



SINTESIS DEL PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL DE NOVELDA

Introducción

- El **Plan de Acción Comercial de Novelda** se enmarca dentro del conjunto de Planes impulsados por la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación y las Administraciones locales y se ha realizado durante el período 2009/2010. Ha sido financiado conjuntamente por la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación y el Ayuntamiento de Novelda.
- El **Plan de Acción Comercial** ha sido elaborado por la Oficina de Comercio y Territorio del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana. Ha sido realizado por un **equipo multidisciplinar**, que ha afrontado su elaboración desde una **perspectiva integral** abordando todos los aspectos que afectan a la actividad comercial del municipio.

Objetivos y metodología del Plan de Acción Comercial de Novelda

Los objetivos planteados en el Plan han estado condicionados por los siguientes factores:

- 1) Novelda pertenece al Area Comercial de Novelda, siendo la cabecera del área, lo que se demuestra porque es el municipio que concentra mayor porcentaje de población y de actividad económica y, especialmente, comercial.
- 2) El desarrollo de la actividad comercial de Novelda ha estado condicionado por su ubicación próxima a grandes ciudades que ejercen también de cabeceras comerciales ejercen centralidad comercial y atracción de los residentes de Novelda y de su entorno.
- 3) Pérdida de centralidad comercial de Novelda. Alicante, por ser la capital de provincia y Elx se han convertido en destinos de compra de los noveldenses y de la población del entorno que antes compraba en Novelda. A esta situación han contribuido, por una parte la mejora de las comunicaciones. Por otra, el crecimiento y mejora de la oferta comercial de estas ciudades y la implantación de equipamientos comerciales de atracción como es, en Elx, el centro comercial L'Aljub, El Corte Inglés y, más recientemente, la expansión de las grandes tiendas-outlet en su parque industrial.
- 4) Carece de una imagen de marca del municipio que potencie Novelda como ciudad de servicios. Tradicionalmente la economía noveldense se ha sustentado en la agricultura y en la industria del mármol y de la distribución de especias. Esta actividad productiva ha restado importancia a la actividad de servicios propia de una cabecera comercial.
- 5) Potencialidad del turismo. Dispone de un patrimonio arquitectónico modernista singular que permite proyectar rutas urbanas generando sinergias ocio/cultura/comrcio que favorezcan el desarrollo del sector comercial y de servicios vinculado a actividades lúdicas, culturales y turísticas.

- 6) Se aprecian valores asociados al comercio tradicional de Novelda como el trato amable y personalizado, el conocimiento y la calidad de los productos y las facilidades de pago y/o personalización de la situación del cliente.
- 7) Dispone de un centro urbano activo. Se detecta la existencia de una oferta comercial bastante concentrada en trece ejes comerciales en los que se ubica cerca de la mitad de comercios del municipio (45%).
- 8) Centralidad comercial del Mercado Municipal La ubicación del Mercado Municipal en el centro del municipio, así como la celebración del mercadillo en su entorno, generan un polo de atracción comercial muy importante para Novelda.
- 9) Se detecta una carencia de locomotoras comerciales de bienes ocasionales y, sobre todo, de ocio para todos los segmentos de población que contribuyan a complementar la oferta existente en el núcleo urbano y a consolidar el centro como un área urbana de atracción.
- 10) Se ha iniciado un proceso de renovación y mejora del espacio urbano que puede contribuir a la dinamización económica y comercial del municipio.
- 11) Los agentes públicos y privados consideran necesario la puesta en marcha de un conjunto de actuaciones dirigidas a dinamizar el comercio de Novelda con el objetivo de mantener su posición competitiva.

Considerando estos factores, el Plan se planteó con los siguientes objetivos:

- Determinar qué papel desempeña Novelda en su área de influencia comercial y en su entorno territorial.
- Cuantificar y caracterizar la oferta comercial de Novelda
- Analizar los hábitos de consumo de los residentes en Novelda, así como los hábitos de los visitantes, con el fin de detectar la adecuación de la estructura comercial existente a la demanda e identificar las posibles carencias.
- Identificar y cuantificar los flujos de gastos que se producen en el municipio analizando el gasto atraído por el comercio de Novelda procedente de la población del entorno, así como la evasión de gasto desde Novelda a otros municipios o equipamientos comerciales próximos identificando cuáles son los municipios que representan la principal competencia de Novelda.
- Realizar un análisis urbano-comercial de los principales ejes comerciales de Novelda con el fin de determinar su nivel de adecuación a la función comercial que deben desempeñar.
- Diagnosticar la situación del sector comercial en Novelda y proponer medidas para su modernización y profesionalización.

