que el comercio de Alzira no «va a más», y un porcentaje similar que «los escaparates no son llamativos». Respecto a las ofertas de los establecimientos, el 31% considera que deberían mejorarse.

La Dirección General de Industria y Comercio de la Generalitat Valenciana posee una línea de subvenciones a las cuales puede acogerse el comerciante que desee mejorar su establecimiento comercial. La finalidad es incentivar la renovación de los comercios minoristas. La Oficina AFIC de Alzira, también lleva a cabo acciones de información a aquellos comerciantes que desean modernizar su establecimiento.



**La fachada y el escaparate** de los comercios son elementos a tener muy en cuenta desde el punto de vista de la renovación comercial. El escaparate es un instrumento de venta cuyas principales características deben ser la armonía y la unidad visual. Además es un instrumento para vincular al comercio con la ciudad y las tradiciones sociales. Al igual que un decorado, se pueden reflejar los acontecimientos más importantes del entorno como son las fiestas, las épocas del año, las campañas publicitarias, etc. Además, se debe apostar por un escaparate original que capte la atención de los transeúntes. Por tanto, los escaparates de los comercios ubicados en ejes secundarios deben atender a las recomendaciones de profesionales bien mediante la subcontratación a expertos o bien mediante el asesoramiento proporcionado por las asociaciones de comerciantes.

Es necesario tener en cuenta determinadas premisas a la hora de actuar sobre escaparate y fachada comercial: Por un lado, debe existir una adecuación de la fachada del establecimiento a los elementos arquitectónicos y decorativos del edificio en el que se ubica. Por otra parte, debe existir una coherencia entre el escaparate y la oferta comercial del establecimiento, que esta imagen exterior ejerce de herramienta de selección del público objetivo. Por último, debe existir una integración del rótulo y del luminoso con los elementos del mobiliario urbano existentes en el eje comercial donde se ubica –tamaño, colores, etc.-.

### Acondicionamiento interior

Los elementos interiores del establecimiento comercial constituyen una fuente de información que contribuye a despertar la intención de compra de los clientes.

Este espacio debe organizarse teniendo en cuenta factores de merchandising en el punto de venta, tales como colores, displays, recorridos, música o sonidos ambientales, distribución de expositores, etc.

Además de la gestión eficiente del establecimiento que facilite la consecución de las ventas, así como la satisfacción del cliente debe mejorarse de manera periódica de manera que se perciba una actualización del establecimiento.

La adecuación de los establecimientos comerciales de Alzira, tanto si es exterior como integral cuenta con un conjunto de ayudas procedentes de la Conselleria de Empresa, Universidad y Ciencia de la Generalitat Valenciana, consistentes en el apoyo financiero para facilitar el acceso a recursos financieros y reducir el coste de las intervenciones en el local.

El destino de las inversiones deberá ser la ejecución de:

- Obras de construcción, acondicionamiento y reforma de locales.
- Adquisición de inmovilizado material nuevo.
- Adquisición de suelo y locales comerciales, siempre que la inversión vaya destinada a la ampliación de establecimientos ya existentes y se realice conjuntamente el acondicionamiento de los mismos y se mantenga la actividad comercial anterior.

A su vez, una vez determinada la importancia que tiene el establecimiento comercial, su imagen y su disposición en el acto de compra puede sumarse a las anteriores ayudas correspondientes a:

**Diagnóstico del punto de venta:** Esta ayuda se fundamenta en la aplicación para cada comercio, previa solicitud justificada por nueva implantación o renovación del negocio, de las herramientas de marketing dirigidas a la optimización del negocio, así como a la consecución de un comercio más profesional, atractivo y moderno que permita mejorar la imagen global de la actividad comercial de Alzira.

La iniciativa y financiación, en principio deben ser privadas, aunque podría instrumentarse algún apoyo por parte de la Administración Local y contar con la ayuda mediante convenio de Colaboración de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.

### Diferenciación del comercio

Es necesario unificar la calidad de los establecimientos ubicados en los ejes secundarios con el fin de conformar un núcleo comercial de alta calidad en el municipio.

En Alzira, los residentes mayores de 30 echan en falta pescaderías, (también los residentes de los distritos segundo y cuarto) así como tiendas de congelados. Las zapaterías son echadas en falta por los residentes menores de 30 años.

Las tiendas de equipamiento personal para mujer son echadas en falta por residentes de edades hasta 50 años. Por su parte, en el distrito tercero y cuarto reclaman más tiendas de ropa de hombre.

Las nuevas zonas de expansión urbana de Alzira en las que se implantarán nuevos comercios, como es el caso de El Tulell ofrecen la posibilidad de complementar la oferta comercial existente, dando lugar incluso a una especialización en determinados tipos de productos. De esta manera la ciudad se fortalecerá su imagen de ciudad comercial dentro del territorio.

Además de complementar la oferta comercial existente con el tipo de comercio anteriormente comentado es conveniente mejorar los servicios que aumentan la dimensión del establecimiento. Estos servicios van dirigidos a aumentar el valor añadido de manera que el cliente perciba una mayor relación calidad precio en los productos que adquiere.

Entre otros servicios hay que destacar los siguientes:

- **Horarios de apertura:** Adaptación a las nuevas necesidades de los consumidores y a los nuevos estilos de vida, con aperturas más prolongadas y horarios continuados.
- **Servicio de envío a domicilio:** Como valor añadido en aquellos establecimientos donde el volumen de compra puede generar incomodidad a la hora de desplazarse por la ciudad.
- **Limpieza y mantenimiento.** Este servicio, aunque depende del Ayuntamiento, debe incentivarse por parte del comerciante. La finalidad es procurar el correcto estado de conservación de las vías comerciales, evitando acumular residuos fuera del horario de recogida.
- **Servicio de aparcamiento gratuito:** mediante la negociación con algún parking para la oferta de aparcamiento por un período de tiempo estimado.
- **Discreción en la compra.** Uno de los graves problemas a los que se enfrenta el comercio de muchos municipios, es la falta de una compra anónima. Son muchos los compradores que compran en su propio municipio porque «... *si entras en una tienda y no compras quedas mal frente al comerciante que te conoce...* » .
- **Información periódica a los clientes** de nuevos productos que presenta el comercio, a través de folletos, cartas personalizadas, circulares a clientes, aprovechando las nuevas tecnologías.

## LÍNEA DE ACTUACIÓN 2: PROPUESTA DE FORMACIÓN COMERCIAL EN ALZIRA

### L.2

La formación es uno de los elementos más importantes para aumentar la productividad de los comercios minoristas. Por ello es necesaria en un entorno cada vez más competitivo, donde los consumidores poseen gran cantidad de información, y las nuevas formas de comercializar están dando lugar a un cambio en los hábitos de compra.

Un aspecto muy importante a tener en cuenta en Alzira es la tendencia hacia la terciarización del comercio, en el sentido de que la oferta comercial no sólo la constituyen los productos que se venden, sino también los servicios que ofrece el comercio.

Las destrezas que debe adquirir el comerciante requieren acciones de formación comercial continua y acciones de reciclaje, adaptación y formación a medida. Estas acciones son cada vez más importantes en una localidad como Alzira, donde por la cercanía a Valencia y a grandes superficies comerciales, la evasión de gasto en determinadas partidas de bienes evidencian la necesidad de adoptar medidas de este tipo.

Los comerciantes de Alzira son conscientes de que el comercio del municipio se enfrenta a una competencia cada vez mayor, y que por lo tanto, es necesario un nivel más elevado de especialización del comercio. Sin embargo, el problema principal al que se enfrenta el comercio de Alzira no es la concienciación de los comerciantes acerca de la importancia de la formación, sino la falta de tiempo para asistir a las sesiones formativas.

Según la encuesta realizada a los comerciantes de Alzira dentro de los trabajos de campo del Plan de Acción Comercial, seis de diez comerciantes no han realizado ningún curso de formación durante los últimos cinco años. Además, los comercios ubicados en el distrito segundo, cuarto y quinto son los menos activos en lo que a formación continua se refiere.

El objetivo de esta propuesta es que los comerciantes de Alzira puedan alcanzar un nivel de cualificación adecuada a las necesidades de la demanda actual. Este plan permitirá, por tanto, estructurar las acciones formativas que se lleven a cabo en Alzira, adecuar la formación para que resulte más práctica y útil al comerciante y, obviamente, incrementar los conocimientos de los mismos, teniendo en cuenta las repercusiones que todo ello tendrá sobre la competitividad del comercio del municipio y la mejora de la productividad.

### REALIZACIÓN DE UN PLAN DE FORMACIÓN COMERCIAL

Con el fin de mejorar de la oferta formativa de Alzira es necesario llevar a cabo un **plan de formación**. Este plan debe ser:

- Variado: adecuándose a las distintas necesidades de los comerciantes,
- Práctico y aplicable: para garantizar su utilidad,
- Breve: para motivar la participación de los comerciantes.

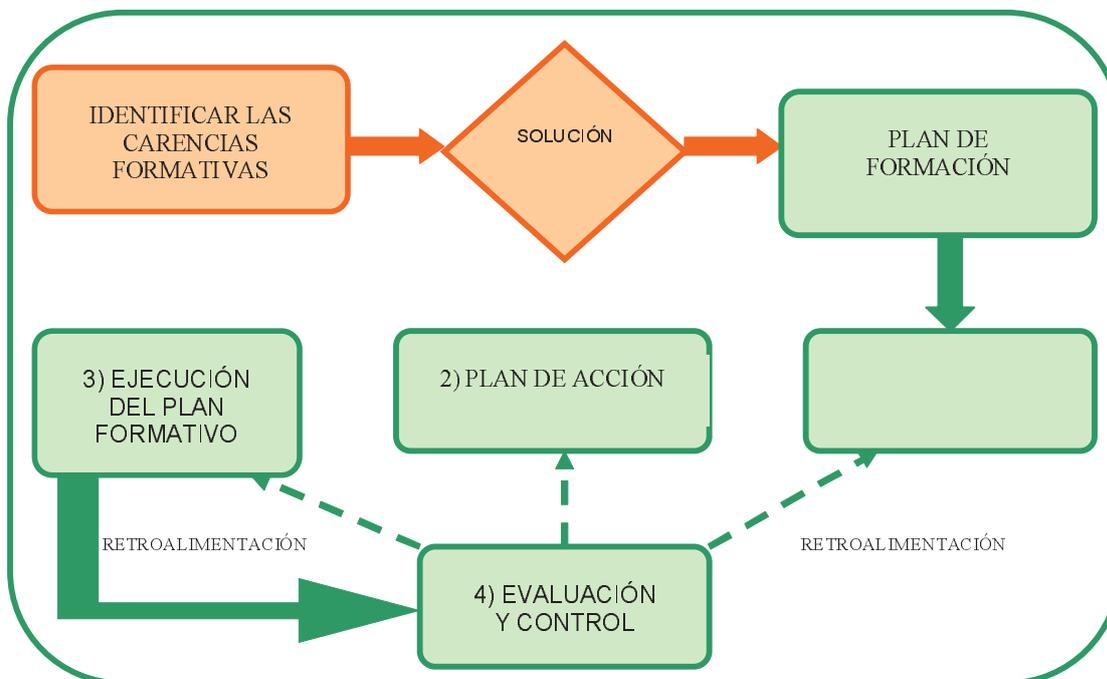
En definitiva, consiste en combinar la brevedad de la acción formativa con contenidos de especial interés para el comerciante, por el nivel de adaptación a sus necesidades.

Al planificar y poner en marcha un plan de formación efectivo, deberían considerarse cada uno de los siguientes factores:

1. Determinación de las necesidades formativas.
2. Fijación de objetivos.
3. Acciones a emprender
  - a. Contenido.
  - b. Duración.
  - c. Calendario.
  - d. Lugar de desarrollo.
  - e. Presupuesto
  - f. Recursos necesarios para el correcto desarrollo del plan.

#### 4. Evaluación y control de la acción formativa.

A continuación, se procede a la representación gráfica del plan mediante un flujograma y el desarrollo de cada una de las fases comentadas:



Fuente: elaboración propia.

En base a este flujograma, se desarrollan las distintas fases del plan formativo.

### 1) DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES FORMATIVAS.

A la hora de establecer un plan de formación se deben identificar cuáles son las carencias que tienen los comerciantes de Alzira al respecto. Para que el plan de formación sea efectivo debe satisfacer las necesidades de los comerciantes. Existen muchas formas de determinar estas necesidades. He aquí algunas de las más comunes:

- Sondear a los comerciantes mediante entrevistas, encuestas, dinámicas de grupo o reuniones de discusión.

- Preguntar a otras personas que estén relacionadas con el comercio de Alzira (p.e. AFIC, Concejal de Comercio de Alzira, Asociaciones de Comerciantes de Alzira, etc.)
- Mediante la observación de los comercios y el servicio que prestan los comerciantes.
- Mediante la realización de encuestas a los clientes donde reflejen sus opiniones acerca de la atención al cliente, el diseño interior y exterior del establecimiento, los escaparates, etc.
- Observación de las experiencias llevadas a cabo en otros municipios.

Se puede preguntar a los comerciantes y a las personas relacionadas con el comercio, ya sea mediante una entrevista, de una encuesta, dinámicas de grupo, etc. Las entrevistas proporcionan una información más detallada, pero requieren mucho más tiempo. Por lo tanto, un simple formulario de encuesta puede facilitar la misma información y hacerla de una manera más eficiente.

Hay que tener en cuenta que un 41,1% de comerciantes de Alzira han realizado formación en los últimos cinco años. Aunque el porcentaje es considerable es importante impulsar la formación en Alzira.

En cuanto a tipo de comercio se refiere, los más formados son los comerciantes especializados en alimentación, droguería / perfumería e higiene (35,8%), y en un grado algo menor los comerciantes dedicados a equipamiento del hogar y bienes de consumo ocasional.

A la hora de diseñar la oferta formativa, hay que tener en cuenta que los comerciantes han realizado en los últimos cinco años con mayor frecuencia, son los siguientes cursos

- Técnicas de venta
- Contabilidad / facturación y gestión financiera
- Manipulación de alimentos
- Atención al cliente
- Merchandising

Algunos cursos demandados por los comerciantes en la encuesta realizada son los siguientes:

- Técnicas de escaparatismo
- Atención al cliente

- Contabilidad / facturación y gestión financiera
- Técnicas de venta
- Compras / gestión de stocks
- Informática

A continuación se muestra un cuestionario para identificar las necesidades formativas del comerciante. Una vez realizada la encuesta a los comerciantes, se tabulan las respuestas para con ello determinar las necesidades de formación de los comerciantes minoristas en cuanto a dichas materias.

Encuesta de necesidades de formación

*Con el fin de determinar qué materias serán de gran utilidad para ayudarle a mejorar su comercio, necesitamos su aportación. Indique, por favor, su grado de necesidad de cada tema, anotando una X en la columna apropiada.*

<i>Materia</i>	<i>Muy necesario (2 puntos)</i>	<i>Algo necesario (1 punto)</i>	<i>Nada necesario (0 puntos)</i>
<i>Contabilidad aplicada al pequeño comercio</i>			
<i>Técnicas de venta y atención al cliente</i>			
<i>Merchandising</i>			
<i>Escaparatismo</i>			
<i>Compras / Gestión de stocks y de pedidos</i>			
<i>Fiscalidad</i>			
<i>Informática aplicada al comercio</i>			
<i>Internet y comercio electrónico</i>			
<i>Gestión de reclamaciones</i>			
<i>Cómo y dónde solicitar ayudas</i>			
<i>Seguridad e higiene en el comercio</i>			
<i>Cómo formar a los empleados</i>			
<i>Idiomas</i>			
<i>Otros temas muy necesarios:</i> 1. 2.			

## 2) FIJACIÓN DE OBJETIVOS.

Una vez que se han determinado las necesidades de formación es necesario fijar los objetivos, los cuales han de ser alcanzables y medibles. Éstos deberían fijarse para tres aspectos diferentes de la acción formativa:

1. ¿Qué resultados se intentan alcanzar con el plan de formación? (p.e. número de alumnos por curso, estándar de calidad de la formación, etc.).
2. ¿Qué comportamiento queremos que tengan los comerciantes? (p.e. mejor calidad del comercio, mejora de la competitividad, aumento de la productividad etc.).
3. ¿Qué conocimientos, habilidades y actitudes queremos que aprendan los comerciantes en la acción formativa? (p.e. la aplicación de las nuevas tecnologías al comercio, etc.).
4. ¿Qué repercusión tendrá sobre la actividad comercial alzireña?

## 3) DEFINICIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

En esta fase se toman decisiones en cuanto a **qué** acciones formativas se emprenderán, **a quién**, **cómo**, **dónde**, **cuándo** así como su **comunicación**.

Las necesidades y los objetivos son factores fundamentales en la determinación de los contenidos (**qué**). Los responsables del plan de formación deben plantearse esta cuestión: ¿Qué materias deberían impartirse para satisfacer las necesidades y alcanzar los objetivos? La respuesta a esta pregunta determina las materias a impartir.

Además, hay que concretar el contenido del plan, es decir, si va a llevarse a cabo mediante cursos, seminarios, conferencias, jornadas, talleres, etc. Por otra parte, especificar los módulos en que se dividirán cada uno de ellos y los temarios a seguir, así como su duración.

A continuación se presentan cinco áreas formativas compuestas por 28 títulos que pueden ser abordados dentro de un plan de formación. La selección de los títulos obedece a las necesidades específicas del tejido comercial.

La forma de obtener estos títulos puede ser mediante cursos, si bien, se recomienda la realización de un programa de talleres, charlas o jornadas al aire libre con un número reducido de horas (entre tres y diez horas), que hará más atractiva la formación para el comerciante.

ÁREA DE GESTIÓN DE VENTAS	ÁREA DE MARKETING	ÁREA DE NUEVAS TECNOLOGÍAS	ÁREA DE GESTIÓN EMPRESARIAL	ÁREA DE HABILIDADES COMPETITIVAS PARA EL PEQUEÑO Y MEDIANO COMERCIO
- Técnicas de venta al detall.	- Investigación comercial aplicada al pequeño y mediano comercio.	- Comercio electrónico.	- Contabilidad aplicada al pequeño y mediano comercio (financiera y de costes).	- Técnicas de negociación.
- Gestión de reclamaciones.	- Escaparatismo, diferenciando por actividad comercial.	- Diseño de páginas web.	- Fiscalidad de la pequeña empresa.	- Seguridad e higiene en el trabajo (prevención de riesgos laborales).
- Promoción de ventas.	- Merchandising	- Ofimática.	- Gestión de compras.	- Calidad aplicada al comercio, atención al cliente.
-Comportamiento del consumidor e identificación de necesidades.	- Diseño interior y exterior del establecimiento.	- Informática aplicada a la gestión de stocks.	- Recursos Humanos.	- Protocolo en el comercio minorista.
- Técnicas de negociación y cierre de las ventas.	- Presentación del producto, etiquetado y empaquetado.	- Informática aplicada a la gestión de pedidos.	- Nuevas oportunidades de negocio.	- Habilidades directivas.
- Determinación del surtido óptimo	- Publicidad en el punto de venta.		- Estrategia organizativa.	

