

ALICANTE Y COMERCIO

Memoria de actuaciones PAC Lucentum 1998-2000

INDICE:

1. INTRODUCCIÓN

2. ACTUACIONES EN URBANISMO COMERCIAL

2.1 RENOVACIÓN ALUMBRADO PÚBLICO EN ÁREAS COMERCIALES

2.2 MOBILIARIO URBANO:

BANCOS Y JARDINERAS

BOLARDOS

PANELES INFORMATIVOS DE APARCAMIENTOS PÚBLICOS

ESCULTURAS URBANAS

2.3 URBANIZACIÓN PLAZA DE CASTELLÓN

3. MERCADOS MUNICIPALES

4. MODERNIZACIÓN DE PYMES COMERCIALES

5. ACCIONES DE PROMOCIÓN DEL COMERCIO - AFIC -

RESUMEN DE INVERSIONES 1998-2000

ALICANTE Y COMERCIO 1998-2000

1.- INTRODUCCIÓN

El comercio, como elemento que estructura la ciudad determinando la centralidad y la periferia desde el punto de vista funcional, es elemento clave para la consolidación del tejido urbano.

La modernización del comercio tradicional así como la revitalización comercial de las ciudades es una preocupación que comparten tanto el Gobierno Valenciano como el Ayuntamiento de Alicante, entendiéndose que se deben realizar importantes esfuerzos por parte de ambas instituciones que permitan mantener y acrecentar el tradicional atractivo comercial de las polaridades comerciales urbanas.

Así, partiendo del PATECO, detallado estudio sobre los distintos aspectos que singularizan el modelo comercial valenciano, y descendiendo del nivel autonómico al municipal, **el Plan Alicante Comercio (PAC-LUCENTUM)**, encargado por la Conselleria de Empleo, Industria y Comercio al Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana, ha realizado un análisis amplio y profundo del sector comercial en la ciudad, en el contexto de un sector económico muy activo que ha demostrado ser emprendedor, generador de empleo, vertebrador del territorio y regenerador de entornos urbanos.

El PAC-LUCENTUM fue presentado oficialmente en noviembre de 1.998. Es un documento vivo ya que, cada año, las propuestas realizadas por el Ayuntamiento y por el propio equipo técnico del PAC sobre actuaciones en urbanismo comercial, son consensuadas en la comisión mixta de seguimiento del Pac Lucentum integrada por una amplia representación de las diversas instituciones:

- Conselleria de Industria y Comercio de la Generalitat Valenciana-Dirección General de Comercio.
- Ayuntamiento de Alicante – Concejalía de Urbanismo, Concejalía de Comercio.
- la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Alicante.
- Diputación Provincial de Alicante.
- Asociación de amigos del Casco Antiguo.
- Asociación de vecinos del Casco Antiguo.
- Asociación de comerciantes Colectivo por Alicante.
- Asociación de comerciantes del Casco Antiguo.

- Asociación de comerciantes concesionarios de Mercados Municipales.
- Asociación de comerciantes Corazón de Alicante.
- Confederación Valenciana de Comercio (COVACO).

Como objetivos fundamentales del PAC-LUCENTUM, se pueden citar los siguientes:

- Determinar aquellas zonas o áreas en que se puede dividir la ciudad y que resulten relevantes desde el análisis de la realidad del comportamiento social y económico de la misma.
 - Determinar el papel urbano, comercial, económico y social de la ciudad de Alicante dentro de su entorno inmediato, en distintos ámbitos territoriales y de forma especial el de su centro urbano.
 - Determinar el comportamiento funcional de la ciudad, identificando sus puntos fuertes y débiles.
- Elaborar un análisis sociológico de la ciudad de Alicante que permita conocer con profundidad la estructura sociodemográfica, la relación de los alicantinos con su entorno y los usos sociales del mismo.
- Determinar la percepción social de la población con respecto a la habitabilidad de la ciudad, con el fin de identificar los problemas y necesidades reales de la misma.

El PAC LUCENTUM ha realizado un exhaustivo estudio de la oferta y de los distintos aspectos que inciden en la actividad comercial y en la funcionalidad de la trama urbana, proponiendo una serie de acciones que abarcan tanto la adaptación de las calles a su función comercial como aspectos de tráfico, accesibilidad, mobiliario urbano, señalética, creación de zonas de carga y descarga, aparcamientos, etc.