Fuente: Elaboración propia.

Cuando se selecciona a los participantes (**a quién**) para una acción formativa, es necesario tomar las siguientes decisiones:

1. ¿Quién puede beneficiarse de la formación?
2. ¿Debería ser la formación voluntaria u obligatoria?
3. ¿Debería separarse a los participantes por tipos de actividad comercial?

En respuesta a estas preguntas, todos los comerciantes de Alzira podrían beneficiarse de las acciones formativas.

Un incentivo a la participación en los cursos preferentes puede ser la organización de concursos de escaparatismo, merchandising, diseño interior y exterior del establecimiento, etc. en base a la aplicación de los conocimientos adquiridos en el curso. De esta forma, se reconoce el esfuerzo que realiza el comerciante, y su cliente valora su voluntad por mejorar en la calidad del servicio prestado. Este acontecimiento debería aparecer en los medios de comunicación comarcales, de manera que los comerciantes se impliquen y se despierte un mayor interés entre los participantes, los no participantes y los consumidores potenciales.

Asimismo, hay que considerar la posibilidad de ofrecer cursos a distancia (presencial o semipresencial), lo cual requiere una menor disposición de tiempo por parte del comerciante y mayor comodidad. Estos cursos contarían con el apoyo de un profesor a distancia y de tutorías a las cuales acudir en caso de dudas. Estos cursos se recomiendan para materias susceptibles de ser impartidas a distancia y en las cuales no sea necesaria la presencia del comerciante, o bien, para actualizar conocimientos de comerciantes que ya cuentan con una base sobre el tema.

El **cómo** lo constituye aspectos como quién llevará a cabo estos cursos (consultores, profesores de universidad, la Cámara de Comercio de Valencia, la Conselleria, profesionales del sector con experiencia), si se va a subcontratar, si se van a impartir los cursos que oferta la Cámara de Comercio de Valencia o se van a complementar con otros, si se colaborará con otras asociaciones (agrupaciones de comerciantes de otros municipios, etc.), el material y recursos necesarios y, por último, cómo van a organizarse y financiarse: mediante el Ayuntamiento de Alzira, la Conselleria de Empresa, Universidad y Ciencia, la Asociación de Comerciantes o los propios comerciantes alzireños.

La selección de los formadores es vital para el éxito de la acción formativa. Estos formadores deben reunir los siguientes requisitos:

- Conocimiento de la materia que va a impartir.
- Deseo de enseñar.
- Habilidad para comunicarse.
- Capacidad para hacer participar a la gente.

**Dónde** se va a realizar cada acción formativa es otro de los temas a concretar. El entorno debería ser cómodo y apropiado. Debería evitarse impartir los cursos, talleres, seminarios, etc. en habitaciones pequeñas, con mobiliario incómodo, ruido u otras distracciones.

Una decisión importante al plantear la formación es la de ofrecer la acción concentrada de pocas horas (seminarios o charlas) o bien repartida entre varias semanas o meses (cursos, talleres, etc.).

Un elemento importante es **cuándo** se llevarán a cabo las acciones mediante la elaboración de un cronograma que establezca las fechas de inicio y finalización de los cursos. Se debe evitar el periodo de finales de diciembre y principios de enero que coincide con la campaña navideña, así como la semana de Fallas, la Semana de Santa y las semanas de las fiestas de Alzira (finales de julio y finales de septiembre), o verano.

Para aumentar la asistencia a estos cursos, seminarios, etc. de formación comercial sería preferible que se realizasen a partir de las 20:30, horario de cierre de los comercios, y que la duración de estas sesiones fuera de una hora al día.

Por último, la **comunicación** del plan, es decir, cómo informar a los comerciantes de la existencia de las acciones formativas puede realizarse mediante el envío de circulares, la presentación del mismo en público y anuncios en prensa y radio local.

#### 4) EVALUACIÓN Y CONTROL DE LA ACCIÓN FORMATIVA<sup>1</sup>.

Hay dos razones importantes para evaluar las acciones formativas. La razón más importante es que la evaluación pueda decirnos cómo mejorar futuras acciones formativas. La segunda razón es para determinar si una acción debería continuar o eliminarse.

Los objetivos del plan se evaluarán continuamente para adaptarse a las necesidades formativas de cada momento. Ha de tratarse de una evaluación que permita mejorar los aspectos deficientes en cuanto a objetivos, metodología, programas que se imparten, etc.

En toda acción formativa es necesario obtener las opiniones respecto a la materia y al formador, una forma de recopilar esa información es realizar un cuestionario de satisfacción para los comerciantes.

A continuación se presenta un ejemplo de evaluación de la satisfacción del comerciante como variable a alcanzar dentro del Plan de Formación:

<sup>1</sup> KIRKPATRICK, DONALD L. (1999). *Evaluación de acciones formativas*. 1ª edición. Editorial Gestión 2000. Barcelona.

Cuestionario de satisfacción

*Con el fin de determinar la efectividad de la acción para satisfacer sus necesidades de formación y sus intereses, necesitamos su colaboración. Díganos, por favor, sus impresiones y haga cuantos comentarios y sugerencias puedan ayudarnos a serle útiles. Indique, por favor, anotando una X en la columna apropiada.*

	<i>En desacuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Muy de acuerdo</i>
1. La materia tratada en la acción formativa es relevante para mi trabajo.			
2. La materia se presentó de forma interesante.			
3. El formador fue un comunicador eficaz.			
4. El formador estaba bien preparado.			
5. El material distribuido me será de utilidad.			
6. Podré aplicar mucho material a mi trabajo.			
7. Podré aplicar muchos conocimientos a mi comercio.			
8. La infraestructura o el lugar en que se impartió fue apropiado.			
9. El plan de formación fue correcto.			
10. Hubo un buen equilibrio entre las exposiciones y la participación del grupo.			
11. Creo que el curso me ayudará en mi puesto de trabajo.			
¿Qué habría mejorado usted de la acción formativa?			

Mediante la revisión y el control del cumplimiento de los objetivos podrá descubrirse cuáles son los errores que se cometen, y corregirlos con el fin de motivar al comerciante e incentivarle para que escoja la formación como la solución a los

## LÍNEA DE ACTUACIÓN 3: PROMOCIÓN COMERCIAL DE LA CIUDAD DE ALZIRA

### L.3

Alzira se constituye como cabecera de área comercial. Es actualmente referente comercial dentro de su área de influencia, donde el **94,7% de los visitantes afirma acudir a esta ciudad para efectuar compras**<sup>1</sup>.

Sin embargo, la mejora de la red de comunicaciones, la presencia de nuevos proyectos comerciales y la creación de nuevos polos de atracción comercial en otras ciudades ponen en peligro el actual atractivo del comercio de Alzira, pudiendo desviarse parte de las compras que actualmente se realizan esta ciudad hacia otros polos comerciales.

El comercio local debe hacer frente a estas nuevas centralidades comerciales y para ello debe posicionarse dentro de su área de influencia como una ciudad comercial singular y diferenciada del resto de espacios comerciales.

Actualmente, el Ayuntamiento de Alzira, a través de su Concejalía de Comercio e Industria y las distintas asociaciones de comerciantes presentes en la ciudad realizan campañas de promoción de forma puntual y no integrada en una única actividad lo que puede estar dando lugar a una dispersión de los recursos y pérdida de la efectividad de las acciones desarrolladas.

La realización de **campañas de promoción conjunta** entre los distintos agentes implicados de forma continuada durante todo el año es la línea que debe seguir el sector comercial alcireño **para dar una imagen unitaria y potente de la actividad comercial de la ciudad.**

<sup>1</sup> Tabla 3.1 de la Encuesta a visitantes de Alzira. Oficina PATECO, 2005.

La línea de trabajo del sector minorista local pasa por desarrollar estas acciones de forma integrada con el fin de asegurar su efectividad, pudiendo trabajar conjuntamente la asociación empresarial y el Ayuntamiento para desarrollar estas actividades, donde el resto de asociaciones puede colaborar de forma activa.

Para ello, la promoción de la ciudad debe perseguir los siguientes objetivos:

- **Identificar y definir el «producto»** que se ofrece, tratando de incorporar a la oferta comercial aquellas ofertas complementarias que mejoren el posicionamiento de la ciudad.
- **Promocionar una imagen común y atractiva** de la ciudad de forma que el consumidor sea capaz de reconocerla de forma específica y distinta de otras.
- **Potenciar la oferta de servicios** a los consumidores como elemento diferenciador.
- **Mejorar la oferta de la ciudad** para conseguir atraer a un mayor número de compradores, bien reteniendo a los propios residentes como atrayendo compradores no residentes en la ciudad.

Con el fin de alcanzar estos objetivos las líneas de actuación deben centrarse en:

- Diseño de una imagen comercial de la ciudad.
- Creación de productos y difusión de la imagen creada.

### 1. Diseño de la imagen comercial de la ciudad

Debe identificarse una imagen comercial del municipio con aquellos aspectos que lo hacen diferente y a partir de éstos diseñar la imagen comercial que se desea.

La imagen comercial creada puede reforzarse con un slogan que identifique a Alzira como un lugar donde realizar compras todo el año. En esta línea con el slogan **«Alzira, de compras todo el año»** y la imagen diseñada podrían desarrollarse un conjunto de elementos de comunicación.

## Diseño de la imagen comercial

Con el fin de implicar a todo el comercio y al municipio en general en el proceso de promoción de Alzira como ciudad comercial puede organizarse un **Concurso de ideas** donde se presenten distintos diseños para la nueva imagen comercial de la ciudad.

La imagen comercial diseñada no debe ser empleada de forma puntual, sino que debe ser un referente a lo largo de todo el año, no obstante, en periodos concretos y bajo campañas de promoción específicas también debe ser utilizada.

## 2. Creación de productos de difusión de la imagen diseñada.

Una vez definida la imagen comercial a utilizar debe ser empleada en distintos medios y soportes.

### Elementos de comunicación

La nueva imagen comercial de Alzira debe difundirse tanto en los establecimientos comerciales como en los principales ejes comerciales —en la Vila y calles como Santos Patronos, Hispanidad, Perez Galdós, etc.- de la ciudad, así como en acciones dirigidas a municipios del área de influencia de Alzira.

Para ello pueden emplearse los siguientes elementos:

- Vallas publicitarias en la ciudad.
- Banderola.
- Paneles informativos.
- Displays en establecimientos comerciales.
- Bolsas de los establecimientos comerciales.
- Papel para envolver regalos.
- Planos de la ciudad.
- Transporte público.
- Oficina de Información y Turismo.

Además, esta imagen puede difundirse en ferias, congresos, actividades culturales, etc que se organicen en la ciudad.

Como producto específico del comercio local puede crearse una guía comercial y de servicios. Ésta debe contener:

- Índice general.
- Listado de establecimientos comerciales alfabéticamente y por categoría de productos.
- Servicio más importantes: transportes, centros sanitarios, policía, centros culturales, etc.
- Principales fiestas y actividades de ocio que pueden desarrollarse en la ciudad.
- Plano de localización de las actividades de forma clara y sencilla de identificar.

### **Campañas de promoción y animación desarrolladas de forma conjunta.**

La imagen diseñada debe ser empleada en todas aquellas campañas que se realicen a lo largo del año. Estas acciones pueden venir desarrolladas de forma conjunta por la Asociación Empresarial de Alzira y el Ayuntamiento desde la Oficina AFIC.

- **Campaña de Navidad:** siguiendo con las acciones realizadas hasta el momento, las actividades promocionales de la Campaña de Navidad (Concurso de escaparatismo, sorteo de premios económicos, etc) deben ir identificadas con la nueva imagen comercial.
- **Campañas de fidelización:** con el fin de fidelizar a los consumidores, concepto asociado a la idea de lealtad, pueden emplearse elementos de fidelización como vales descuento, horas de parking gratis, entradas a cines u otros espectáculos culturales.
- **Ferias temáticas:** realización de ferias o mercados extraordinarios de carácter temático. En este sentido, puede seguir desarrollándose la *feria medieval* de La Vila o crear una *feria outlet* (de oportunidades) que suele realizarse aprovechando el fin de temporada para sacar a la venta productos en stock a bajo precio y que ha tenido bastante éxito en algunas ciudades de la Comunidad Valenciana.

- **Calendario de actividades lúdico-culturales:** desarrollo de actos lúdico culturales tales como concursos infantiles, concursos de fotografía, teatro, cuenta-cuentos, ciclos de conciertos, etc.

Estas acciones son el primer paso que debe dar el comercio local junto con acciones de micourbanismo comercial para poder desarrollar más adelante una gestión integrada de la actividad comercial de la ciudad.

## LOCALIZACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA DE ALZIRA

El análisis de los ejes urbano-comerciales se basa en un criterio de concentración del tejido comercial minorista en una serie determinada de vías públicas y ámbitos.

Por tanto, en este apartado se pretende explicar la localización y distribución espacial de todos los establecimientos comerciales, fijando unos ejes principales de actividad comercial y analizando la tipología predominante tanto en los ejes principales como en el resto del municipio.

Cabe mencionar que la distribución comercial de Alzira no se reduce a determinados ejes, sino que existen pequeñas zonas que abarcan varias vías urbanas en las que se localiza un número considerable de comercios. Por ello, se ha incluido en el análisis los ámbitos con mayor actividad comercial de la ciudad.

### IDENTIFICACIÓN DE LOS EJES COMERCIALES

#### 11.1.1

Desde un punto de vista cuantitativo, se puede definir los ejes que adquieren una intensa actividad comercial, obteniendo el número total de establecimientos de cada vía urbana y el total de la superficie de venta. Así, se analiza el grado de concentración de cada eje sobre el total del comercio de Alzira.

### a) Ejes de actividad comercial

En general, el comercio de Alzira se encuentra bastante disperso por el núcleo urbano; no obstante se pueden determinar unos ejes principales de actividad comercial al abarcar un mayor número de establecimientos comerciales, con una clara diferencia entre éstos y el resto de calles. Asimismo, en las afueras de la ciudad se ubica un C.C. Carrefour de 10.904 m<sup>2</sup> que puede ser un foco de atracción para los residentes de Alzira.

Tal como se observa en las **Tablas 1.1 y 1.2**, Alzira cuenta con 556 establecimientos y un total de 72.348 m<sup>2</sup> de superficie de venta, inclusive el Carrefour. La Tabla 1.1 muestra una gran concentración de establecimientos en los ejes principales de actividad comercial: Hispanidad-Santos Patronos y Pérez Galdós, que en conjunto abarcan 85 establecimientos. Estos ejes alcanzan el 15,3% del total comercial del municipio, que suponen el 10,8% de la superficie de venta con 7.826 m<sup>2</sup>.

Los ejes secundarios de actividad comercial también concentran un alto porcentaje de comercios, pero individualmente poseen un menor número de comercios que los ejes principales. Se trata de *Pedro Esplugues, Plaza Mayor, Carretera de Albalat, Xúquer, Doctor ferrán, Hort dels Frares, Pare Castells y Reyes Católicos*, que en conjunto alcanzan el 26,4% respecto al total de Alzira con 147 comercios y el 42,6% del total de la superficie de venta al englobar 30.788 m<sup>2</sup>, (inclusive el Carrefour situado en la carretera de Albalat.).



**Tabla 1.1. Número total de comercios y superficie de venta de Alzira**

NOMBRE VÍA	NÚMERO DE COMERCIOS			SUPERFICIE DE VENTA		
	NÚMERO DE COMERCIOS	% SOBRE EL TOTAL	% ACUMULADO	SUP. VENTA (m <sup>2</sup> )	% SOBRE EL TOTAL	% ACUMULADO
HISPANIDAD-SANTOS PATRONOS	48	8,63	8,63	5.209	7,2	7,2
PEREZ GALDOS	37	6,65	15,29	2.617	3,62	10,82
PEDRO ESPLUGES	22	3,96	19,24	2.964	4,1	14,91
MAYOR (PLAZA)	22	3,96	23,2	1.770	2,45	17,36
ALBALAT (CARRETERA)	19	3,42	26,62	18.338	25,35	42,71
XUQUER	18	3,24	29,86	1624	2,24	44,95
DOCTOR FERRAN	18	3,24	33,09	1.460	2,02	46,97
HORT DELS FRARES	17	3,06	36,15	2.700	3,73	50,7
PARE CASTELLS	16	2,88	39,03	866	1,2	51,9
REYES CATOLICOS	15	2,7	41,73	1.066	1,47	53,37
PARC	12	2,16	43,88	826	1,14	54,51
SANTA CATALINA	12	2,16	46,04	686	0,95	55,46
FAUSTINO BLASCO	11	1,98	48,02	1.330	1,84	57,3
JOSEP PAU MARGANTONI	11	1,98	50	418	0,58	57,88
PILETES	10	1,8	51,8	731	1,01	58,89
LUIS SUÑER	9	1,62	53,42	1.192	1,65	60,54
CALDERON DE LA BARCA	9	1,62	55,04	750	1,04	61,57
FAVARETA	9	1,62	56,65	360	0,5	62,07
JOANOT MARTORELL	8	1,44	58,09	3.275	4,53	66,6
CURTIDORS	8	1,44	59,53	439	0,61	67,2
GANDIA	7	1,26	60,79	1.597	2,21	69,41
MAYOR-SAN AGUSTÍN	6	1,08	61,87	310	0,43	69,84
CAMILO DOLZ	6	1,08	62,95	291	0,4	70,24
ALCALDE FRANCESC OLIVER	6	1,08	64,03	284	0,39	70,63
CARDENAL VERA	6	1,08	65,11	214	0,3	70,93
FRANCISCO ARBONA	5	0,9	66,01	1.750	2,42	73,35
VIRGEN DE LA MURTA	5	0,9	66,91	1.660	2,29	75,64
SUCRO	5	0,9	67,81	515	0,71	76,36
JOSE MARIA LLOPICO	5	0,9	68,71	235	0,32	76,68
PINTOR PARRA	5	0,9	69,6	207	0,29	76,97
COLON	5	0,9	70,5	125	0,17	77,14
PEDRO MORELL	5	0,9	71,4	120	0,17	77,31
ANGEL DEL ALCAZAR	4	0,72	72,12	605	0,84	78,14
ALQUENENCIA	4	0,72	72,84	419	0,58	78,72
PARROCO VILAR	4	0,72	73,56	125	0,17	78,89
BANDERA VALENCIANA	4	0,72	74,28	92	0,13	79,02
SALVADOR SANTAMARIA	4	0,72	75	92	0,13	79,15
DOCTOR JOSE GONZALEZ	4	0,72	75,72	91	0,13	79,27
DEPORTES	3	0,54	76,26	1.950	2,7	81,97
SUECA	3	0,54	76,8	637	0,88	82,85
O'DONELL	3	0,54	77,34	225	0,31	83,16
GABRIELA MISTRAL	3	0,54	77,88	205	0,28	83,44
LEPANTO	3	0,54	78,42	182	0,25	83,7
REGNE	3	0,54	78,96	160	0,22	83,92
SOCIEDAD MUSICAL	3	0,54	79,5	150	0,21	84,12
PRIOR MORERA	3	0,54	80,04	145	0,2	84,32
PARE POMPILIO TORTAJADA	3	0,54	80,58	115	0,16	84,48
POLINYA	3	0,54	81,12	90	0,12	84,61
SANTA TERESA	3	0,54	81,65	85	0,12	84,73
GENERAL PRIM	3	0,54	82,19	73	0,1	84,83
PASTORA	3	0,54	82,73	73	0,1	84,93
SAGRADA FAMILIA	3	0,54	83,27	70	0,1	85,02
1 DE MAYO	2	0,36	83,63	935	1,29	86,32
NARANJO	2	0,36	83,99	625	0,86	87,18
SAN BERNARDO	2	0,36	84,35	370	0,51	87,69
SALVADOR PERLES	2	0,36	84,71	250	0,35	88,04



ABEN TOLMUS	2	0,36	85,07	150	0,21	88,24
ALZIRA - CARCAIXENT	2	0,36	85,43	150	0,21	88,45
CORREOS	2	0,36	85,79	145	0,2	88,65
CARBO	2	0,36	86,15	135	0,19	88,84
ALACANT	2	0,36	86,51	130	0,18	89,02
RAMON Y CAJAL	2	0,36	86,87	125	0,17	89,19
VICENTE VIDAL	2	0,36	87,23	120	0,17	89,36
N.S. DE LUJAN	2	0,36	87,59	110	0,15	89,51
BAILEN	2	0,36	87,95	110	0,15	89,66
MAESTRE PALAU	2	0,36	88,31	100	0,14	89,8
TETUAN	2	0,36	88,67	95	0,13	89,93
COLMENAR	2	0,36	89,03	90	0,12	90,06
CRISTOBAL MONTERDE	2	0,36	89,39	85	0,12	90,17
SUFRAGI	2	0,36	89,75	85	0,12	90,29
JESUS ALVAREZ	2	0,36	90,11	82	0,11	90,4
HOSPITAL	2	0,36	90,47	70	0,1	90,5
INDEPENDENCIA	2	0,36	90,83	70	0,1	90,6
ALPUJARRAS	2	0,36	91,19	60	0,08	90,68
BENIFAIRO	2	0,36	91,55	55	0,08	90,76
LUCHANA	2	0,36	91,91	55	0,08	90,83
GERARDO LAGUIA	2	0,36	92,27	45	0,06	90,89
SIMAT	1	0,18	92,45	3.000	4,15	95,04
BLASCO IBAÑEZ	1	0,18	92,63	1.300	1,8	96,84
ARAPILES	1	0,18	92,81	250	0,35	97,18
COSTA	1	0,18	92,99	150	0,21	97,39
SANTO GILDES	1	0,18	93,17	150	0,21	97,6
RIOLA	1	0,18	93,35	150	0,21	97,81
DEL MERCAT	1	0,18	93,53	140	0,19	98
CABO NOVAL	1	0,18	93,71	100	0,14	98,14
SAN ROQUE	1	0,18	93,88	90	0,12	98,26
DOCTOR ALEJANDRO FLEMING	1	0,18	94,06	80	0,11	98,37
SAN QUINTIN	1	0,18	94,24	72	0,1	98,47
DOCTOR FRANCESC BONO	1	0,18	94,42	70	0,1	98,57
JAIME DE OLID	1	0,18	94,6	70	0,1	98,66
SAGUNTO	1	0,18	94,78	70	0,1	98,76
ALBUIXARRES	1	0,18	94,96	60	0,08	98,84
DOCTOR JUST	1	0,18	95,14	60	0,08	98,93
BALMES	1	0,18	95,32	50	0,07	99
ALBUERA	1	0,18	95,5	45	0,06	99,06
ARZOBISPO	1	0,18	95,68	40	0,06	99,11
CAYETANO GOMEZ ESPAÑA	1	0,18	95,86	40	0,06	99,17
GENERALITAT	1	0,18	96,04	40	0,06	99,22
MONTALVA	1	0,18	96,22	40	0,06	99,28
MURTA	1	0,18	96,4	40	0,06	99,34
OBISPO GILABERTO MARTI	1	0,18	96,58	40	0,06	99,39
SALVADOR ENGUX	1	0,18	96,76	40	0,06	99,45
MAESTRO MOSCARDO	1	0,18	96,94	35	0,05	99,49
SAN VICENTE FERRER	1	0,18	97,12	32	0,04	99,54
HORT DE TORREMOCHA	1	0,18	97,3	30	0,04	99,58
SAN JUDAS TADEO	1	0,18	97,48	30	0,04	99,62
PARE VICENT RIBES	1	0,18	97,66	28	0,04	99,66
SAN JAIME	1	0,18	97,84	27	0,04	99,7
GENERAL ESPARTERO	1	0,18	98,02	25	0,03	99,73
SANT JOAN	1	0,18	98,2	25	0,03	99,77
BLASCO	1	0,18	98,38	20	0,03	99,79
CONSUELO	1	0,18	98,56	20	0,03	99,82
VIRGEN DEL LLUC	1	0,18	98,74	20	0,03	99,85
ZARAGOZA	1	0,18	98,92	20	0,03	99,88
TRAFALGAR	1	0,18	99,1	19	0,03	99,9
MARIA MOLINER	1	0,18	99,28	18	0,02	99,93
CONSTITUCION	1	0,18	99,46	15	0,02	99,95
ENRIC SOLER I GODES	1	0,18	99,64	15	0,02	99,97
NUMANCIA	1	0,18	99,82	15	0,02	99,99
FORTALENY	1	0,18	100	7	0,01	100
<b>TOTAL EJES</b>	<b>556</b>	<b>100</b>		<b>72.348</b>	<b>100</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

**Tabla 1.2. Actividad comercial en los ejes comerciales**

PORCENTAJE DE ACTIVIDAD COMERCIAL				
EJES	NÚMERO DE COMERCIOS		SUPERFICIE DE VENTA	
	Número de comercios	%	Sup. Venta (m <sup>2</sup> )	%
Principales ejes	85	15,3	7.826	10,8
Ejes secundarios	147	26,4	30.788	42,6
Otros ejes	74	13,3	5.933	8,2
Total ejes comerciales	306	55	44.547	61,6
<b>Total comercios de Alzira</b>	<b>556</b>	<b>100</b>	<b>72.348</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

Asimismo, en Alzira se localizan otros ejes con una relativa importancia comercial, donde se ubican de nueve a doce establecimientos comerciales en cada vía. Son *Parc, Santa Catalina, Faustino Blasco, Joseph Pau Margantoni, Piletas, Luis Suñer y Calderón de la Barca*, que conjuntamente ocupan el 13% del total comercial con 74 establecimientos de Alzira abarcando sólo el 8,2% del total de la superficie de venta con 5.933 m<sup>2</sup>.

En conjunto, todos los ejes comerciales analizados abarcan más de la mitad del comercio de Alzira (55%) con 306 comercios, así como más del 60% de la superficie de venta total por abarcar (44.547 m<sup>2</sup>).

### b) Ámbitos de actividad comercial

En Alzira existen áreas delimitadas por varios ejes comerciales que, si bien en sí mismos no supone un alto porcentaje de actividad comercial, en conjunto sí que conforman un ámbito comercial importante.

Existen tres ámbitos de actividad comercial: la Plaza Mayor y la calle Xúquer y la Plaza del Mercat-Regne.

Por un lado, el ámbito de la Plaza Mayor es el área donde se asienta un mayor número de comercios. Abarca siete calles que en conjunto alcanzan 55 comercios (casi un 10%) y 4.079 m<sup>2</sup> de superficie de venta (5,6%). El eje principal que pertenece a este ámbito es la Plaza Mayor, con 22 establecimientos (4,7%), concentrando el resto de vías menos de nueve establecimientos.

**Tabla 1.3. Ámbito de la Plaza Mayor**

ÁMBITO PL. MAYOR	NÚMERO DE COMERCIOS		SUPERFICIE DE VENTA	
	NÚMERO DE COMERCIOS	% SOBRE EL TOTAL	SUP. VENTA (m <sup>2</sup> )	% SOBRE EL TOTAL
MAYOR (PLAZA Y CALLE)	22	3,96	1.770	2,45
CALDERON DE LA BARCA	9	1,62	750	1,04
CURTIDORS	8	1,44	439	0,61
MAYOR-SAN AGUSTÍN	6	1,08	310	0,43
SUCRO	5	0,9	515	0,71
SOCIEDAD MUSICAL	3	0,54	150	0,21
CORREOS	2	0,36	145	0,2
<b>TOTAL ÁMBITO</b>	<b>55</b>	<b>9,89</b>	<b>4.079</b>	<b>5,64</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

El ámbito de Xúquer reúne cuatro vías que concentran en conjunto 35 establecimientos, lo que supone el 6,3% del total, y 2.672 m<sup>2</sup> de superficie de venta, que corresponde al 3,7%. Tal como se observa en la **Tabla 1.3.**, destaca la calle Xúquer con 18 comercios y 1.624 m<sup>2</sup> de superficie de venta, cubriendo el 3,24% del total comercial y el 2,24% de la superficie de venta.

**Tabla 1.4. Ámbito Xúquer**

ÁMBITO XUQUER	NÚMERO DE COMERCIOS		SUPERFICIE DE VENTA	
	NÚMERO DE COMERCIOS	% SOBRE EL TOTAL	SUP. VENTA (m <sup>2</sup> )	% SOBRE EL TOTAL
XUQUER	18	3,24	1.624	2,24
PILETES	10	1,8	731	1,01
PINTOR PARRA	5	0,9	207	0,29
N.S. DE LUJAN	2	0,36	110	0,15
<b>TOTAL ÁMBITO</b>	<b>35</b>	<b>6,29</b>	<b>2.672</b>	<b>3,69</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

Por último, el ámbito de la Plaza del Mercado-Reino abarca 4 vías con 17 establecimientos, alcanzando el 3% de la actividad comercial de Alzira. La superficie de venta asciende a 1.584 m<sup>2</sup>, ocupando el 2,19%. Cabe realzar la avenida Luis Suñer, con 9 establecimientos (1,6%) y 1.162 m<sup>2</sup> de superficie de venta (1,6%).



Tabla 1.5. Plaza del Mercat-Regne

ÁMBITO PL DEL MERCAT- REGNE	NÚMERO DE COMERCIOS		SUPERFICIE DE VENTA	
	NÚMERO DE COMERCIOS	% SOBRE EL TOTAL	SUP. VENTA (m <sup>2</sup> )	% SOBRE EL TOTAL
LUIS SUÑER	9	1,62	1.192	1,65
BANDERA VALENCIANA	4	0,72	92	0,13
REGNE	3	0,54	160	0,22
DEL MERCAT	1	0,18	140	0,19
<b>TOTAL ÁMBITO</b>	<b>17</b>	<b>3,06</b>	<b>1.584</b>	<b>2,19</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

## ANÁLISIS DE LOS EJES DE MAYOR ACTIVIDAD COMERCIAL

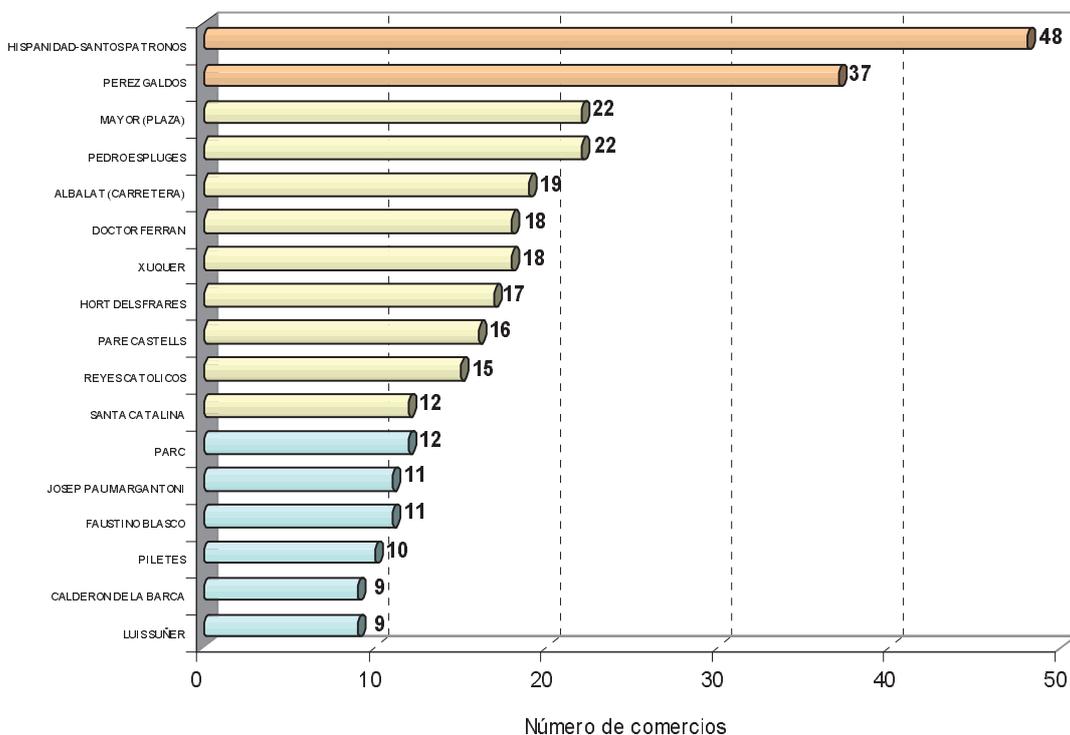
### 11.1.2

En este apartado se hace hincapié en los ejes de mayor actividad comercial, así como los ámbitos comerciales definidos.

Si se observa el **Gráfico 1.1**, se aprecia una notable diferencia entre los ejes principales de actividad comercial y el resto de los ejes respecto al número de comercios. Los ejes principales Hispanidad-Santos Patronos y Pérez Galdós concentran 48 y 37 comercios respectivamente. Los demás ejes concentran menos de 22 establecimientos, siendo Piletas el que menor número abarca (10 comercios).

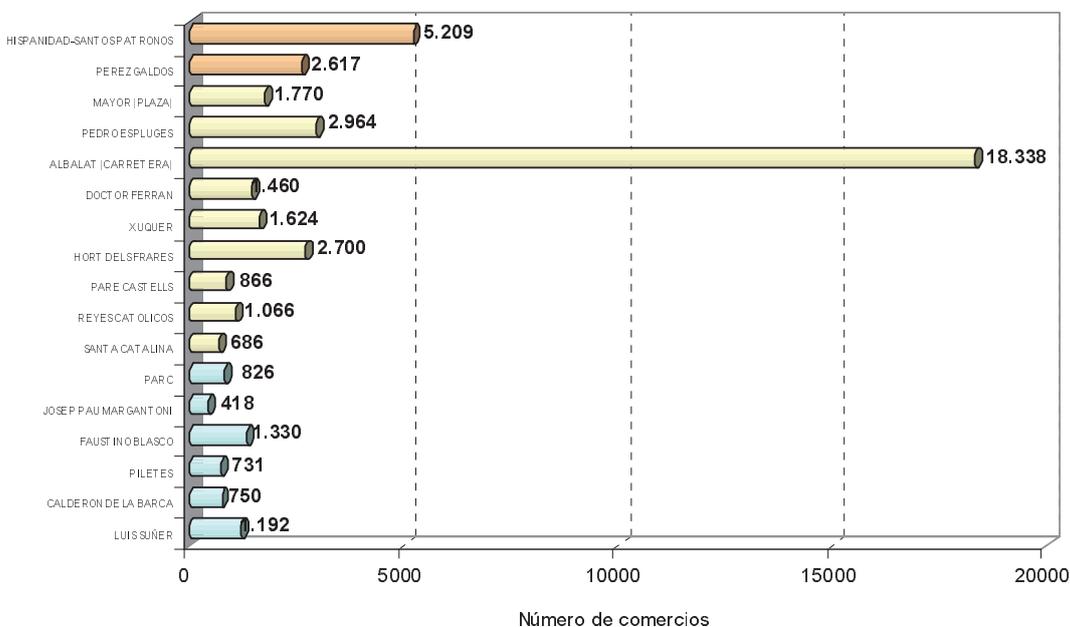
Tal como se muestra en el Gráfico 1.2, no se aprecia una relación general entre el número de establecimientos y la superficie de venta de los ejes comerciales, ya que las dimensiones no varían en proporción al número de establecimientos de cada eje. Por tanto, en cuanto a concentración de superficie, la carretera de Albalat destaca con 18.338 m<sup>2</sup> al ubicarse el Carrefour, y seguidamente, Hispanidad-Santos Patronos 5.209 m<sup>2</sup> al tratarse del eje comercial más importante de la ciudad.

Gráfico 1.1. Concentración espacial en los ejes de actividad comercial de Alzira



Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

Gráfico 1.2. Superficie de venta de los ejes con mayor actividad comercial

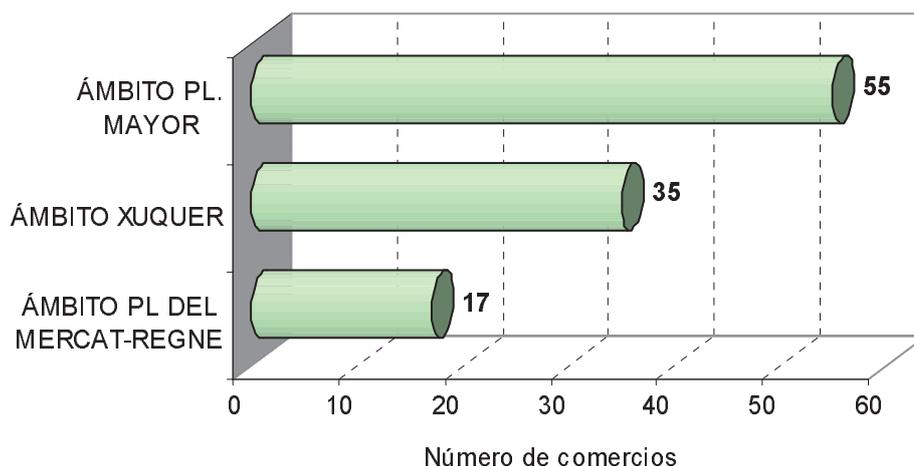


Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

El resto de los ejes comerciales responden a factores de edificación propicios para albergar bajos comerciales de determinadas dimensiones. Por ejemplo, Pedro Esplugues, con 22 establecimientos, adquiere más superficie comercial que Pérez Galdós y la Plaza Mayor, por ubicarse este eje secundario un Spar de 1.100 m<sup>2</sup>. Asimismo, destaca el eje secundario de Hort dels Frares, con 17 establecimientos y 2.700 m<sup>2</sup> de superficie de venta, ubicándose un Plus Supermercado de 1.300 m<sup>2</sup> que incrementa la superficie global del eje. El eje principal de Pérez Galdós también adquiere una superficie de venta considerable, con 2.617 m<sup>2</sup> y 37 establecimientos. Los otros ejes comerciales ya tienen dimensiones más reducidas.