Ante la conveniencia de fijar las bases de colaboración entre la Conselleria de Empleo, Industria y Comercio y el Ayuntamiento de Alicante para un correcto desarrollo de las actuaciones que, en definitiva, proponga el PAC-LUCENTUM, ambas instituciones firmaron el día 21 de abril de 1.998 **un Protocolo de intenciones** en materia de revitalización comercial del centro histórico (que en la práctica se ha ampliado a toda la ciudad) y modernización de los mercados municipales para el periodo 1998-2000.

Todo ello ha posibilitado un intenso proceso de colaboración en materia de modernización del comercio tradicional y de los mercados municipales de la

ciudad, habiéndose desarrollado durante este período importantes inversiones¹, detalladas a continuación, que se han traducido en un cambio de tendencia, consiguiendo un indudable aumento del atractivo comercial de la ciudad, hecho que ha trascendido el ámbito estrictamente comercial, al verse favorecido el conjunto de la vida ciudadana.

Datos concretos de la proyección de estas actuaciones:

- 96 calles beneficiadas por las inversiones.

 - 800 establecimientos comerciales beneficiados directamente por las inversiones y subvenciones.
 - 300 establecimientos comerciales beneficiados indirectamente por ubicarse en el entorno de la inversiones
- 27% sobre el total de establecimientos comerciales.
-
- 76 pymes comerciales que han accedido a las subvenciones directas.
 - 800.000.000.-pts de inversión realizada por las pymes comerciales que han accedido a la subvenciones .

¹ Este documento recoge las inversiones que ha ejecutado el Ayuntamiento en colaboración con la Conselleria de Comercio. Hay que tener en cuenta que la citada Conselleria realiza directamente o a través de diversas entidades, otras inversiones destinadas al comercio de la ciudad en materia de formación, estudios, promoción etc

2.- ACTUACIONES EN URBANISMO COMERCIAL.

2.1 RENOVACIÓN ALUMBRADO PÚBLICO EN ÁREAS COMERCIALES

La iluminación de calzadas tiene que proporcionar una información visual suficiente, pero al mismo tiempo pretende aportar unas determinadas características estéticas y compositivas a la misma, acordes con la configuración de la calle.

El PAC propone algunas actuaciones concretas en determinadas calles comerciales de la ciudad, que en no alcanzaban los niveles adecuados de calidad lumínica o en los que los elementos que componen la instalación eran anticuados o desentonaban con el entorno de las vías.

Un objetivo específico de esta actuación es la revitalización comercial de la calle mediante el aumento de la intensidad de los flujos peatonales, las condiciones de seguridad, la potenciación de zonas de atracción y la mejora las condiciones para que la gente pueda pasear y relacionarse de una manera cómoda y segura, y la creación de vías comerciales con una fuerte atracción recreativa por medio de espacios e instalaciones adaptadas a los comportamientos y necesidades de los usuarios.

En este sentido el alumbrado debe favorecer la apreciación de la escena urbana por parte del usuario, anunciando de forma directa o indirecta los comercios existentes y los objetos y servicios significativos existentes.

La disposición de las luminarias se ha adaptado a la configuración y de dimensión de la calle, dependiendo del ancho de la acera se han instalado farolas de columna o de brazo.