Por ámbitos comerciales, se observa una relación global entre el número de comercios y la superficie de venta. El ámbito de la Plaza Mayor es el que engloba más establecimientos, al incluir el eje principal de la Plaza Mayor, y mayor superficie de venta.

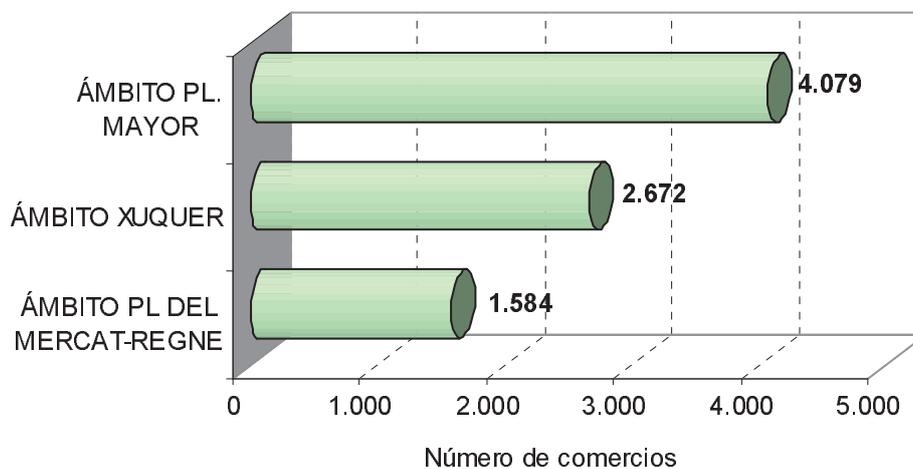
**Gráfico 1.3. Concentración espacial en los ámbitos de actividad comercial de Alzira**



Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

El ámbito de Xúquer abarca menos vías urbanas y un menor número de comercios, con una superficie global de 2.672 m<sup>2</sup>. Por último, el ámbito de la plaza del Mercat-Regne es el que conforma menor número de ejes, y un menor número de establecimientos y de superficie de venta.

**Gráfico 1.3. Concentración de la superficie de venta en los ámbitos de actividad comercial de Alzira**



Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

### 1.2.1. Ejes principales de actividad comercial

En Alzira se localiza dos ejes principales de actividad comercial: Hispanidad-Santos Patronos y Pérez Galdós.

#### **a) Hispanidad-Santos Patronos**

Es el eje de actividad comercial más importante de Alzira, y una de las vías urbanas más amplias, con un tráfico peatonal y rodado muy denso. Se prolonga desde la entrada a la ciudad desde el Suroeste hasta la Plaça de la Generalitat durante 651 metros, delimitando por el Este el casco histórico de La Vila.



En esta avenida se localizan numerosas cadenas comerciales, por lo que el comercio tradicional es escaso. Concentra 48 establecimientos comerciales (8,63%), de los cuales seis comercios pertenecen a bienes diarios y el resto ocasional, entre los que cabe destacar 29 establecimientos de equipamiento personal, por lo que se puede hablar de una especialización en este tipo de comercio.

La superficie de venta total de este eje es de 5.209 m<sup>2</sup>, alcanzando el 7,2% del total, con una media de 108,5 m<sup>2</sup>. Destaca un Caprabo de 1.050 m<sup>2</sup>, así como una tienda de equipamiento personal de 260 m<sup>2</sup> (Pedro García Villaba) y un establecimiento de equipamiento del hogar de 250 m<sup>2</sup> (Quatre Parets).

Casi la mitad de los establecimientos que se ubican en este eje pertenecen a cadenas de establecimientos comerciales, lo que ejerce una cierta atracción para los residentes de Alzira. En total se localizan 23 establecimientos con un sistema de distribución de franquicia o cadena comercial, sobre todo firmas de equipamiento personal.

La mayoría de los establecimientos que se ubican en este eje comercial presentan un buen estado, teniendo una antigüedad media aproximadamente de doce años. Un total de 21 establecimientos, el 43,8% del total de Hispanidad-Santos Patronos, tienen un aspecto muy bueno, representando el 58,8% de la superficie de venta con 3.065 m<sup>2</sup>.

El 41,7% de los comercios presentan un aspecto aceptable, representando un 32,9% de la superficie de venta. Por último, cuatro establecimientos ofrecen un aspecto físico mejorable.

**Tabla 1.6. Estado físico de los establecimientos de Hispanidad-Santos Patronos<sup>1</sup>.**

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	21	43,8	3.065	58,8
Bueno	20	41,7	1.712	32,9
Malo	4	8,3	352	6,8
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

<sup>1</sup> Algunos datos de determinados comercios no se encuentran disponibles

En el entorno de Santos Patronos se ubica otros ámbitos de cierta importancia comercial adquirida por la cercanía a este eje, como la Plaza del Reino, Plaza Major, Mayor Santa Catalina y Xúquer.

### b) Pérez Galdós

Es el eje con más actividad comercial después de Hispanidad-Santos Patronos, pero con la diferencia de que el tipo de comercio en esta calle es más próximo y tradicional. La calle Benito Pérez Galdós se extiende desde la Plaza Major hasta la Plaza de Alicante, con una longitud de 356 metros. Abarca 37 establecimientos (6,65%), de los cuales seis son de comercio cotidiano, por lo que predomina el comercio ocasional, con doce comercios destinados a equipamiento personal.



La superficie de venta global de este eje asciende a 2.617 m<sup>2</sup> (3,62%), dado que se localiza en una zona con una edificación más antigua, limitando de esta manera la superficie comercial. La superficie media es de 72,7 m<sup>2</sup>; no obstante, cabe destacar un establecimiento de equipamiento del hogar de 400 m<sup>2</sup> (Vicmar), un bazar de 200 m<sup>2</sup> (Bazar Gran Europa) y una tienda de deportes de 192 m<sup>2</sup> (Deportes Adolfo).

A pesar de que se trata de un eje con una notable densidad comercial, el carácter de proximidad de Pérez Galdós implica que sólo se asienten cinco establecimientos de tipo franquicia o pertenecientes a otro tipo de cadena comercial: Druni, Borsache, Konfor Sueños, Moviestar y Coquette. Asimismo, cabe destacar una cooperativa, Centre de Salut Visual Alzira.

El estado físico de los establecimientos de Pérez Galdós es bastante bueno, similar a los del eje Hispanidad-Santos Patronos. Así, 14 establecimientos presentan un estado físico muy bueno, representando el 37,8% del total del eje y abarcando 862 m<sup>2</sup> (33%), y 16 comercios adquieren un buen aspecto, lo que alcanza el 43,2% del total y casi la mitad de la superficie de venta.

Tabla 1.7. Estado físico de los establecimientos de Pérez Galdós<sup>2</sup>.

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	14	37,8	862	32,9
Bueno	16	43,2	1.300	49,7
Malo	3	8,1	335	12,8
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

La antigüedad media de los establecimientos de este eje es de 15,4 años.

### 1.2.2. Ejes secundarios de actividad comercial

#### a) Pedro Espluges

Es el eje una calle que cruza la mitad norte de la ciudad, y se prolonga desde Virgen de la Murta hasta la plaza Párroco Vilar. Tiene 719 metros de longitud y concentra 22 establecimientos, de los cuales nueve pertenecen a comercio cotidiano, y el resto a comercio ocasional, sin que exista un predominio definido, ya que se localizan establecimientos de varios grupos de actividad.

La superficie de venta de este eje alcanza los 2.964 m<sup>2</sup>, que representa el 4,24% del total de Alzira. Destaca una mediana superficie especializada en mobiliario, Chordá, de 1.200 m<sup>2</sup> y un supermercado Spar de 900 m<sup>2</sup>, obteniendo el resto de establecimientos una superficie media de 43,2 m<sup>2</sup>.



<sup>2</sup> Ibidem nota 1

La mayoría de los establecimientos son independientes y de proximidad, excepto cinco con un sistema distinto de distribución. Tres comercios pertenecen a cooperativas (Tabacos Ana, droguería y perfumería Gelen y Sual Ferretería). Asimismo, dos corresponden a cadenas comerciales, PC Box y el Spar.



La mayoría de los establecimientos que se ubican en este eje comercial se encuentra en buen estado, teniendo una antigüedad media de 17,8 años. Un total de 11 establecimientos, la mitad del total de Pedro Esplugues, tienen una calificación buena en cuanto a aspecto físico, y representan el 55,1% de la superficie de venta con 1.632 m<sup>2</sup>.

Tabla 1.8. Estado físico de los establecimientos de Pedro Esplugues<sup>3</sup>.

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	7	31,8	282	9,5
Bueno	11	50	1.632	55,1
Malo	3	13,6	1010	34,1
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

El 31,8% de los comercios tienen un aspecto excelente, lo que representa un 31,8% del total y un 9,5% de la superficie de venta.

### b) Plaza mayor

La Plaza Mayor es uno de los ejes más emblemáticos de Alzira, a pesar de ser eje secundario. Por el Oeste, Calderón de la Barca actúa como nexo de unión con Santos Patronos, y por el Este delimita a Pérez Galdós. La Plaza Mayor tiene un área de 6.820 m<sup>2</sup>, siendo en su totalidad peatonal; únicamente los extremos que forman la calle Correos y el enlace con Benito Pérez Galdós están abiertos al tráfico rodado. En este eje se asientan 22 establecimientos (casi un 4%), de los que sólo cuatro pertenecen a comercio de bienes diarios, y de los establecimientos ocasionales cabe destacar diez de equipamiento personal.

<sup>3</sup> Ibidem nota 1

Las dimensiones de la superficie comercial de la mayoría de los establecimientos son pequeñas, con una media de 80,4 m<sup>2</sup> y sumando un total de 1.770 m<sup>2</sup> (2,45% del total de superficie de venta). Por su tamaño se distingue una tienda de equipamiento del hogar de 250 m<sup>2</sup> (Milano Iluminación), un establecimiento de deportes de 180 m<sup>2</sup> (Base Sport Leader) y una franquicia de Adolfo Domínguez de 135 m<sup>2</sup>.



Todos los establecimientos de la Plaza Mayor son de proximidad, con un sistema de distribución independiente excepto tres que pertenecen a cadenas comerciales: Prieto, Peter Murria y el citado Adolfo Domínguez.



La antigüedad media de los locales comerciales es de 16,9 años, los cuales se conservan en un estado muy bueno. Más de la mitad tienen una muy buena calificación, cubriendo asimismo más de la mitad de la superficie de venta. En buenas condiciones se encuentran seis establecimientos, cubriendo más de una cuarta parte y abarcando 545 m<sup>2</sup> de superficie comercial (30,8%).

Tabla 1.9. Estado físico de los establecimientos de la Plaza Mayor<sup>4</sup>.

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	12	54,5	940	53,1
Bueno	6	27,3	545	30,8
Malo	3	13,6	105	5,9
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

<sup>4</sup> Ibidem nota 1

### c) Carretera de Albalat

La Carretera de Albalat se inicia en la salida de Alzira por el Norte y es el eje que abarca las mayores superficies comerciales con un comercio de atracción, como es el caso del hipermercado Carrefour o de las medianas superficies especializadas en mobiliario. No es un tipo de comercio de compra frecuente, y no se puede hablar de especialización de una actividad determinada. En esta carretera se ubican 19 comercios (3,42%), todos de comercio ocasional excepto Lidl y Carrefour.



La superficie de venta total de Albalat asciende a 18.338 m<sup>2</sup>, copando una cuarta parte de la superficie de Alzira. Cabe resaltar el contraste entre las pequeñas superficies (con una media de 30 m<sup>2</sup>) y las medianas superficies. Entre éstas últimas se encuentran Carrefour, de 10.904 m<sup>2</sup>, Muebles Sales Solaz S.L. e Internacional Decor Spain S.A., de 3.000 y 1.700 m<sup>2</sup> respectivamente (medianas superficies especializadas en mobiliario) un Lidl de 800 m<sup>2</sup>, un Sprinter de 620 m<sup>2</sup> y dos establecimientos de automóviles y accesorios (Automondubel S.L. y Feu Vert, de 500 y 450 m<sup>2</sup> respectivamente).

En este eje se localizan ocho cadenas comerciales, tres de telefonía móvil (Movistar, Amena y Vodafone), una pequeña tienda de equipamiento del hogar (Mister Minut) y los nombrados Carrefour, Lidl, Sprinter y Feu Vert.

Los establecimientos tienen un aspecto aceptable, teniendo trece establecimientos una buena calificación (68,4%), abarcando una superficie de venta de 7.427 m<sup>2</sup>.

Tabla 1.10. Estado físico de los establecimientos de Albalat

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	2	10,5	10.934	59,6
Bueno	13	68,4	7.427	40,5
Malo	3	15,8	57	0,3
Muy malo	1	5,3	50	0,3

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

Los establecimientos de esta calle tienen una antigüedad media de 9,3 años.

#### d) Xúquer

Esta calle próxima y paralela a Santos Patronos se inicia en la calle Correos y desemboca en Joanot Martorell. Tiene una longitud de 473 metros, aunque concentra la mayoría de sus establecimientos en el primer tramo, el más próximo a la Plaza Mayor y a Santos Patronos. Este eje alberga 18 establecimientos (3,24%), todos de comercio ocasional excepto una verdulería. No predomina ninguna actividad determinada, pero cabe resaltar que siete establecimientos son de equipamiento personal.



La superficie de venta total es de 1.624 m<sup>2</sup> (2,24%), y sólo despiantan por su tamaño dos bajos comerciales: una juguetería de 550 m<sup>2</sup> (Don Dino), y una tienda de equipamiento personal de 120 m<sup>2</sup> (Chollos). Los demás establecimientos tienen una reducida superficie comercial, en los que la media apenas alcanza los 60 m<sup>2</sup>.

Todos los establecimientos que se ubican en este eje tienen un carácter tradicional; no obstante, se asientan cuatro cadenas comerciales: dos de equipamiento personal (O'clock y Trovada), Don Dino y Javi Sport.

Los escaparates de los comercios tienen en su mayoría un buen aspecto, ocupando un total de 1.243 m<sup>2</sup> de superficie de venta. No obstante, más de una cuarta parte se hallan en condiciones desfavorables, abarcando un 16,4% de superficie de venta. El promedio de antigüedad es de 10 años.



Tabla 1.11. Estado físico de los establecimientos de Xúquer<sup>5</sup>.

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	1	5,6	75	4,6
Bueno	11	61,1	1.243	76,5
Malo	5	27,8	266	16,4
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

### e) Doctor Ferrán

Es una calle que forma un mismo eje con Reyes Católicos, siendo una prolongación de ésta que desemboca en la calle Francisco Bono, con una longitud de 506 metros. Concentra 18 establecimientos (3,24%), de los cuales siete están destinados al comercio de bienes diarios y el resto a comercio ocasional, sin ninguna especialización. No obstante, destaca cinco establecimientos de equipamiento personal y cinco de equipamiento del hogar.



<sup>5</sup> Ibidem nota 1

La superficie de venta media de este eje es de 81 m<sup>2</sup>, alcanzando un total de 1.460 m<sup>2</sup> (2%). Sólo destaca un establecimiento de muebles de 600 m<sup>2</sup> (Muebles Blay) y uno de electrodomésticos de 120 m<sup>2</sup>, (Electrodomésticos A. Giner).

Todos los establecimientos son independientes, excepto una cooperativa, Droguería y Perfumería Mari Tere, y una agrupación comercial, la citada Electrodomésticos A. Giner.

La mayoría de los establecimientos presentan un buen aspecto, que se refleja en la siguiente tabla con más de la mitad en buen estado, si bien más de una cuarta parte se encuentra en mal estado. Los comercios en buen estado son los que más superficie de venta abarca, 1.033 m<sup>2</sup>, ocupando el 70,8%. La antigüedad media de los establecimientos de este eje es de 20 años.

**Tabla 1.12. Estado físico de los establecimientos de Doctor Ferrán.**

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	3	16,7	88	6
Bueno	10	55,6	1.033	70,8
Malo	5	27,8	339	23,2
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

#### **f) Hort dels Frares**

Es un eje que se extiende desde Correos hasta la Avinguda del Parc con una longitud de 444 metros. Concentra 17 establecimientos, alcanzando el 3% del total, de los cuales cuatro están destinados al comercio de bienes diarios y el resto no tiene especialización en ninguna actividad.

La superficie de venta en general es de reducidas dimensiones, alcanzando un total de 2.700 m<sup>2</sup>; no obstante, en este eje se ubica un Plus supermercado de 1.300 m<sup>2</sup> que puede resultar un foco de atracción para los residentes de las inmediaciones de este eje. Asimismo, destaca un establecimiento de equipamiento personal de 300 m<sup>2</sup> (Donpe), y dos establecimientos de 250 m<sup>2</sup> (Chordá Tapizados y Bazar Europa). La superficie media del resto de comercios es de 50 m<sup>2</sup>, ya que todos son de proximidad con un sistema de distribución independiente, siendo inexistente cualquier tipo de cadena comercial.



La mayoría de los establecimientos presentan un buen aspecto, que se refleja en la siguiente tabla con el 70,6% en buen estado, los cuales abarcan más superficie de venta alcanzando los 1.070 m<sup>2</sup> (43,3%). La antigüedad media de los establecimientos de este eje es de 20 años.

Tabla 1.13. Estado físico de los establecimientos de Hort dels Frares<sup>6</sup>.

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	3	17,6	170	6,3
Bueno	12	70,6	1.170	43,3
Malo	1	5,9	60	2,2
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

### g) Pare Castells

Es una avenida paralela a Pedro Espluges y se extiende desde la avenida Josep Pau Margantoni hasta Francisco Bono durante 591 metros. Concentra 16 establecimientos, alcanzando casi un 3% del total de Alzira, de los cuales seis pertenecen al comercio de bienes diarios y el resto a comercio ocasional, sin predominio de una tipología concreta.