REMODELACIÓN DE ALUMBRADO PÚBLICO	INVERSIÓN
Virgen del Remedio/Plaza. Argel	4.098.130.-
Barrio Benalúa Calle de Foglietti (entre calle Arquitecto Guardiola y Avda. Oscar Esplá), Arquitecto Guardiola, Pérez Medina, zona del Mercado, Plaza Navarro Rodrigo.	22.719.339.-
C/ San Vicente, Calderón, y Avda. Constitución	41.476.663.-
Carolinas y Plá Avenida del Padre Esplá (entre Plaza Pío XII y Pintor Zuloaga), Plaza Pío XII, Mercado, Pintor Zuloaga, Plaza de Manila, San Mateo.	18.943.560.-
Explanada de España	35.397.255.-
Centro Calles Angel Lozano, de las Navas, Cesar Elguezábal, Bazán, Castaños, Médico Pascual Pérez, Teatro, Pintor Agrasot, Felipe Bergé, Colón, Jerusalén, Alvarez Sereix, Duque de Zaragoza, López Torregrosa, Artilleros.	55.825.629.-
C/ Góngora, A. De Saboya Pinoso y Devesa	15.012.348
Barrio de San Blas Calles Pintor Gisbert, Conde Soto Ameno, Santa Felicitas, Cardenal Belluga.	14.734.704.-
Sectores Quintana y Pintor Velázquez C/Pintor Murillo Calles San Leandro, Pintor Velázquez, Botella Hermanos, Juan Herrera, Padre Mariana, Manuel Antón, Vicente Inglada, Capitán Segarra, Balmes, García Morato, Quintana, Campos Vasallos, Pablo Iglesias, Belando, Segura, Berenguer de Marquina.	34.363.216.-
Enrique Madrid, Fco. González y Lérica	15.406.675.-
Portal de Elche	7.548.151.-
Plaza Canalejas	6.466.506.-
Plaza de la Viña	6.250.000.-
Barrio San Antón Calles Díaz Moreu, El Pozo, Trafalgar, Nueva Alta, Nueva Baja, Manuel Olalde, La Huerta, El Paraíso, La Esperanza, La Gloria, Olvido, Los Peligros, El Desengaño, El Empecinado, Los Platos, El Gallo, Concepción.	16.455.824.-
Florida-Ciudad de Asís Calles Prudencio de la Viña, Jaime Niñoles, Plaza Magallanes, Plaza Florida- Portazgo, Plaza Ciudad de Asís, Conde de Casas Rojas, Aries, Cefeo.	30.324.365.-
Plaza Castellón, Valencia, Sevilla y Pza de España (parcialmente).	13.762.884.-
Inversión total en remodelación de alumbrado	240.141.718.-ptas

Quedan pendientes de ejecución los proyectos de remodelación de alumbrado de la Rambla Méndez Nuñez, 33.440.777.-ptas, y de la Plaza Calvo Sotelo, 11.204.121.-ptas., que se realizarán una vez ejecutados los proyectos de reurbanización de ambas zonas.

2.2 MOBILIARIO URBANO:

Podemos definir mobiliario urbano como un conjunto de elementos que, integrados en el espacio urbano, son utilizados por los usuarios de distintos

modos, contribuyendo a la mejora del confort urbano y ofreciendo un servicio.

Entendiendo así el mobiliario urbano como equipamiento o servicio, aunque básico, es inmediata la conclusión de que, en tanto las calles dispongan de una dotación suficiente de estos elementos y estén adaptados a las necesidades de los usuarios, más cómoda y fácil de usar será –caminar, pasear, relacionarse, etc., es decir, tendrá un grado de calidad urbana mayor.

En este sentido, se ha actuado en zonas altamente deficitarias en estos elementos, dotándolas de los elementos de mobiliario urbano que, junto con otro tipo de instalaciones que entran en otra categoría del mismo (alumbrado público, señalización,...) permitan conseguir calles con una calidad ambiental importante, que sean focos de atracción, que permitan la comunicación pausada entre la personas y que, en definitiva, aumenten la actividad humana de las mismas.

Consideramos que si se consigue el objetivo de incrementar la calidad de nuestras calles, la actividad comercial se verá muy favorecida, ya que todas estas mejoras incrementarán del número de personas que circulan por las vías –y por tanto que tengan acceso a los establecimientos- además de que los tiempos estanciales en las mismas serán mayores – lo que favorecerá las posibilidades de conocer la oferta comercial y de que las actuaciones de merchandising tengan verdadero éxito.

El aumento de intensidad de los flujos peatonales, la mejora de las condiciones de seguridad y la potenciación de zonas de atracción, la mejora las condiciones para que la gente pueda pasear y relacionarse de una manera cómoda y segura, son factores que crean vías comerciales con una fuerte atracción recreativa por medio de espacios e instalaciones adaptadas a los comportamientos y necesidades de los usuarios.

Así, a partir de 1998 se comenzó a dotar a las zonas comerciales del mobiliario urbano del que hasta entonces carecía.

BANCOS Y JARDINERAS EN LOS VIALES	INVERSIÓN
Castaños y adyacentes	4.987.023.-ptas.
Duque de Zaragoza, Avda. Constitución, Pza. Ruperto Chapí, Poeta Blasco, San Fco. Angel Lozano y Felipe Bergé	4.909.993.-ptas.
Pza. Padre A. Carcagente	3.589.627.- ptas.
Pza. Penavalva. Hnos. Pascual,	3.631.451.- ptas.
San Vicente y Calderón	3.300.282.- ptas.
Mercados municipales	2.441.916.- ptas.
Pza. de Castellón	3.695.163.- ptas.
Inversión total	26.555.455.-ptas

Igualmente, se ha mejorado las medidas de protección contra el tráfico rodado, mediante la instalación de **BOLARDOS**, en las calles con alta densidad comercial, al objeto impedir el acceso de vehículos a las áreas peatonales.:

BOLARDOS	
Zona centro, calles Gerona y del Teatro y adyacentes.	18.000.000.- ptas.