<sup>6</sup> Ibidem nota 1

La superficie de venta de cada uno de los establecimientos de este eje es de reducidas dimensiones, ya que la mayoría son de carácter tradicional. Tiene una superficie de venta media de 54 m<sup>2</sup>. Destaca un establecimiento de 160 m<sup>2</sup> (Tendes Multipreu) y un establecimiento de equipamiento del hogar de 100 m<sup>2</sup>, que además es la única cadena comercial de este eje (Safor S.L).



Los establecimientos de este eje presentan un buen aspecto, ya que más de la mitad tienen una buena calificación. El 31,3% de los establecimientos tienen un estado muy bueno, ocupando el 22,6% de la superficie de venta.

Tabla 1.14. Estado físico de los establecimientos de Pare Castells<sup>7</sup>.

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	5	31,3	196	22,6
Bueno	9	56,3	510	58,9
Malo	1	6,3	100	11,5
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

### h) Reyes Católicos

Es una calle que se extiende desde la Plaza general Dolz hasta el inicio de la calle Doctor Ferrán. Tiene 539 metros de longitud y engloba 15 establecimientos, de los que cuatro comercializan bienes diarios; del comercio ocasional cabe destacar cinco establecimientos de equipamiento para el hogar.



<sup>7</sup> Ibidem nota 1

La superficie de venta media de este eje es de 71 m<sup>2</sup>, ya que predomina el comercio tradicional. Destaca un establecimiento de electrodomésticos para el hogar (Alfredo Giner) de 250 m<sup>2</sup> y un establecimiento de productos congelados de 120 m<sup>2</sup> (José Gómez). El conjunto de la superficie de venta asciende a 1.066 m<sup>2</sup>, representando sólo el 1,47% del total de Alzira.

A pesar de ser un eje con establecimientos que adquieren un carácter de proximidad, se ubican cuatro cadenas comerciales y dos cooperativas, sin generar un área de influencia amplia.

La mayoría de los establecimientos que se ubican en este eje comercial se encuentran en buen estado, teniendo una antigüedad media de 15 años. Un total de nueve establecimientos, el 60% de Reyes Católicos, tienen una buena calificación en cuanto a aspecto físico, representando la mitad de la superficie de venta con 526 m<sup>2</sup>.

**Tabla 1.15. Estado físico de los establecimientos de Reyes Católicos.**

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	3	20	370	34,7
Bueno	9	60	526	49,3
Malo	3	20	170	15,9
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

Asimismo, en este eje se localizan tres comercios en muy buen estado y tres comercios en mal estado. Éstos últimos corresponden a una farmacia (Farmacia Frasquet del Toro) un establecimiento de equipamiento del hogar (Art 142) y un Fotoprix.

### **1.2.3. Otros ejes de actividad comercial**

#### **a) Parc.**

Este eje se prolonga desde la Plaza Primero de Mayo hasta la salida del casco urbano en dirección Este. Tiene 448 metros y concentra doce establecimientos comerciales (2,16%), de los cuales sólo cuatro están destinados al comercio de bienes diarios, abarcando el resto de comercios actividades muy distintas, sin predominio de ninguna en particular.

La superficie de venta global asciende a 826 m<sup>2</sup> (1,14%), por lo que los establecimientos son de reducidas dimensiones, con una media de 68,8 m<sup>2</sup>. No obstante, se localizan dos ocales comerciales de 400 y 150 m<sup>2</sup>, Talleres Europa S.L (OPEL) y ferretería Perpiña. Aparte de estos dos establecimientos, los demás tienen una superficie de venta pequeña.



Los establecimientos son independientes, exceptuando una cooperativa, Ferretería Perpinyá, y una cadena de talleres de Opel (Talleres Europa), que coinciden con los establecimientos de mayor tamaño del eje.

El aspecto de los comercios de esta calle es bastante bueno, con siete establecimientos en excelentes condiciones, y cuatro en muy buenas condiciones.

**Tabla 1.16. Estado físico de los establecimientos de Parc.**

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	4	33,3	530	64,2
Bueno	7	58,3	256	31
Malo	1	8,3	40	4,8
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

### b) Santa Catalina

Es un eje de 162 metros longitud que pertenece al casco antiguo de la ciudad, y se extiende desde la plaza de la Constitución hasta la avenida de Santos Patrones. Presenta como especial característica que es peatonal en toda su extensión, donde se localiza una oferta de ocio considerable al ubicarse unos cines. Concentra doce establecimientos minoristas (2,16%), de los cuales sólo tres pertenecen a bienes diarios y el resto a comercio ocasional, en el que no predomina especialmente ninguna actividad, aunque sí cabe destacar cuatro establecimientos de equipamiento personal.

La superficie de venta de esta calle alcanza los 686 m<sup>2</sup> (sólo el 0,95% del total de Alzira), con un tamaño medio de 57,16 m<sup>2</sup>, dada la limitación de la edificación en el casco antiguo de la ciudad. Los establecimientos de más tamaño comercial son de 130 y 100 m<sup>2</sup>, que pertenecen a una tienda de equipamiento del hogar (+vanguardias) y a una papelería (Picking'Pack), respectivamente.



En este eje sólo se ubican tres establecimientos que pertenecen a cadenas comerciales o similar. Se trata del citado Picking'Pack, una cadena de videojuegos (The House of Games) y una tienda de ropa infantil (Canadá House). Los demás tienen un carácter más próximo y tradicional.

El aspecto de los establecimientos es bastante bueno, exceptuando cuatro establecimientos que no ofrecen un escaparate atractivo. La antigüedad media es de 17 años.

**Tabla 1.17. Estado físico de los establecimientos de Santa Catalina.**

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	2	16,7	95	13,8
Bueno	6	50	296	43,1
Malo	4	33,3	295	43
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

### c) Faustino Blasco

Es una calle que pertenece al casco antiguo de la ciudad, perpendicular a Mayor Santa Catalina, donde nace, desembocando en la Plaza del Mercado con 158 metros de longitud. Es, junto con Santa Catalina, donde se concentra todo el comercio de La Vila. Concentra once establecimientos (1,98%), de los cuales sólo tres pertenecen a bienes diarios y el resto a comercio ocasional, con un predominio de equipamiento personal con cinco locales comerciales.

La superficie de venta asciende a 1.330 m<sup>2</sup> (1,84%). Cabe destacar un establecimiento de muebles (muebles Alonso), de 750 m<sup>2</sup> y un bazar de 150 m<sup>2</sup> (Bazar China). La superficie media de este eje no supera los 50 m<sup>2</sup>, exceptuando el citado Muebles Alonso. Todos los comercios de este eje son independientes, exceptuando una tienda de ropa para mujer, Vestirclub.



En general, el aspecto de los establecimientos de este eje es bueno, teniendo una antigüedad media de 14,8 años. Sólo dos establecimientos presentan un aspecto descuidado, abarcando 195 m<sup>2</sup> de superficie de venta.

Tabla 1.18. Estado físico de los establecimientos de Faustino Blasco<sup>8</sup>.

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	1	9,1	70	5,3
Bueno	7	63,6	1.005	75,6
Malo	2	18,2	195	14,7
Muy malo	0	0	2	0,2

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

#### d) Josep Pau Margantoni

Es una calle de 348 metros que se prolonga desde la calle del Doctor Ferrán hasta Pare Castells, cruzando el eje secundario de Pedro Esplugues. Concentra 11 establecimientos, al igual que Faustino Blasco, de los que sólo dos de dedican a la comercialización de bienes diarios, no predominando ninguna actividad determinada.

<sup>8</sup> Ibidem nota 1

La superficie de venta global alcanza apenas los 418 m<sup>2</sup> (0,58%), siendo el tamaño medio de 38 m<sup>2</sup>. El único establecimiento relativamente destacable es el kiosco-cafetería Levante, de 100 m<sup>2</sup>. Asimismo, los comercios son independientes, exceptuando Erina Comunicaciones (Amena).



Las condiciones que ofrecen los establecimientos de este eje son buenas, excepto tres que no ofrecen un buen aspecto. Tienen una antigüedad media de 11,2 años.

**Tabla 1.19. Estado físico de los establecimientos de Josep Pau Margantoni.**

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	1	9,1	15	3,6
Bueno	7	63,6	331	79,2
Malo	3	27,3	72	17,2
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

### e) Piletas

La calle Piletas forma parte del ámbito de Xúquer, con una longitud de 277 metros. Conecta con éste y con Santos Patronos a través de la calle de N. S. Luján, y se extiende hasta Reyes Católicos-Doctor Ferrán, sensiblemente paralela a Hort dels Frares y Benito Pérez Galdós. Cuenta con 10 establecimientos de actividades diferentes: dos se dedican a la comercialización de bienes diarios, tres a equipamiento personal, dos a equipamiento del hogar y el resto a otro tipo de comercio.

La superficie de venta global apenas roza los 731 m<sup>2</sup> (1%), con una media de 73,1 m<sup>2</sup>. Destacan dos tiendas de 150 m<sup>2</sup>: una de equipamiento del hogar (Veranda & Hogar S.L.) y otra de decoración (Tiser). Asimismo se ubica un establecimiento de equipamiento personal de 100 m<sup>2</sup> (Manteletas Mercedes Romero S.L.).



Dado el carácter tradicional de este eje, el sistema de distribución predominante es independiente, ubicándose únicamente una cooperativa (Perfumería Viana S.L.).

En general, los establecimientos de la calle Piletes ofrecen un buen aspecto, puesto que seis de los diez comercios tienen una buena calificación. La antigüedad media de los comercios de Piletes es de 15,8 años.

**Tabla 1.20. Estado físico de los establecimientos de Piletes.**

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	2	20	170	23,3
Bueno	6	60	435	59,5
Malo	2	20	126	17,2
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

## f) Luis Suñer

La Avenida Luis Suñer se inicia en la Plaza del Reino, perpendicular a Hispanidad-Santos Patronos, extendiéndose hasta la Plaza Santa María en el límite Oeste del casco urbano de Alzira. Es una ancha avenida de 600 metros que concentra todos sus establecimientos en el primer tramo, más próximo a la plaza del Reino y por consiguiente, más cerca de Hispanidad-Santos Patronos; a partir del tramo del Parque de Arabia Saudí (murallas) el comercio es inexistente. Es un que no destaca tanto por su densidad comercial como por su importancia urbanística, ya que abarca sólo nueve comercios (1,62%), dos de bienes diarios (perfumerías), dos de equipamiento personal y dos de equipamiento del hogar, dedicándose el resto a comercializar otros productos.



Dado que en esta avenida se localiza comercio de atracción, la superficie media asciende a 132,4 m<sup>2</sup>, situándose por encima de ésta un establecimiento de equipamiento del hogar de 296 m<sup>2</sup> (Casanova) y dos de 250 m<sup>2</sup> (muebles Luis Serra y Dulce Bebé). El global de la superficie comercial se eleva a 1.192 m<sup>2</sup> (1,65%).

Más de la mitad de los establecimientos pertenecen a franquicias o cadenas comerciales, ya que sólo cuatro son independientes. Se localiza dos cadenas de perfumerías (Druni y PFC), un Dulce Bebe, Élite Sport Atmósfera y Rafael Abad.

Tanto el mobiliario urbano de la avenida como los comercios tienen un buen aspecto, ofreciendo tres de ellos un estado excelente y cuatro de ellos aceptable. Sólo un comercio no ofrece un escaparate atractivo, el Kiosko Pilar, de cinco años de antigüedad. La antigüedad media de los establecimientos es de 11,7 años.

Tabla 1.21. Estado físico de los establecimientos de Luis Suñer<sup>9</sup>.

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	3	33,3	796	66,8
Bueno	4	44,4	330	27,7
Malo	1	11,1	26	2,2
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

### g) Calderón de la Barca

Es una calle exclusivamente peatonal de sólo 77 metros de longitud que actúa como nexo de unión entre la Plaza Mayor y la avenida Santos Patronos, a la vez que comunica ésta última con el eje de Faustino Blasco, ya en el casco histórico de la ciudad. Por tanto, el tráfico peatonal es intenso y la densidad comercial acusada, con nueve establecimientos a pesar de su pequeña extensión. Predomina los comercios de equipamiento personal, con cinco establecimientos dedicados a esta actividad; asimismo, uno pertenece a comercio diario y uno a equipamiento del hogar.



Cada uno de los establecimientos de este eje es de reducidas dimensiones, excepto uno de equipamiento para el hogar (Abolengo Vitro Color S.L) de 400 m<sup>2</sup>, y otro de equipamiento personal (Calzados Gallach). Los demás comercios no sobrepasan los 50 m<sup>2</sup>, y en su totalidad abarca 750 m<sup>2</sup> (1%).

El sistema de distribución es independiente, ya que sólo un establecimiento es de tipo franquicia: Gp Ofimarket Alzira S.L.

La antigüedad media de los establecimientos de Calderón de la Barca es de 17,6 años; además, más de la mitad de los locales se encuentran en muy buenas condiciones, englobando un total de 617 m<sup>2</sup> de superficie comercial.

<sup>9</sup> Ibidem nota 1

**Tabla 1.21. Estado físico de los establecimientos de Calderón de la Barca<sup>10</sup>.**

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	5	55,6	617	82,3
Bueno	1	11,1	25	3,3
Malo	2	22,2	58	7,7
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

### 1.2.4. Ámbitos de actividad comercial

#### **a) Ámbito de la Plaza Mayor**

Es el área comercial más importante de Alzira, próxima al gran eje comercial de Santos Patronos. Abarca las vías urbanas de la Plaza Mayor, Calderón de la Barca, Curtidores, Sucro, Sociedad Musical y Correos, que en global suman 53 establecimientos comerciales (9,53%). Este ámbito concentra 10 establecimientos de bienes diarios y el resto ocasional, de los cuales existe un claro predominio de equipamiento personal con 22 establecimientos dedicados a esta actividad.

El global de la superficie de venta asciende a 4.009 m<sup>2</sup> (5,54%), con un tamaño medio de 75,6 m<sup>2</sup>. Destaca el mencionado establecimiento de equipamiento del hogar de 400 m<sup>2</sup> (Abolengo Vitro Color S.L.) en Calderón de la Barca, así como un comercio de venta de motocicletas de 260 m<sup>2</sup> en la calle Sucro (Sucesores de C. Simón S.L.).

En general, el aspecto de los locales es muy bueno, ya que casi la mitad de los establecimientos se encuentran en muy buen estado, abarcando 2.012 m<sup>2</sup> de superficie de venta. Asimismo, 18 comercios se hallan en buen estado, englobando 1.359 m<sup>2</sup> de superficie comercial. La antigüedad media es de 18,8 años de antigüedad.

<sup>10</sup> Ibidem nota 1

**Tabla 1.22. Estado físico de los establecimientos del ámbito de la Plaza Mayor<sup>11</sup>.**

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	24	45,3	2.012	50,2
Bueno	18	34	1.359	33,9
Malo	8	15,1	343	8,6
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

### b) Ámbito de N.S. Luján o Xúquer

Este área comercial abarca las calles de Xúquer, Piletas, Pintor Parra y la plaza de N.S. Luján, en el que destaca el eje de Xúquer como eje principal, y donde en conjunto se concentran 35 establecimientos (3,24%). De éstos, sólo cuatro pertenecen a comercio cotidiano, predominando el comercio de equipamiento personal con trece establecimientos.

La superficie comercial global alcanza los 2.672 m<sup>2</sup> (3,69%), con una superficie media de 76,3 m<sup>2</sup>, despuntando el Don Dino ubicado en la calle Xúquer de 550 m<sup>2</sup>. Los demás tienen una superficie de venta más pequeña, rondando los 62,4 m<sup>2</sup>.

Aparte de las cinco cadenas comerciales asentadas en la calle Xúquer, sólo de ubica un Don Algodón en la calle Pintor Parra, siendo los demás comercios independientes y con un carácter más tradicional.

Tal como se aprecia en la siguiente tabla, el estado general de los locales es aceptable, con casi el 63% en buenas condiciones ocupando el 70,5% de la superficie de venta. Asimismo, cuatro adquieren un aspecto óptimo y ocho establecimientos necesitan mejorías en sus escaparates.

**Tabla 1.23. Estado físico de los establecimientos del ámbito de N.S. Luján o Xúquer<sup>12</sup>.**

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	4	11,4	315	11,8
Bueno	22	62,9	1.885	70,5
Malo	8	22,9	432	16,2
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

<sup>11</sup> Ibidem nota 1

<sup>12</sup> Ibidem nota 1

### c) **Ámbito de la Plaza del Mercat-Regne**

El área de la Plaza del Mercat-Regne lo conforma el eje de Luis Suñer, la calle Bandera Valenciana, la Plaza del Reino y la Plaza del Mercado. No obstante, la mayoría de los establecimientos se concentran alrededor de la Plaza del Reino y la Plaza del Mercado, la zona más cercana a Hispanidad-Santos Patronos. Es el ámbito donde se ubica el mercadillo del miércoles, donde existe una amplia oferta comercial que actúa como foco de atracción para los residentes de Alzira. El conjunto de este entramado concentra 17 establecimientos (3%), de los cuales cinco pertenecen a bienes diarios. En el comercio ocasional no existe especialización, aunque cabe resaltar cinco dedicados al equipamiento personal.

Al incluirse la avenida Luis Suñer en el ámbito de la Plaza del Mercat-Regne, la superficie comercial global es considerable en proporción al número de ejes y número de comercios (1.584 m<sup>2</sup>, que representa el 2,19%). Asimismo, la media de la superficie de venta es de 93,1 m<sup>2</sup>. No obstante, aparte de los establecimientos de Luis Suñer, no destaca ninguno más por su tamaño, excepto una zapatería en la Plaza del Mercat de 140 m<sup>2</sup>.

En este ámbito se ubica una proporción considerable de cadenas comerciales, de las que cabe destacar, aparte de las cinco ubicadas en Luis Suñer, un APP en Bandera Valenciana y un Rosso Disera y Caribú en la Plaza del Reino.

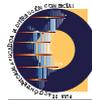
El estado de los establecimientos de ámbito tiene una calificación entre bueno y muy bueno, con sólo dos establecimientos en malas condiciones, tal como muestra la tabla siguiente.

**Tabla 1.24. Estado físico de los establecimientos del ámbito de Mercat-Regne<sup>13</sup>.**

Calificación	Número comercios		Sup. Venta	
	Nº de comercios	%	Sup. Venta	%
Muy bueno	7	38,9	943	54,4
Bueno	8	44,4	680	39,2
Malo	2	11,1	71	4,1
Muy malo	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

<sup>13</sup> Ibidem nota 1



## DOTACIÓN COMERCIAL POR DISTRITOS CENSALES

### 11.1.3

Si se relaciona la población con el número de comercios se puede hacer una aproximación de la dotación comercial en Alzira, es decir, el número de comercios cada mil habitantes. La **Tabla 1.20** muestra el *Índice de dotación comercial* y el *Índice de superficie de venta* por distritos censales y secciones, así como la población y el número de establecimientos de cada sección.