PANELES INFORMATIVOS DE APARCAMIENTOS PÚBLICOS:

El principal objetivo de estos paneles informativos es facilitar información en tiempo real de las plazas disponibles en los aparcamientos públicos de la ciudad. Se sitúan en las principales vías de entrada y en el propio casco urbano.

Inversión: 46.316.770 ptas.

ESCULTURAS URBANAS:

La creciente uniformidad en la imagen del tejido urbano afecta sensiblemente la capacidad de respuesta individual del ciudadano, debilitando su capacidad de comunicación con el entorno y el

establecimiento de cauces de identificación claros y temporalmente constantes, ya que perceptivamente tiene menos poder de generar imágenes en estos tipos de paisajes urbanos. De hecho cuanto menos uniformes y más monótonos son los entornos, mayor resulta la capacidad de orientación, de seguridad y de identidad de los seres vivos en el espacio.

Esta uniformidad y monotonía en el paisaje urbano se debe en parte a la escasez de hitos y elementos diferenciados.

La importancia que para el hecho comercial tiene este factor, nos atrevemos a definir como crucial en un doble sentido: por un lado, porque la identificación del espacio urbano como comercial, pasa por los procesos anteriormente citados; por otro, porque el establecimiento comercial y las actuaciones de urbanismo comercial deben colaborar en la consecución de un espacio lo bastante rico en referentes visuales, que permita la identificación fácil y la creación natural de la comunicación del ciudadano y ese espacio.

La instalación de esculturas ha enriquecido la imagen y el paisaje urbano, sirviendo como identificadores o referentes de la zona donde se han instalado.

ESCULTURA	LOCALIZACIÓN	INVERSION
Torso de Agamenón	Pza. del Mar	7.989.000 ptas.
Mirando el mar	Final del Paseo Gómiz	6.634.000 ptas.
Adán y Eva	Explanada /Rambla	7.772.000 ptas.
Cilindro	Pza. Montañeta	10.440.000 ptas.
EO	Final parque Canalejas	4.280.000 ptas.
Caballo	Av. Salamanca/RENFE	11.600.000 ptas.
Jaime II	Pza. Más Magro	8.700.000 ptas.
Total inversión: 57.415.000.-ptas		

2.3 URBANIZACIÓN PLAZA DE CASTELLÓN:

Esta plaza, situada en el barrio de Carolinas Bajas, constituye un punto de encuentro, de esparcimiento dentro de la alta densidad de edificación que conlleva la práctica inexistencia de espacios libres en el entorno, donde se localizan 30 establecimientos comerciales minoristas.

Esta propuesta no pretende sino conseguir un espacio útil para el uso del vecindario a efectos estanciales y lúdicos, además de recuperar un espacio urbano de identidad para los residentes del barrio, que conocen la plaza popularmente como "Plaza de les Palmeretes".

Asimismo, como se ha indicado en un apartado anterior, se ha llevado a cabo la renovación y mejora de las condiciones de iluminación, tanto de la Plaza de Castellón como de las Calles Sevilla y Valencia, localizadas en el entorno de la plaza. Por tanto, mediante esta actuación se completa la mejora de una zona comercial, siguiendo con los objetivos marcados de expandir las actuaciones del Centro a zonas comerciales importantes de otros barrios y de realizar actuaciones de conjunto y no obras puntuales y desconexas.

La renovación de la plaza contempla la remodelación de la urbanización existente mediante un nuevo diseño en planta de la plaza, ajustándose sensiblemente a las rasantes actuales con aportación de materiales de calidad.

La inversión total ha ascendido a **39.680.000 ptas.**

3.- MERCADOS MUNICIPALES

Los mercados municipales constituyen una forma de comercio tradicional que han tenido que ir adaptándose a los nuevos hábitos de compra y a las nuevas características de la demanda para poder sobrevivir a los numerosos cambios acontecidos en la distribución comercial.

Existen en la ciudad cuatro mercados municipales, que suman casi 500 puestos, de los que el 96% ofrece productos de alimentación, fundamentalmente fresca y el otro 4% dispone de productos de bienes ocasionales.

Los edificios de los cuatro mercados han sido rehabilitados mejorando su aspecto físico y comercial.

El mercado de Carolinas, localizado en el barrio que lleva su nombre, cuenta con una superficie de 705 m².

En el año 1988 se procedió a su remodelación. El citado mercado disponía de 14 puestos y 37 casetas, los mostradores de 18 casetas daban directamente a la vía pública, lo que podía ocasionar problemas sanitarios en los alimentos.

El proyecto consistió en:

- Modificación de las fachadas del mercado integrando las casetas exteriores en el interior del mercado.
- Instalación de dos nuevos accesos con puertas automáticas.
- Cambio de imagen del mercado.
- Ampliación y renovación de los servicios existentes, tales como administración, aseos, almacenes, etc.

El mercado de Benalúa ocupa una superficie de 500 m², con un total de 44 puestos y casetas.

Su apertura data de 1945, no habiéndose realizado desde entonces obras de mejora en el mismo.

El proyecto de remodelación se inició en 1998 y consistió en:

- Ejecución de dos avances en las puertas del mercado al objeto de conseguir mayores espacios para servicios del mercado.
- Mejora de la instalación de aire acondicionado.
- Automatización y sustitución de las dos puertas principales.
- Sustitución del suelo y chapado del mercado.
 - Mejora de la iluminación natural y artificial del mercado.
 - Cambio de imagen interior y exterior del mercado.
 - Ampliación y renovación de los servicios existentes, tales como administración, aseos, almacenes, etc.

El Mercacentro Babel es del año 1.982, más actual que el resto de los mercados municipales.

Con una superficie de 2.950 m², el citado mercado disponía de 49 puestos y 15 locales comerciales. Desde su apertura, 14 de los puestos permanecían cerrados, transmitiendo una mala imagen comercial del mercado.

Las obras de remodelación realizadas en 1998, consistieron en:

- Supresión de 12 puestos de venta, dotando al mercado de un pasillo transversal, mejorando la circulación de los clientes y la imagen comercial del mismo.
- Construcción de un nuevo acceso cercano al aparcamiento público.
- Instalación del aire acondicionado.
- Automatización y sustitución de las dos puertas principales.
- Sustitución del suelo.
- Cambio de imagen interior y exterior del mercado.
- Ampliación y renovación de los servicios existentes, tales como administración, aseos, almacenes, etc.

Mercado Central

El mercado central se localiza en el centro de Alicante, en el límite del barrio Mercado-San Fernando al que da nombre, con el barrio Centro Tradicional. Es el mercado más importante del municipio, tanto por el volumen de puestos que acapara en relación con el resto de mercados (72%) como por la capacidad de atracción que tiene.

La intervención que se pretende llevar a cabo en el mercado central responde al objetivo de convertirle en el punto de referencia para la zona centro y para el resto de la ciudad, potenciando su posicionamiento comercial a través de una **remodelación interior** del mismo.

La primera fase que se ejecuta de este ambicioso proyecto consiste en completar la instalación de aire acondicionado del Mercado Central, en la planta superior, adjudicada por **37.349.619 ptas.**

Una segunda fase, que se desarrollará a lo largo de 2001 y 2002, consistirá en la reducción de la superficie comercial, reagrupando puestos dispersos y suprimiendo los vacíos, para introducir servicios complementarios que contribuirán a dinamizar, fortalecer y consolidar la actividad comercial del propio equipamiento.

MERCADOS MUNICIPALES	
	INVERSIÓN
Carolinás	70.509.094.-ptas
Benalúa	52.461.334.-ptas
Babel	73.363.000.-ptas
Central	37.349.619.-ptas

4.- MODERNIZACIÓN DE PYMES COMERCIALES

El Ayuntamiento de Alicante concede anualmente subvenciones directas a las pymes comerciales para inversiones en la modernización e implantación de establecimientos comerciantes en toda la ciudad.

Estas ayudas son compatibles y complementarias a las que la Conselleria de Comercio concede de acuerdo con la Orden que para ayudas al comercio publica anualmente. Ambas ayudas pueden alcanzar hasta un 40% de la inversión.