Tabla 1.20. Dotación comercial por distritos y secciones.

DISTRITO	SECCIONES	POBLACIÓN POR SECCIONES	ESTABLECIMIENTOS POR SECCIONES	INDICE DE DOTACIÓN	SUP. VENTA (m2)	INDICE DE SUP. VENTA
1	11	1.273	6	4,7	510	400,6
1	12	1.580	37	23,4	4.903	3.103,20
1	13	1.097	21	19,1	2.435	2.219,70
<b>TOTAL DISTRITO 1</b>		<b>3.950</b>	<b>64</b>	<b>16,2</b>	<b>7.848</b>	<b>1.986,80</b>
2	21	1.575	9	5,7	796	505,4
2	22	1.284	10	7,8	810	630,8
2	23	823	4	4,9	220	267,3
2	24	1.227	12	9,8	332	270,6
2	25	992	16	16,1	900	907,3
2	26	1.784	15	8,4	730	409,2
2	27	1.952	0	6,7	2031	1.040,50
2	28	1.571	2	1,3	624	397,2
2	29	1.120	13	11,6	648	578,6
<b>TOTAL DISTRITO 2</b>		<b>4.909</b>	<b>35</b>	<b>7,1</b>	<b>1.674</b>	<b>341</b>
3	31	811	26	32,1	1.373	1.693,00
3	32	1.720	65	37,8	5.322	3.094,20
3	33	1.186	12	10,1	787	663,6
3	34	1.035	49	47,3	3.189	3.081,20
<b>TOTAL DISTRITO 3</b>		<b>4.752</b>	<b>152</b>	<b>32</b>	<b>10.671</b>	<b>2.245,60</b>
4	41	1.471	34	23,1	4.255	2.892,60
4	42	2.515	23	9,2	2.283	907,8
4	43	1.165	6	5,2	280	240,3
4	44	1.309	13	9,9	3.470	2.650,90
4	45	1.145	22	19,2	1.162	1.014,90
4	46	1.213	3	2,5	100	82,4
4	47	1.079	16	14,8	6.531	6.052,80
4	48	1.829	22	12	1.203	657,7
4	49	1.115	17	15,3	1.601	1.435,90
4	410	1.777	29	16,3	2.563	1.442,30
4	411	1.615	6	3,7	295	182,7
4	412	1.175	6	5,1	241	205,1
<b>TOTAL DISTRITO 4</b>		<b>17.408</b>	<b>197</b>	<b>11,3</b>	<b>23.984</b>	<b>1.377,80</b>
5	51	1.034	34	32,9	20.157	19.494,20
5	52	2.083	4	1,9	870	417,67
5	53	1.612	11	6,8	1.727	1.071,30
<b>TOTAL DISTRITO 5</b>		<b>4.729</b>	<b>49</b>	<b>10,4</b>	<b>22.754</b>	<b>4.811,60</b>

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo del Comercio de Alzira. Oficina PATECO 2005.

Los mayores índices de dotación comercial coinciden con los distritos 1 y 3, donde se localiza la mayor oferta comercial y la zona de mayor densidad comercial de Alzira. El distrito 1, La Vila, tiene una dotación de 16 establecimientos cada 1.000 habitantes, por lo que se sitúa por encima de la media del total de Alzira y en armonía con la media de la Comunidad Valenciana, que supone un equilibrio comercial en esta zona del casco histórico. Asimismo, ofrece 1.986 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. La sección que destaca es la sección 2<sup>a</sup> que engloba a una parte de Santa Catalina y una parte de Santos Patronos, con un índice de dotación de 23,4 puesto que en esta sección se localizan 37 establecimientos para 1.580 residentes.

El distrito 3, localizado en la parte centro del municipio, coincide con el ámbito de la Plaza Mayor y Xúquer, así como una parte de Santos Patronos, Hort dels Frares, Reyes Católicos y Benito Pérez Galdós. Es el área de mayor oferta comercial de Alzira, obteniendo un *Índice de dotación comercial* de 32 comercios cada 1.000 habitantes y 2.245 m<sup>2</sup> cada 1000 habitantes, muy por encima de la media municipal. Dentro de este distrito cabe resaltar la sección 2<sup>o</sup> (que abarca el ámbito de Plaza Mayor y Xúquer) con un índice de 37,8 al albergar 65 establecimientos para 1.720 habitantes.

El distrito 2, situado en la zona sur del municipio, tiene una dotación de 7 establecimientos cada 1.000 habitantes y sólo 341 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Esta dotación deficitaria se debe, en gran medida, a que esta zona presenta un comercio muy disperso y muy poca oferta comercial, con sólo 35 establecimientos para 4.909 habitantes. No obstante, la sección 5 es la que más dotación comercial adquiere al abarcar parte de Reyes Católicos y de Benito Pérez Galdós. En las demás secciones la dotación comercial es insuficiente, al ubicarse un número muy reducido de establecimientos.

El distrito 4 abarca una gran parte de la ciudad, ubicado en la zona Centro-Este de Alzira. Es el distrito que más población tiene, 17.408 habitantes, con un total de 197 establecimientos. Abarca el eje secundario de Pedro Esplugues y alrededores, como Josep Pau Margantoni y Pare Castells. No obstante, al tener poca densidad comercial, en *Índice de dotación* no es muy alto ni en número de comercios (11,3) ni en superficie comercial (1.377). Destaca la sección 1<sup>a</sup>, que engloba parte de Hort dels Frares y Reyes Católicos, con un índice de dotación de 23 establecimientos cada 1.000 habitantes.

El distrito 5 engloba un área muy amplia de Alzira pero adquiere poca densidad poblacional al abarcar vías de fuera del núcleo urbano. Tiene un índice dotacional de de 10,4 y, sin embargo, un *Índice de superficie* de venta de 4.811,6. Este hecho es debido a que el distrito abarca la carretera de Albalat y por consiguiente, el hipermercado Carrefour. La sección 1ª es la que tiene el índice de dotación más alto, tanto en número de comercios (casi 33) como en superficie comercial (19.494).

## CONCLUSIONES

El comercio de Alzira tiene una gran concentración en dos ejes principales: eje de Hispanidad-Santos Patronos y Benito Pérez Galdós. También existe una concentración, si bien no tan intensa, en ejes secundarios como Pedro Esplugues y la Plaza Mayor, así como otros ejes que, a pesar de su reducido número de establecimientos, adquieren importancia urbanística por actuar como nexos de unión (como Calderón de la Barca) o pertenecer al caso histórico de la ciudad (como Santa Catalina o Faustí Blasco). Asimismo, en Alzira se localiza ámbitos que abarca más de un eje, como el ámbito Xúquer o de la Plaza del mercat-Regne.

En general, se puede afirmar que a medida que la especialización del comercio aumenta, los establecimientos se concentran en ejes de mayor actividad comercial o en sus proximidades, donde el tráfico rodado y peatonal es frecuente.

El comercio cotidiano se localiza de forma dispersa para abastecer a la población más cercana de bienes diarios, ya que la frecuencia de compra es más habitual. Asimismo, el comercio ocasional se concentra en los ejes principales y secundarios, al tratarse de productos más especializados que no crean una frecuencia de compra muy alta. Dichos establecimientos tienen una ubicación geoestratégica en la zona de intensa actividad comercial, de tal manera que generan un área de influencia amplia.

Se puede hablar de cierta especialización en algunos ejes comerciales, como la especialización de Santos Patronos en equipamiento personal o de Joanot Martorell en venta de automóviles y sus accesorios.

Alzira cuenta con unos establecimientos de 14,6 años de antigüedad media, y, en general, un buen estado físico, tanto en los ejes principales como en el resto del municipio.

## FUTUROS USOS TERCIARIOS CONTEMPLADOS EN EL PGOU<sup>14</sup>

### a) Urbanización del Tulell

La empresa Promociones Sollana S.L es la encargada de ejecutar el PAI afecta a una superficie total superior a 422.000 m<sup>2</sup>. Se vertebrará alrededor de un bulevar comercial y que permitirá construir 5.000 viviendas y edificios públicos con uso dotacional.

El proyecto contempla un nuevo instituto, un auditorio y un palacio de congresos, un polideportivo al aire libre y un aparcamiento subterráneo con capacidad para 706 vehículos. El bulevar, que se inicia junto a una gran parcela comercial y desemboca en el hipermercado Carrefour, contará con aceras con una amplitud de cuatro metros. También se construirá un paseo central de once metros de ancho y dos carriles para cada sentido, además de otros dos carriles de servicio y aparcamiento.

Destaca la edificación de nueve torres de veinte alturas, aunque excepcionalmente podrán llegar hasta 25 pisos. Asimismo, habrá 45.000 m<sup>2</sup> de zonas verdes.



<sup>14</sup> Fuente: El Boletín de Alzira.

## b) Centro Comercial Vilella

Empresa: Onden S.L

La empresa Onden S.L se encargará de su construcción, la cual se asentará en una zona de reciente urbanización: la avenida de la Ribera, que enlaza Carcaixent y Alzira.

El complejo comercial de 45.000 m<sup>2</sup> contemplará zonas verdes y se construirá sobre una parcela de entre 50.000 y 60.000 m<sup>2</sup>. Habrá aproximadamente entre 110 y 150 locales, con una superficie dedicada a alimentación, cines, restaurantes, ocio infantil, servicios del hogar, cultura, deportes, bricolaje o textil. La zona de aparcamiento tendrá entre 2.600 y 3.200 plazas.

## ESTRUCTURA URBANA, ACCESIBILIDAD Y SITUACIÓN DEL TRÁFICO EN EL MUNICIPIO

### Introducción

La importancia de Alzira data de época árabe. En la Edad Media, y bajo dominación musulmana, Alzira era la única medina en un medio rural. En 1.242 fue incorporada al nuevo reino cristiano de Valencia por el rey Jaume I. Seis siglos después, rey Alfonso XII, en consideración a su importancia como núcleo urbano, le concedió el título de ciudad.

Las características urbanas de Alzira son las propias de una ciudad que ha ido experimentando un crecimiento constante, particularmente desde el siglo XIX, con la introducción del cultivo de la naranja.

El núcleo más antiguo de la ciudad es la denominada Vila, que conforma el centro histórico de Alzira, enclavada en la orilla de un meandro del río Júcar, en sus orígenes recinto amurallado, del que hoy tan solo se conservan tres tramos aislados, al norte de La Vila, en la Plaza de Arabia Saudí y en la del Mercat.





El crecimiento urbano de los siglos XIX y XX se fue extendiendo desde los arrabales hacia levante, por un lado, y hacia el sur, por otro, en dirección a Carcaixent.

Los **ejes de crecimiento** coincidían con las vías de comunicación más importantes. Estos ejes fueron en dirección norte-sur el conformado por las calles Sueca, Dr. Ferrán, Reyes Católicos, Salvador Santa Maria y Puente de Xàtiva; y el eje este-oeste, constituido por las calles Pérez Galdós y Gandía.

## MORFOLOGÍA URBANA

### 11.5.1

La zona urbana queda perfectamente delimitada en su zona sureste por la carretera comarcal CV-50; al oeste por las avenidas de Vicent Vidal y Pare Pompiu Tortajada ya en las inmediaciones de la Muntanyeta del Salvador, y al norte por la Avenida de Joanot Martorell.

Fuera de estos límites se ubican diversos enclaves urbanos, como son los barrios del Torretxó, la Muntanyeta y la Alquerieta, todos ellos localizados al este de la ciudad.

El casco urbano de Alzira se caracteriza porque apenas existe discontinuidad en los espacios edificados (a excepción de parcelas de uso industrial), lo que ha permitido un funcionamiento relativamente eficaz de la ciudad.

Atendiendo a las características morfológicas y sociales la trama del centro urbano se puede dividir en diferentes áreas homogéneas identificables.

Los barrios así delimitados son:

- **La Vila**, configurada por el Centro Histórico originario de la ciudad, que conserva en buen estado su trama histórica original, solo afectada en su perímetro (avenidas de Santos Patronos y Lluís Sunyer) con tipologías residenciales ajenas.

A pesar de su indudable valor histórico, presenta un alto índice de desocupación residencial, y a sufrido una degradación progresiva principalmente a lo largo de la calle Major Santa Maria, en su extremo oeste. Afortunadamente el proceso parece estar invirtiéndose gracias a los esfuerzos realizados desde el Ayuntamiento.

- El **Ensanche Histórico** que agrupa los arrabales del s. XVIII y XIX (Sant Joan, Pont de Xàtiva y Caputxins) queda delimitado por el oeste por las calles Xúquer, Plaza Mayor, Plaza del Alborxí y Guerrillero Romeu, y por el este por las calles Salvador Santa Maria y Reyes Católicos.
- El **Ensanche Norte**, queda delimitado por el triangulo que configuran las calles Dr. Ferrán, Padre Pompilio y Colmenar Verge de la Murta, donde se ubican importantes equipamientos públicos, como el Instituto Publico J. M. Parra, el Parque del Pare Crespí y el campo de fútbol de Venecia. Su estructura urbana responde a una geometría más regular y ortogonal, con secciones viarias bien dimensionadas, si bien presentan una urbanización deficiente.
- El **Ensanche Central**, encuadrado al sur del ensanche norte, y hasta la calle J. M. Llopico. Presenta dos zonas diferenciadas en función de su densidad, la más oriental con viviendas adosadas, y la parte sur con viviendas plurifamiliares de mayor densidad. En este barrio se localiza el Parque de la Alquenencia, principal espacio verde del casco urbano de Alzira. Comparte características morfológicas similares al ensanche norte.
- Por último, la zona definida por las **grandes avenidas** de los Santos Patronos, Hispanidad y Lluís Sunyer, creadas ex – novo en los años 60, sobre el antiguo cauce seco del Xúquer, delimitan al este y al sur el barrio de La Vila. Es el área con mayor densidad demográfica de la ciudad, con edificios de hasta once alturas, y donde se concentra, junto a la Plaza Mayor, el grueso de actividades económicas de Alzira.
- **Uso Industrial.** Alzira cuenta con una importante dotación de suelo industrial, la mayor parte distribuido fuera del casco urbano, ya que en su interior todavía se encuentran antiguas naves y almacenes. Los polígonos industriales más importantes son: el polígono de la carretera de Albalat, de la carretera de Algemesí, de Les Bases y Pont de Xàtiva.
- También fuera del casco urbano, al norte, se ubican dos importantes equipamientos de influencia comarcal, como son el Hospital de La Ribera, y el Centro Comercial Carrefour, ambos bien comunicados mediante transporte urbano.



## ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD EN EL MUNICIPIO

### 11.5.2

#### Accesibilidad de vehículos.

##### **El Sistema de Comunicación Interno.**

Dentro del sistema interno de circulación de la ciudad, para un mejor entendimiento de su funcionamiento, se realizará una distinción entre las principales vías de acceso al casco urbano, y aquellas otras que forman parte de la Red Viaria Interior de la ciudad.

##### **Red Vial Exterior. Principales vías de acceso.**

Los ejes de comunicación más importantes y con mayor carga de tráfico de Alzira corresponden a las principales vías de entrada y salida al casco urbano, carreteras de carácter secundario calificadas como comarcales o locales que unen los distintos municipios del entorno territorial.

Dos vías autonómicas tienen especial importancia en la ciudad de Alzira:

- La carretera comarcal **CV-50** (carretera Tavernes de la Valldigna- Lliria) que delimita a modo de cinturón el sur de la ciudad y comunica con los grandes ejes viarios como son la Autovía de Levante (a través de L´Alcudia o Alberic), y la Autopista A-7 (a través de las entradas de Algemesí o Favareta).
- La **CV-41** (carretera Xàtiva-Silla) que comunica Alzira con los núcleos urbanos situados al sur de la ciudad (Carcaixent, Xàtiva). Se prolonga al interior de la ciudad por el Puente de Xàtiva, desdoblándose en la Plaza de San Judas Tadeo, en sentido de entrada a través del eje formado por las calles Salvador Santamaría y Reyes Católicos, y en sentido salida por la calle Colón.

Dentro de la red local de carreteras, destacan al sur de la ciudad, por su carga de tráfico, en orden decreciente en cuanto a su intensidad media diaria, según datos recogidos en el P.G.O.U. de Alzira, la carretera **CC-3320** que une Alzira con Carcaixent, la comarcal **CC-3322** que comunica con Tavernes de la Vallidigna en dirección sureste, y finalmente destacar la vía de comunicación entre Alzira y Alberic (**CC-3324**).

Al norte, la carretera **CC-3320** en dirección Algemesí y la **VV-1101** que comunica Alzira con el municipio de Sueca. La calle Joanot Martorell y la **carretera de Albalat** soportan un flujo de tráfico intenso, por la ubicación del Centro Comercial Carrefour y la concentración de actividades industriales.

### Ejes viarios principales en el Centro Urbano.

Los principales ejes de comunicación internos se corresponden con aquellos que comunican directamente con las vías de entrada y salida al núcleo urbano anteriormente descritas, prolongación de estos en su interior. Estos son:

- En dirección **norte-sur**, el eje formado por las Avenidas Hispanidad y Santos Patronos, que enlaza directamente al sur con la CV-50, se configura como el autentico eje vertebrador del trafico rodado.

Destaca en menor medida, el eje localizado más al este, formado por las calles Salvador Santamaría, Reyes Católicos y Dr. Ferrán, que atraviesa por completo en sentido único norte el casco urbano.

Otros ejes de circulación destacados son: la calle Camil Dolç y Arcediano Pedro Espluges.

- En dirección **este-oeste**, el eje formado por las calles Benito Pérez Galdós y Gandía se configura como la principal vía de salida del centro urbano. Antiguo eje de crecimiento de la ciudad, parte de la Plaza Mayor recogiendo un flujo intenso de tráfico proveniente de la Avenida Santos Patronos.

En sentido inverso, de entrada al centro urbano, y situado una manzana más al norte que la calle Benito Pérez Galdós, se sitúa el eje formado por la Avenida del Parc y la calle Hort dels Frares, que desemboca en la Plaza Mayor, enlazando a través de la calle Correos con la avenida de los Santos Patronos.

Otros ejes importantes son: los formados por la calle Verge de la Murta y Colmenar en sentido salida del centro urbano, y Verge del Lluch/ Josep Pau Margantoni en sentido contrario.

- **Circunvalación.** Decir que aunque no esté configurado como tal, el conjunto de calles y carreteras que circundan el casco urbano, formado por la CV-50 al sur, las Avenidas de Vicente Vidal, José Sunyer y Pare Pompeu Tortajada al este, la calle Sueca y Joanot Martorell al norte, y el eje interior formado por las avenidas de Santos Patronos e Hispanidad, funcionan a modo de cinturón de circunvalación de la ciudad.