MODERNIZACIÓN PYMES COMERCIALES – Subvenciones directas			
AÑO	CONSELLERIA	AYTO	TOTAL
1998	21.262.000.-	7.034.973.-	28.296.973.-
1999	49.521.000.-	25.000.000.-	74.521000.-
2000	48.302.000.-	28.000.000.-	76.302.000.-
Total subvenciones			179.119.973.-ptas

La inversión realizada por las pymes comerciales que han accedido a las citadas subvenciones, supera los **800.000.000.-ptas.**

Igualmente, cabe destacar la subvención de 5.000.000.-ptas. que el Ayuntamiento otorgó en noviembre de 2000 a la asociación de comerciantes de las **galerías de alimentación Inmaculada del Pla**, como apoyo a la reforma de sus instalaciones que, con un proyecto de 50.000.000.- de pesetas, contribuirá a su modernización y reactivación. La Conselleria de comercio apoyó esta actuación con 16.000.000 de pesetas.

5.- ACCIONES DE PROMOCIÓN DEL COMERCIO-AFIC

A continuación se describen algunas de las actuaciones destinadas a promover y dinamizar el comercio de la ciudad, impulsadas por la Agencia para el Fomento de Iniciativas Comerciales, AFIC .

La AFIC de Alicante, adscrita a la Concejalía de Comercio, forma parte de la Red AFIC de la Comunidad Valenciana, coordinada por la Dirección General de Comercio.

Premios de la ciudad de Alicante al pequeño comercio

Creados en 1993, con estos premios se trata de incentivar a los comerciantes que realizan un importante esfuerzo para adaptar sus estructuras a las expectativas surgidas de esta transformación y contribuir así a dotar de calidad al comercio de esta ciudad.

Precisamente, las convocatorias de 1998, 1999 y 2000, son las que han contado con mayor participación, coincidiendo con el importante apoyo que desde la Generalitat y el Ayuntamiento se presta al sector comercial.

Atendiendo a la experiencia de pasadas ediciones, en el año 2000, se realizaron importantes cambios en las bases de la convocatoria y se ha tenido en cuenta que las exigencias estéticas de los comercios varían en relación con su localización y actividad, por lo que se ha entendido más justo distribuir los premios en otros tantos apartados: centro, barrios y puestos de mercados municipales y galerías, concursando dentro de cada uno de ellos según la actividad ejercida.

La dotación anual de los premios asciende a 2.000.000 de pesetas, distribuidos en ocho premios.

Encuentros Nacionales de Ciudades Comerciales

Cada año desde 1995, se han venido celebrando los encuentros de comercio dirigidos a comerciantes, técnicos de comercio, dirigentes de asociaciones de Comerciantes y, en definitiva, a todas aquellas personas ligadas de algún modo, al sector comercial.

La edición de 1998 se dedicó de forma monográfica a la exposición técnica del Plan Alicante Centro, **PAC LUCENTUM**.

Tras cuatro ediciones con carácter local, se planteó la necesidad de contrastar más allá de la limitación de lo local, abriendo el foro a las ciudades comerciales inmersas en iniciativas de dinamización. Así, en noviembre de 1999 y con la colaboración de la Dirección General de Comercio y Consumo, se celebran los I Encuentros Nacionales de Ciudades Comerciales, con una importante asistencia y nivel de participación, 300 personas.

En noviembre de 2000, los II Encuentros Nacionales de Ciudades Comerciales han reunido a importantes expertos que han reflexionado sobre las diversas experiencias para consolidar los Centros Urbanos.

Campañas de animación comercial

Anualmente, el Ayuntamiento, a través de la Concejalía de Comercio, realiza campañas de animación comercial de la ciudad o participa en las de las distintas asociaciones de comerciantes.

- Así, desde el año 1998, el Ayuntamiento realiza durante el mes de noviembre una convocatoria de **ayudas a las asociaciones locales de comerciantes para la campaña de Navidad**

Durante estos tres años se puede constatar de forma muy positiva la mejora de la animación comercial de las distintas zonas donde se localizan estas asociaciones de comercio, lo que se traduce en un aumento de las oportunidades de negocio para los establecimientos comerciales.

La cuantía destinada a estas ayudas ha sido similar durante estos tres años, si bien el número de asociaciones con acceso a las mismas se ha incrementado: en el año 1998 trece asociaciones, 1999 dieciséis y en el 2000 diecinueve. Este aumento del asociacionismo comercial, ha dado como resultado una mayor promoción del sector minorista en la ciudad de Alicante.