### **Dificultades de circulación.**

En un sentido general, se detectan como principales causas de las problemas de circulación rodada de Alzira:

- La red vial está muy concentrada en itinerarios básicos que atraviesan el centro de la ciudad, con dificultades de capacidad y la consecuente congestión y degradación de la utilización peatonal.
- Existen algunas secciones en condiciones de saturación, como las ya mencionadas, especialmente los viales transversales este-oeste.
- Inexistencia de un cinturón de circunvalación completo.

En referencia al primer punto se producen normalmente colas o congestiones por falta de capacidad- en las calles Benito Pérez Galdós y Hort dels Frares, en sentido de salida y entrada al centro urbano respectivamente. En la avenida de Santos Patronos únicamente se observan problemas de congestión en horas punta, sin que causen problemas excesivos en la circulación.

Sin embargo, se considera que en general las condiciones del tráfico en Alzira son tolerables.

Como principales problemas, se apuntan los siguientes:

- Condiciones de congestión en puntos determinados del centro de la ciudad: la organización de itinerarios internos induce a una utilización excesiva de las vías que atraviesan en centro para desplazamientos con origen y destino externos al mismo (Santos Patronos, Reyes Católicos, Hort dels Frares y Benito Pérez Galdós)
- Problemáticas de conectividad y desequilibrios en los itinerarios transversales. No existe un itinerario directo que atraviese de este a oeste la ciudad, quedando truncados en algún punto. Las calles antes mencionadas, desembocan ambas en la avenida de Santos Patronos, mostrando este tipo de itinerarios transversales una dependencia total con este eje.
- Circunvalación de la ciudad: ya se ha mencionado este dato con anterioridad al hablar de los sistemas de circulación internos. No existe una vía de circunvalación completa que permita desviar del centro (Santos Patronos) los viajes de largo recorrido entre polos opuestos del área urbana.

### **Aparcamiento de vehículos.**

El aspecto más problemático respecto al estacionamiento de vehículos se deriva de la anchura media de las calles de Alzira, que ha permitido hasta el momento la coexistencia de la circulación de vehículos, el aparcamiento, y las aceras para los peatones, aunque en muchas de las calles analizadas ésta se produzca en condiciones de equilibrio bastante críticas, especialmente perjudiciales para el tránsito peatonal.

Principalmente en las calles interiores y perimetrales del centro urbano (Benito Pérez Galdós, Reyes Católicos, Hort dels Frares, Xúquer, etc.), donde las aceras son excesivamente estrechas, preponderando su uso para el tráfico rodado.

Una de las carencias más comunes en los centros urbanos actuales es la falta de plazas de estacionamiento en la vía pública. Sin embargo en Alzira no se observa un desequilibrio fuerte entre oferta y demanda. Existen plazas de aparcamiento regulado con limitación de tiempo (zona azul) en una superficie extensa que afecta a casi la práctica totalidad de las principales calles del centro urbano, área que podría ampliarse sin graves consecuencias a muchas de las calles adyacentes.

Existen además en la ciudad cuatro aparcamientos, con funcionalidad de uso público, fuera de la calzada, donde sólo uno de ellos (Plaza de la Generalitat) es subterráneo. El resto se sitúan en los bajos y sótanos de edificios residenciales: aparcamiento de Reyes Católicos, Hispanidad y Plaza Mayor. No ofertan una gran cantidad de plazas públicas, dando servicio principalmente a residentes.

### Accesibilidad peatonal.

El diagnóstico urbano-comercial realizado nos ha permitido detectar algunos problemas relacionados con la accesibilidad de peatones, comunes a la mayor parte de los ejes comerciales analizados:

- Los principales flujos de tránsito peatonal que conectan el centro urbano con las distintas zonas, coinciden con las vías de circulación con mayor intensidad de tráfico rodado.
- Faltan espacios e itinerarios peatonales, y los que existen están inconexos, son incómodos para el peatón y tienen numerosos puntos conflictivos en relación a la accesibilidad para personas con deficiencias físicas debido a la ausencia de bordillos achaflanados en gran parte de las intersecciones.
- La configuración de las calles, más allá de las limitaciones que impone la trama histórica, es inadecuada: sección de aceras exigua, mal estado del pavimento, barreras urbanísticas e invasión de los espacios peatonales por elementos externos, como señales verticales de tráfico o mobiliario urbano.
- Otras en cambio, a pesar de tener una sección viaria suficiente, cuentan con aceras de tamaño reducido, donde ha primado la construcción de carriles de estacionamiento de vehículos sobre las zonas de uso del peatón. Tal es el caso, de calles como Benito Pérez Galdós, Reyes Católicos y Hort dels Frares en su tramo inicial.

En definitiva, todas estas circunstancias determinan que actividades fundamentales para la vida urbana, como pasear, comprar, relacionarse, resulten incómodas para el ciudadano.



«Las actuaciones en el centro urbano de Alzira deben tender a ampliar las bandas peatonales, a costa de eliminar los carriles de estacionamiento de vehículos.»

## ANÁLISIS DE LA ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD EN LA VILA

### 11.5.3

#### Accesibilidad de tráfico rodado.

El tráfico rodado en La Vila se ha visto reducido a lo largo de los últimos años gracias a una continua y progresiva peatonalización acompañada de medidas de restricción del acceso de vehículos.

El proceso ha conllevado una reducción general en su accesibilidad rodada interior, acentuada por la situación periférica de La Vila dentro del núcleo urbano y por su propia estructura morfológica.

El eje principal que articula La Vila, en dirección este-oeste, es el conformado por las calles Mayor Sta. Catalina, Plaza de la Constitución y San Roc, prolongación de la calle Correos y Hort del Frares.

Una reciente y completa peatonalización de este eje, a partir de la calle Dr. Faustí Blasco, ha modificado drásticamente la accesibilidad rodada como peatonal al centro histórico.

La **Plaza de la Constitución** que preside la iglesia de Sta. Catalina, se ha configurado como el lugar que articula gran parte del tráfico rodado de La Vila con un tránsito de vehículos continuo. Este procede por un lado de la avda. Stos. Patronos, en un recorrido dificultoso en sentido y carril único que transita por las calles Correos, Dr. Faustí Blasco, Costa y l'Empar, todas ellas con la morfología propia que caracteriza el centro histórico. Al sur, desde la avda. Lluís Sunyer a través de las calle Salvador Enguix, de doble sentido de circulación y carril único, el acceso es más directo.



Las **Plazas del Carbó y del Sufragi** conforman un espacio urbano continuo aunque diferenciado. Muy próximas a la Plaça de la Constitució, no existe sin embargo comunicación rodada entre ambos espacios, funcionando a modo de compartimentos estancos con accesos independientes. Se reducen a dos los distintos accesos al sur: la calle Albornoz, de doble sentido, comunica la avda. Lluís Sunyer con la Plza. del Sufragi y del Carbó mediante calles adyacentes. La Plza. del Sufragi comunica directamente con la avda. Lluís Sunyer a través de 2 pórticos abiertos en la edificación.

Al este, el eje compuesto por la calle Mayor Sta. Maria y Sta. Lluçia penetra en sentido único hasta la calle Albornoz con apenas intensidad de tráfico.

La calle Santa Teresa rodea perimetralmente el casco histórico, sobre el antiguo trazado semicircular del recinto amurallado, en sentido único de salida hacia la Ronda de Algemesí, con acceso desde Santos Patronos a la altura de la calle Correos.



## 2.2. Accesibilidad peatonal.

La trama histórica, que conserva en parte el trazado original característico de las ciudades árabes, junto a la posición periférica del barrio en el conjunto de la ciudad, dificultan seriamente su articulación en la trama urbana.

El principal itinerario de acceso a La Vila se produce a través de la calle Major Santa Caterina, prolongación de la calle Correos, desde la avenida de Santos Patronos.

Hasta su peatonalización, se configuraba también como la principal vía rodada de acceso. Esta actuación ha modificado la accesibilidad general a la Vila, iniciando un proceso de reurbanización y peatonalización de calles y espacios urbanos, recuperándolos como lugares de calidad para el ciudadano. Se han peatonalizado hasta ahora, la Plaza de Casasús, la del Carbó, la calle Campanario y la de Faustí Blasco.

Esta última puede ejercer como otro importante itinerario de acceso al núcleo de La Vila, al recoger gran parte del intenso flujo peatonal que presenta el entorno de la Plaça del Mercat y del Regne. En este sentido se estima como muy positiva su actual peatonalización, con el propósito de potenciar el comercio en el Centro Histórico.

Al este, la conexión con Lluís Sunyer se realiza principalmente a través de las calles Salvador Enguix, y dos travesías abiertas en la edificación que comunican directamente con la Plaça del Sufragi.



## MARCO GENERAL DE LAS ACTUACIONES DE URBANISMO COMERCIAL

11.6

### INTRODUCCIÓN

11.6.1

Como puntualización inicial **se debe mencionar de forma positiva el la buena imagen urbana de los principales ejes y áreas comerciales de la ciudad de Alzira** – pavimento de aceras, mobiliario urbano, alumbrado público, arbolado, pervivencia de la trama urbana tradicional, buen estado de conservación de los edificios, etc.-, configurándose como espacios de calidad.

**Las intervenciones de los últimos años han posibilitado la reurbanización de muchos espacios y el comienzo de un proceso de peatonalización y reurbanización de calles** y espacios urbanos del Centro Histórico (peatonalización de las calles Major Santa Caterina y Faustí Blasco entre otras) hasta entonces degradados, mejorando de forma considerable el ambiente urbano.

Aun así, todavía existen deficiencias puntuales (mobiliario urbano de baja calidad estética) y una imagen poco homogénea entre las distintas zonas de la ciudad, principalmente aquellas más alejadas del centro urbano.

Los problemas más importantes del centro urbano están relacionados, como ya se ha mencionado, con la accesibilidad peatonal y dotación urbana de calidad, y su influencia sobre la calidad ambiental de este espacio, repercutiendo negativamente en la imagen urbana.

Antes de proceder a la descripción de los objetivos generales que se persiguen y las líneas estratégicas a seguir, como conclusiones del diagnóstico realizado de los principales ejes comerciales, se pueden destacar una serie de aspectos generalizados para todos ellos, que identifican el paisaje urbano comercial de la ciudad de Alzira:

### Paisaje urbano

- **Mobiliario urbano** de escasa calidad visual y de reducida presencia en la mayor parte de los ejes comerciales de la ciudad. Asimismo, se debe mencionar la casi total ausencia de elementos ornamentales: paneles informativos, arbolado, quioscos, etc., que generen un espacio urbano atractivo para el peatón.
- **Sistema de alumbrado público** donde no se da la adecuada coexistencia entre funcionalidad y ornamento, siendo necesario la introducción de un diseño adecuado a las características de los distintos ejes y siguiendo criterios regularizadores para las distintas zonas del municipio.
- **Señalización horizontal** sobre la calzada poco visible debido al tráfico rodado que deben soportar las mismas.
- **Insuficiente dimensión de las aceras**, dificultando enormemente la accesibilidad peatonal.

Hay que reseñar las importantes actuaciones llevadas a cabo desde el Consistorio Municipal, muy acertadas en cuanto a su calidad material y estética (Calle Major Santa Caterina); sin embargo otras no alcanzan la calidad exigida, teniendo en cuenta el entorno histórico en el que se ubican (Plaça del Carbò y Plaça del Sufragi).



## OBJETIVOS GENERALES QUE SE PERSIGUEN

### 11.6.2

El **Plan de Acción Comercial de Alzira** tiene, entre otros objetivos, el de identificar las posibles carencias de la oferta comercial, proponiendo las soluciones más idóneas que, aplicadas de forma progresiva, favorezcan un equipamiento ajustado a la demanda existente, así como definir las mejores medidas para que el comercio local evolucione en condiciones de competencia, equilibrio y eficacia.

Como resultado de la fase de análisis, se han planteado una serie de actuaciones y propuestas, entre las que destacan aquellas que afectan a elementos urbanísticos de especial importancia para el desarrollo de la actividad comercial: microubanismo, red viaria, accesibilidad, dotación de aparcamientos, aceras y zonas peatonales, alumbrado, mobiliario urbano, señalización, etc.

Las acciones de urbanismo comercial propuestas deben entenderse como acciones complementarios a las propuestas de dinamización comercial.

### El Modelo de Ciudad Comercial

El modelo comercial de Alzira deberá basarse en la modernización de la estructura existente: **creación a medio plazo de un Centro Comercial Abierto, soportado sobre el comercio tradicional e integrado en la trama urbana, y al mismo tiempo, continuar el impulso y puesta en valor de La Vila**, a través de las actuaciones recogidas y puestas en marcha en el *Plan Especial de Protección y Reforma Interior de La Vila*, como son la construcción y rehabilitación de viviendas, reurbanización y peatonalización de calles y espacios públicos, mediante un urbanismo de calidad.

La promoción turística, el enriquecimiento de la oferta de ocio actual, la implantación de nuevos servicios así como el fortalecimiento de las asociaciones comerciales existentes, son actuaciones complementarias y necesarias, que han de realizarse de forma conjunta a las anteriores.

Por tanto, como objetivos generales para la definición y desarrollo del modelo comercial de la ciudad se contemplan las siguientes acciones prioritarias:

- **Fortalecer y consolidar la actividad comercial del núcleo urbano.**
- **Consolidación de los ejes comerciales principales de la ciudad.** Especialmente aquellos que confluyen en las zonas de mayor concentración comercial.
- **Mejora del espacio físico donde se desarrolla la actividad comercial.**
- **Puesta en valor y promoción turística del Eje Monumental del Centro Histórico,** como motor generador de atracción y actividad complementaria.
- **Consolidación del casco antiguo,** como Centro Histórico Comercial.

## ACTUACIONES PROPUESTAS

### 11.6.3

Fruto del análisis realizado a lo largo de todo el estudio se presentan a continuación las propuestas de actuación de urbanismo comercial, que conjuntamente a las medidas de dinamización comercial, expuestas en capítulos anteriores, conforman un proyecto ambicioso, con el que se pretende sentar las bases en la definición de un modelo comercial para la ciudad de Alzira.

### Propuestas de urbanismo comercial.

En el campo de las medidas de urbanismo comercial, se distinguen cuatro ámbitos principales de actuación:

En primer lugar, las orientadas a la mejora de la ambientación urbana, **actuaciones centradas en los ejes y espacios comerciales principales** de la población, que afectan a aspectos de calidad ambiental del entorno y/o dotación de servicios o equipamientos. Son actuaciones a desarrollar generalmente a corto plazo, de microubanismo comercial. En general afectan a la mejora del alumbrado público, dotación de mobiliario urbano, mejora de la accesibilidad y actuaciones de reurbanización.

Otras actuaciones del mismo tipo, que pueden englobar a las anteriores y a otras, conformando **Zonas de Actuación Específica (ZAE's)**, centradas también en actuaciones de microurbanismo comercial, que afectan a espacios urbanos comerciales concretos y que se sitúan dentro del nivel más alto en la escala de prioridades del Plan.

En tercer lugar se definen una serie actuaciones que denominamos creación de **Itinerarios Peatonales (ITEP'S)**. Estas actuaciones específicas tienen el objetivo de establecer recorridos preferentemente peatonales, que articulen la trama comercial tradicional de la ciudad con las principales áreas comerciales del centro urbano, así como con las nuevas zonas de desarrollo comercial.

También se definen una serie de **actuaciones integradas** que abordan aspectos concretos del repertorio habitual de actuaciones de urbanismo comercial. En concreto de han definido actuaciones de reurbanización y accesibilidad, mejora del alumbrado público y dotación de mobiliario urbano.

Por otro lado, las propuestas de actuación en el casco antiguo de La Vila y el Eje Monumental, con el objetivo de ayudar a **consolidar el Centro Histórico como un área comercial**, que complemente la oferta del centro comercial tradicional de Alzira.

Estas propuestas, han de ser entendidas de forma flexible, siendo susceptibles de ser recogidas en la actual o futura normativa de planeamiento urbanístico referente a La Vila.

### 1) Actuaciones en los principales ejes comerciales.

Tal y como se ha indicado anteriormente, se ha realizado un análisis pormenorizado de cada eje comercial de Alzira, recogido en fichas de análisis urbano comercial, valorando los elementos que definen la calidad urbana del espacio y estudiando otros que puedan aumentar su atractivo comercial, donde se indican las actuaciones que se han de llevar a caso.

Antes de proceder a la descripción de cada uno de los ejes por separado es necesario puntualizar una serie de aspectos generalizados para todos ellos y que identifican la peculiaridad del paisaje urbano comercial de Alzira.

- Estado deficiente de la señalización horizontal del tráfico.
- Aceras materializadas mediante baldosa hidráulica en la mayor parte de estos, que al estar coloreadas mejoran ligeramente su calidad visual.
- La práctica totalidad de los ejes comerciales carecen de bordillos achafanados para el tránsito peatonal de personas con accesibilidad reducida. Los existentes se formalizan con rampas estrechas y pendientes excesivas.
- Mobiliario urbano escaso en gran parte de los ejes comerciales, especialmente carentes de bancos y elementos ornamentales. Remarcar que muchos de los elementos de dotación urbana, como papeleras y bancos, no alcanzan la calidad estética exigida en el entorno donde se ubican, o presentan un estado de conservación deficiente.
- Señalización urbana y turística aceptable, en cuanto al número de instalaciones como a su imagen estética.



Las actuaciones propuestas se encuadran dentro de estos objetivos básicos:

- **Incrementar la calidad de los espacios comerciales de la ciudad**, y consolidar una red de ejes comerciales que posean tratamientos urbanos específicos y se conviertan en motor de la actividad comercial del resto del municipio.
- Incrementar la calidad de otras calles o espacios urbanos que sirvan de conexión entre los principales ejes y áreas comerciales, y que en la actualidad carecen de infraestructuras adecuadas, y presentan una imagen urbana poco atractiva.
- **Completar actuaciones llevadas a cabo recientemente** y que benefician al comercio, orientadas a la mejora de la calidad ambiental de la vida urbana, como las contempladas en el futuro «Plan Especial de Protección y Reforma Interior de la Vila», y las puestas en marcha desde la Oficina de Rehabilitación de la Vila.

La combinación del conjunto de propuestas recogidas en el PAC de Alzira busca configurar un entramado de ejes y espacios urbanos de la ciudad que favorezcan la accesibilidad peatonal y rodada, articulando las distintas zonas del núcleo urbano con la zona centro.

### **Prioridad de actuación en los ejes comerciales**

Dentro del conjunto de ejes comerciales se han planteado tres niveles de prioridad, que definen de modo orientativo, la preferencia de las acciones a desarrollar en cada uno de ellos.

El criterio de ubicación de los ejes y zonas comerciales en uno u otro nivel, se basa en el nivel de actividad comercial y económica que presenta cada uno de ellos, su jerarquía y posición dentro de la trama urbana, así como la necesidad de que se desarrollen junto a otras actuaciones propuestas.

### **Niveles de prioridad**

#### **Alta**

Santos Patronos/Hispanidad.  
Benito Pérez Galdós.  
Hort dels Frares  
Lluís Sunyer.  
Calderón de la Barca.  
Faustí Blasco.  
Ámbito Plaza Mayor.  
Ámbito Plaça del Mercat.  
Eje Monumental.

#### **Media**

Ámbito Xúquer.  
Reyes Católicos  
Piletas.  
Xúquer.  
Pare Castells.

#### **Baja**

Avinguda Parc.  
Pedro Espulgues.  
Doctor Ferrán.  
Josep Pau Margantoni.



ACTUACIONES EN LOS PRINCIPALES EJES COMERCIALES			
EJES	ACTUACIONES	PRIORIDAD	
		ESPECÍFICA	GLOBAL
<b>Santos Patrons</b>	Mobiliario urbano: dotación y mejora	ALTA	
	Iluminación	ALTA	ALTA
<b>Hispanidad</b>	Señalización urbana y comercial	ALTA	
	Ornamentación	MEDIA	
	Mobiliario urbano: dotación	ALTA	
<b>Benito Pérez Galdós</b>	Renovación de la calzada	ALTA	ALTA
	Señalización urbana y comercial	ALTA	
	Renovación de la calzada	ALTA	
	Renovación y ampliación de aceras	ALTA	
<b>Pere Espluges</b>	Mobiliario urbano	ALTA	ALTA
	Iluminación	ALTA	
	Señalización horizontal del tráfico	-	
	Accesibilidad	ALTA	



ACTUACIONES EN LOS PRINCIPALES EJES COMERCIALES			
EJES	ACTUACIONES	PRIORIDAD	
		ESPECÍFICA	GLOBAL
<b>Plaça Major</b>	Ampliación de aceras	MEDIA	
	Iluminación	BAJA	
	Señalización horizontal del tráfico	-	BAJA
<b>Doctor Ferrán</b>	Mobiliario urbano	BAJA	
	Accesibilidad	MEDIA	
	Señalización comercial y turística	BAJA	
	Carga y descarga	BAJA	BAJA
<b>Xúquer</b>	Homogeneización de aceras	ALTA	
	Eliminación del estacionamiento central	BAJA	
	Homogeneización de aceras	BAJA	
	Señalización comercial y turística	BAJA	BAJA
	Mobiliario urbano: dotación y mejora	BAJA	
	Accesibilidad	MEDIA	
<b>Hort dels Frares</b>	Renovación y ampliación de aceras	-	
	Accesibilidad	BAJA	
	Señalización horizontal del tráfico	MEDIA	BAJA
	Carga y descarga	-	
	Mobiliario urbano	BAJA	



ACTUACIONES EN LOS PRINCIPALES EJES COMERCIALES			
EJES	ACTUACIONES	PRIORIDAD	
		ESPECÍFICA	GLOBAL
<b>Pare Castells</b>	Renovación de la calzada	ALTA	
	Mejora del mobiliario urbano	MEDIA	
	Iluminación	MEDIA	ALTA
	Señalización urbana y comercial	ALTA	
	Señalización urbana y comercial	MEDIA	
<b>Reyes Católicos</b>	Renovación de la calzada	ALTA	
	Mobiliario urbano	MEDIA	
	Ampliación y renovación de aceras	ALTA	ALTA
	Eliminación de la banda de aparcamiento	ALTA	
	Alumbrado	ALTA	
	Accesibilidad	MEDIA	

La valoración y análisis de los principales ejes y áreas comerciales viene recogida en las **fichas de análisis urbano comercial**, donde se indican cuales son las actuaciones a llevar a cabo en cada uno de ellos.

## 2) Delimitación de Zonas de Actuación Específica (ZAE).

Se han definido las siguientes tres zonas de actuación específica:

- **ZAE 1-**. Entorno de la Plaça del Mercat y Plaça del Regne, que engloba los siguientes espacios: Avenida de Lluís Sunyer, calle de Faustí Blasco y el conjunto de calles transversales al ámbito.
- **ZAE 2-**. Entorno de la Plaza Mayor, que comprende las calles Correos, Curtidors, Calderón de la Barca, la Replaceta de la Societat Musical y la Avenida Sucro.
- **ZAE 3-**. Zona de actuación definida en el entorno de la calle Xúquer próximo a la Plaza Mayor y Avenida Santos Patronos, que comprende las calles de Pintor Parra, Piletas, Fortaleny y N. S. Luján.

Recogen una serie de actuaciones centradas en espacios de la ciudad donde se ha realizado un análisis detallado por su importancia comercial o histórica. Estas actuaciones afectan a ámbitos urbanos mayores y por tanto, necesitan un mayor esfuerzo en el desarrollo proyectual y en el estudio de su posible viabilidad.

En concreto, se refieren a intervenciones en edificación, accesibilidad, vialidad, equipamientos comerciales, etc.

Su análisis y valoración, así como el conjunto de propuestas de actuación a realizar en cada una de ellas, se recogen en las **fichas de análisis urbano comercial**.

## 3) Actuaciones Integradas.

Se trata de definir distintos ámbitos urbanos donde realizar intervenciones urbano-comerciales del mismo tipo que las propuestas para los ejes comerciales, pero que engloban a un conjunto de estos, integrándolos en zonas de actuación integradas, complemento de las anteriores. Los tipos de actuación planteadas son: actuaciones de reurbanización para la mejora de la accesibilidad, de mejora del alumbrado público, y de dotación de mobiliario urbano.

### **Mejora del alumbrado público.**

El alumbrado público cumple numerosas funciones en el espacio urbano, muchas veces reducidas a la mera iluminación de la vía pública. Sin embargo, y sin desdeñar esta función fundamental, desde el urbanismo-comercial, el alumbrado público juega una doble función: por un lado favorece la revitalización comercial de las calles ya que está demostrado que las calles mejor iluminadas soportan mayores intensidades peatonales; y por otra parte, el alumbrado favorece la apreciación de la escena urbana por parte del ciudadano.

Se pretende conseguir que las calles comerciales y espacios urbanos significativos de Alzira consigan un adecuado nivel de iluminación y al mismo tiempo, la conjunción estética de la instalación con su entorno, con el objetivo de crear vías comerciales con una fuerte atracción visual y recreativa.

Los criterios para seleccionar las zonas o calles de actuación han sido los siguientes:

- Zonas donde no existe unificación de modelos de luminarias.
- Zonas donde los niveles de iluminación son insuficientes.
- Zonas con niveles de iluminación adecuada pero con modelos que no respetan la estética del entorno.
- Edificios de carácter histórico que carecen de iluminación artística.

La mejora de la iluminación pública debe realizarse bajo parámetros de eficiencia en el ahorro energético y que eviten la contaminación lumínica del municipio.

### **Fases, zonas y calles de actuación.**

Las actuaciones se han dividido en tres fases, que definen la prioridad de la acción. El criterio de ubicación en una u otra fase se basa en un equilibrio realizado entre el nivel de actividad comercial y económica que se desarrolla en cada calle o zona y su posición dentro del casco urbano y en la jerarquía viaria.

**Fase 1:** Avenida Hispanidad y Santos Patronos, Calderón de la Barca.

**Fase 2:** Avenida de Lluís Sunyer, y calles Hort dels Frares y Pare Castells.

**Fase 3:** calles de Reyes Católicos (unificación del tipo de luminarias), Pedro Espluges y Xúquer.



«MUCHAS DE LAS CALLES DEL CENTRO URBANO PRESENTAN LUMINARIAS ANTICUADAS Y DE BAJA EFICACIA LUMINICA. LUMINARIA EN LA CALLE CALDERÓN DE LA BARCA.».

### **Mejora del mobiliario urbano.**

El mobiliario urbano se entiende desde el urbanismo comercial como un componente importante en el espacio público.

Su función debe ser la de generar y conseguir unos niveles altos de actividad urbana, y comercial, que mejoren su calidad, ya que un elemento de escasa calidad, deteriorado o mal ubicado, produce efectos negativos como pérdida de accesibilidad y contaminación visual.

En general, **Alzira cuenta con una dotación aceptable de mobiliario urbano principalmente en su centro urbano**, descendiendo los niveles de dotación conforme nos alejamos de este. Tanto en el centro histórico, exceptuando las calles Major Santa Caterina y Faustí Blasco, como en el resto de barrios periféricos, es muy escaso y de baja calidad urbana (Josep Pau Margantoni, Avinguda Parc, Pare Castells, Plaza del Carbó, etc.).

Respecto a su calidad visual, en general esta no alcanza los niveles estéticos requeridos en muchos de los ámbitos donde se instala, principalmente en las áreas comerciales de Santos Patronos, Plaza Mayor y Lluís Sunyer, reduciendo así su atractivo urbano y comercial.

Para su instalación deberán establecerse criterios de unificación visual, mediante un estudio que unifique los diseños y elementos a implantar, encajando funcional y estéticamente con otros elementos que configuran el entorno.

### **Fases, zonas y calles de actuación.**

Las actuaciones se han dividido en tres fases, que definen la prioridad de la acción. El criterio de ubicación en una u otra fase se basa en un equilibrio realizado entre el nivel de actividad comercial y económica que se desarrolla en cada calle o zona y su posición dentro del casco urbano y en la jerarquía viaria, así como el estado actual de la calle.

**Fase 1:** Calderón de la Barca, Hort dels Frares, Benito Pérez Galdós, Avenidas de Lluís Sunyer y Santos Patronos/ Hispanidad.

**Fase 2:** Reyes Católicos, Xúquer, Piletas y Pare Castells.

**Fase 3:** Avinguda Parc, Dr. Ferrán, Josep Pau Margantoni y Pedro Espulgues.



«MUCHOS ESPACIOS SIGNIFICATIVOS DEL CENTRO HISTORICO PRESENTAN UN MOBILIARIO URBANO DE BAJA CALIDAD. ES EL CASO DEL SITUADO EN LA PLAZA DEL CARBO, FRENTE AL AYUNTAMIENTO».



«SIN EMBARGO, EN OTROS CASOS, EL MOBILIARIO URBANO DE CALIDAD Y QUE OFRECE UN BUEN DISEÑO PERMITE LA MEJORA DEL PAISAJE URBANO.»

### **Mejora de la accesibilidad en el centro de Alzira.**

El objetivo de esta actuación es mejorar la accesibilidad a las calles comerciales de Alzira, y específicamente de su centro urbano, de una forma coherente y compatible con el entorno, de forma que se incremente la calidad de vida de los residentes y se potencie la actividad comercial de la zona.

Este objetivo genérico se pretende conseguir mediante una serie de actuaciones estratégicas:

- **Jerarquización del viario** y definición de diseños homogéneos para cada tipo, buscando una mejor percepción de ellos por parte de los usuarios.
- **Incremento de la superficie peatonal**, mediante la creación de una red de itinerarios peatonales.
- **Ampliación de las zonas y bandas peatonales en las principales calles y ejes comerciales.** Como ya se ha dicho, Alzira cuenta con un gran número de calles inmersas en un entramado de tipo histórico, que le confieren condiciones de accesibilidad peatonal difíciles.
- **Renovación y sustitución del pavimento de las aceras de tipo baldosa hidráulica coloreada, presente en muchas de las calles comerciales** de Alzira, en algunos casos en muy mal estado de conservación, y en otros no ofrece la calidad exigible por el entorno donde se localiza.
- **Acondicionamiento y mejora de los bordillos achaflanados**, que en la práctica totalidad de ejes analizados, se formaliza de manera incorrecta, no como un continuo, sino mediante estrechas e inclinadas rampas, que se recortan en el acerado, con acabado superficial inadecuado para su uso por personas de movilidad reducida.
- **Eliminación de los alcorques con bordillos elevados** (Lluís Sunyer), enrasándolos al mismo nivel del acerado, y la inclusión de elementos de protección asociados a estos.

### Fases, zonas y calles de actuación.

**Fase 1:** Avenidas de Lluís Sunyer, Santos Patronos-Hispanidad, y calles Hort dels Frares, Pérez Galdós y Reyes Católicos.

**Fase 2:** calles de Josep Pau Margantoni, Pare Castells, Xúquer y Piletas.

**Fase 3:** Avenida Parc, calle Dr. Ferrán y Pere Espluges.



Lluís Sunyer con los bordillos: la presencia de bordillos elevados dificulta el tránsito peatonal, además de empobrecer la imagen urbana.

#### 4) Itinerarios de Preferencia Peatonal (ITEP'S).

El tamaño medio de la ciudad de Alzira, junto a la propia experiencia en municipios similares, permiten concluir que un gran parte de los desplazamientos con origen y destino dentro del casco urbano, y mas aun si nos ceñimos a los que tienen por motivo el «ir de compras» se pueden realizar íntegramente a pie.

De ahí la importancia de favorecer políticas que mejoren el tráfico peatonal, cuyo objetivo general sea el de **mejorar la accesibilidad** de las calles comerciales de Alzira, y específicamente de su centro urbano.

Los **ITEP'S** propuestos sirven de conexión entre barrios y el centro de la ciudad, y por su propia configuración urbana, también lo harán como ejes articuladores de la trama comercial de la ciudad.

Los itinerarios así creados incidirán positivamente en el desarrollo del pequeño comercio local, al crear corredores de gran tránsito que favorezcan la implantación de nuevos negocios.

El diseño de estos espacios debe contemplar la aplicación de técnicas de diseño urbano que mejoren el tránsito peatonal, como son:

- Aumentar las superficies peatonales y Acerados
- Dotación de mobiliario urbano y ornamento
- Implantación de una pavimentación homogénea
- Reducción de la anchura de las calzadas
- Eliminación de carriles de circulación
- Eliminación de bandas de aparcamiento
- Medidas de protección de los espacios peatonales

En cada caso, habrá que valorar mediante Estudios Específicos y Proyectos Técnicos que medidas de las anteriores son las adecuadas y aplicables para conseguir el fin propuesto.

Los **trazados de primer nivel** están compuestos por aquellas calles que forman parte del sistema viario estructural de la ciudad. De las calles contenidas en estos itinerarios solo la Avenida de Santos Patronos y Lluís Sunyer ya cuentan con características óptimas para el tránsito peatonal, gracias a sus aceras amplias, aunque presentan deficiencias importantes en cuanto a su accesibilidad peatonal. El resto en cambio carece de aceras con dimensiones suficientes: Benito Pérez Galdós, Hort dels Frares, Reyes Católicos.

Los **trazados de segundo nivel** están compuestos por calles de menor entidad o importancia para el tráfico rodado. De este modo estos itinerarios precisan de desarrollos proyectuales de menor entidad, que en algunos casos ya reúnen excelentes características (la calle Major Santa Caterina, Calderón de la Barca) siendo solo necesario actuaciones de mejora de los equipamientos y ambientación urbana.

Se proponen los siguientes itinerarios:

- **Este-oeste:** itinerarios que conecten por un lado la Vila con la Plaza Mayor y Santos Patronos en el centro urbano, a través del eje formado por las calles Major Santa Caterina, Correos y Hort dels Frares, y otros que articulen el centro con zonas mas periféricas, como los formados por las calles Josep Pau Margantoni, Piletes y Benito Pérez Galdós.
- **Norte-sur:** a través de las calles Salvador Enguix y la Plaza del Sufragi, comunicar la avenida Lluís Sunyer con el centro de La Vila; al norte de esta, crear un itinerario formado por la calle de la Enseñanza y Pl. Morera que comunique la Plaza de Casasús con la bolsa de equipamientos ubicada al norte de La Vila.

Al este, destaca el ITEP correspondiente a la calle Reyes Católicos, importante vía circulatoria, que atraviesa el casco urbano en dirección norte, recogiendo gran parte del flujo peatonal de las calles Benito Pérez Galdós y Hort dels Frares.



«Los itinerarios peatonales inciden positivamente en el desarrollo del pequeño comercio local».

#### 4) El Centro Histórico de la Vila y Eje Monumental.

La propuesta de actuación en el Casco Antiguo pretende configurar un espacio urbano «vivo», dentro de la estructura urbana de Alzira y en especial de su trama comercial.

Las dimensiones del ámbito obligan a la realización de un **Programa Integral de Actuaciones** que garantice el tratamiento unitario del conjunto, evitando enfoques parciales. Esta propuesta debe entenderse dentro de otras más amplias, referentes al planeamiento urbano, pudiendo formar parte de éstas (Planes Especiales de Protección y Reforma). Por lo tanto, se formulan de manera flexible, capaces de asumir modificaciones que se puedan plantear.

Las actuaciones deben ir encaminadas en dos direcciones:

- **Consolidar el Barrio de La Vila como Área Comercial y Turística** mediante medidas que incentiven la implantación de nuevos comercios, locomotoras comerciales, creando nuevos espacios para el paseo y la estancia, realizando actuaciones de microurbanismo comercial que incrementen su calidad urbana. En este sentido, la reciente declaración de La Vila como Centro Histórico Comercial, la elaboración del Plan Especial de Protección y Reforma Interior de La Vila, y su declaración como área BIC, son todas ellas, medidas de gestión puestas en marcha desde el Ayuntamiento que comparten el objetivo de impulsar y revitalizar el casco histórico.



« La rehabilitación de la Casa de l'Empenyorament como Museo Municipal, es una de las actuaciones mas significativas de la política de revitalización de La Vila»

- **Mejorar la accesibilidad de La Vila** con las zonas del ensanche que la circundan, tanto al sur, con la Avenida de Lluís Sunyer, como al este, con la Avenida de Santos Patronos, permeabilizando algunas zonas y mejorando algunas de las calles transversales de conexión.

Apuntar la importancia de articular La Vila con el futuro desarrollo del sector Tulell que colmatará la zona norte de la ciudad. El vacío urbano que forma el grupo de equipamientos públicos junto a las zonas verdes al norte de La Vila, puede servir de rótula que articule ambas tramas urbanas.

Se propone además (íntimamente vinculada al Centro Histórico), la definición de una zona de actuación integral, que comprende un recorrido urbano donde se localizan algunos de los edificios más significativos del patrimonio histórico del municipio.



La zona está comprendida entre: el Parque de Arabia Saudí, con los restos de la muralla árabe, calle Mayor Santa Maria, Santa Llucia, Sant Roc con la Casa del Empeño (Museo Municipal), Plaça del Carbò, donde se encuentra la Casa Consistorial, Plaça de la Constitució, presidida por la Iglesia de Santa Caterina, calle Mayor Santa Caterina, Calderón de la Barca, atravesando los Casalicios, Plaza Mayor y finalmente la Casa de la Cultura, antigua Escuelas Pías.

Se ha elaborado una ficha de análisis urbano, donde además de realizarse un diagnóstico detallado del ámbito de la actuación, se recogen conjuntamente las actuaciones urbanísticas propuestas.