- **Iluminación de Navidad:** A fin de contribuir a la animación de las calles en estas fechas que, en definitiva, redundan en beneficio de la propia ciudad, desde 1998, el Ayuntamiento, a través de la Concejalía de Comercio, asume el coste del consumo eléctrico de la iluminación

artística de Navidad que instalen las asociaciones de comerciantes a partir del 1 de diciembre y que así lo soliciten.

- Algunas colaboraciones reseñables en el periodo 98-00:
 - **RASCA-TIENDA:** Esta campaña se realizó en el año 1998 con la participación de todas las asociaciones de comerciantes de la ciudad, la Dirección General de Comercio y del Ayuntamiento.

Consistía en la entrega por los comerciantes a los consumidores de una tarjeta "rasca tienda" por el acto de la compra en los establecimientos colaboradores. Los premios iban desde mil pesetas a un millón.

- Colaboración con la Confederación Valenciana de Comercio (COVACO), en la organización del denominado proyecto **Milenia**, en noviembre de 1999.

El principal objetivo de este proyecto era el desarrollo y modernización del sector comercial de la Comunidad Valenciana, para ello se utilizó un vehículo de grandes dimensiones, dotado internamente de todos los recursos y sistemas tecnológicos innovadores.

- Colaboración en la celebración del **Mercado Medieval** en la zona comercial del casco histórico.
- Colaboración con la Cámara de Comercio, Asociación Provincial de Empresarios de Artesanos en la promoción de la **Feria de Artesanía**.
- Colaboración con el **Gremio de Pasteleros** Artesanos de la provincia de Alicante en la Feria Intergelat 2000 y en el campeonato Nacional de Jóvenes Pasteleros Artesanos.
- Colaboración con **Proava** (Promoción Agroalimentaria de calidad Comunidad Valenciana) en la Mostra Alicante 2000.

“tod@s de compras”

Campaña de concienciación sobre supresión de barreras arquitectónicas dirigida al pequeño comercio de Alicante. Se desarrolló entre septiembre y octubre de 2000. Se repetirá y ampliará en 2001.

Para ella, se ha elaborado un material informativo dirigido a facilitar la reforma de los locales contemplando la supresión de barreras en dos momentos: inicialmente, antes de montar el negocio, y posteriormente, cuando afronte la reforma de sus instalaciones.

Censo de las actividades comerciales/económicas:

Ante la necesidad constatada de contar con una mayor y mejor información de las actividades que se desarrollan en el municipio de Alicante y cuya carencia está limitando tanto las actuaciones municipales como la toma de decisiones de los empresarios y/o profesionales que tratan de analizar la viabilidad económica de sus proyectos, en 1.998 se realizó un censo de las actividades económicas de una zona de la ciudad.

En vista de la importante información que aportaba esta actuación, de la que no se podía disponer a través de otras fuentes, y las diversas posibilidades de aplicación a la promoción del sector comercial, se consideró imprescindible ampliar el censo al resto de la ciudad y al resto de sectores económicos. Así en noviembre de 2000 la Concejalía de Comercio y la de Empleo firman un convenio con la Universidad de Alicante para realizar este trabajo que, entre otras muchas utilidades, servirá para actualizar el Registro General de Comerciantes y Comercio.

ACCIONES PROMOCIÓN DEL COMERCIO Y AFIC	
Año	inversión total
1998	15.000.000.-ptas
1999	17.000.000.-ptas
2000	20.000.000.-ptas
Total	52.000.000.-ptas

RESUMEN DE INVERSIONES 1998-2000		
	Remodelación de alumbrado público	240.141.718.-ptas.
	Mobiliario urbano:	148.287.225.-ptas.
Urbanismo comercial	Bancos y jardineras	26.555.455.-ptas
	Bolardos	18.000.000.-ptas
	Paneles informativos De aparcamientos	46.316.770.-ptas
	Esculturas	57.415.000.-ptas
	Urbanización Plaza de Castellón	39.680.000.-ptas.
Mercados municipales		233.683.047.-ptas.
Galerías comerciales		5.000.000.-ptas.
Subvención a Pymes comerciales		179.119.973.-ptas.
Acciones de promoción comercial		52.000.000.-ptas.
Inversión total		897.911.963.-ptas.

A esta cifra habría que añadir el resto de inversiones destinadas al comercio de la ciudad realizadas directamente por la Conselleria de Comercio, en materia de formación, estudios, promoción, etc.