Metodología del Plan de Acción Comercial

La elaboración del Plan de Acción Comercial se ha estructurado en tres fases:

- a) Análisis y **caracterización de la economía local y**, específicamente, **de la actividad comercial minorista** del municipio, caracterizando el comercio y al comerciante y analizando la actividad en el territorio.
- b) **Cuantificación y caracterización de la demanda comercial** de la población residente en Novelda y de la población visitante que acude al municipio durante días o momentos puntuales.
- c) **Análisis de la ciudad como soporte de la actividad comercial**, que ha comprendido el estudio de las pautas de localización del comercio y de las características y problemática urbanística de sus zonas comerciales.

A partir de los análisis y diagnósticos realizados en estas tres fases se han definido **un conjunto de actuaciones que conforman la parte propositiva y fundamental del Plan y que comprenden dos tipos de acciones:**

- 1) Acciones dirigidas a la **mejora interna de la actividad comercial y de dinamización** y, por tanto, que compete fundamentalmente a los propios empresarios ponerlas en marcha.
- 2) Acciones **dirigidas a la mejora de la ciudad como espacio urbano comercial**, que **comprende actuaciones de mejora de las calles comerciales, accesibilidad, conexión peatonal, etc.**

Para la realización del Plan de Acción Comercial se han realizado diversos **trabajos de campo:**

- **Censo de comercios** del municipio en todos los bajos comerciales que ha supuesto la realización de 447 fichas comerciales. (abril 2010).
- Una **Encuesta a personas residentes en Novelda** que ha constado de una muestra de **401 encuestas**. (Julio 2010).
- Una **Encuesta telefónica a Visitantes del municipio** para conocer los hábitos de compra y ocio en Novelda y que ha constado de una muestra de **407 encuestas**. (Julio y Agosto 2010).
- **Dos dinámicas de grupo con comerciantes asociados y no asociados.**
- **Tres dinámicas de grupo a residentes de Novelda** según edad y zona del municipio: grupo de 18-35 años; grupo de edades comprendidas entre 35 y 50 años y grupo de más de 50 años.

- **Entrevistas a informantes clave:** representantes y técnicos municipales y representantes de las asociaciones empresariales y comerciales.
- Un **análisis sistematizado de los espacios comerciales urbanos** de la ciudad, que ha contemplado la recogida de un numeroso conjunto de datos urbanísticos de los principales ejes comerciales de Novelda.

Principales conclusiones del Plan de Acción Comercial

Tabla resumen de los principales indicadores comerciales de Novelda

447 establecimientos comerciales

El 45% de los comercios y el 44% de la superficie comercial se concentra en 13 ejes comerciales

43.947 m² de superficie de venta

Gasto captable por la oferta comercial: 108,41 millones €.

Avenida Constitución: 46 comercios

Emilio Castelar: 15 comercios

Maestro Ramis: 20 comercios

Virgen de los Desamparados: 16 comercios

Colón: 16 comercios

Alcalde Manuel Alberola: 16 comercios

Avenida Reyes Católicos: 19 comercios

Almoína: 4 comercios

Jaime II: 13 comercios

María Cristina: 13 comercios

Capellán Margall: 13 comercios

Nuestra Señora de la Fe: 8 comercios

Lepanto: 6 comercios

OFERTA COMERCIAL

INDICADORES COMERCIALES COMPARADOS

	NOVELDA	AREA COMERCIAL DE NOVELDA	COMUNITAT VALENCIANA
Índice de Dotación Comercial (IDC)	15,3	13,6	13,1
Índice de Superficie Comercial (ISC)	1.499	1.033	1.382
Tamaño medio de los establecimientos comerciales	102	76	106

CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIANTE DE NOVELDA

Forma jurídica	El 42,3% son dueños del negocio
Integración empresarial:	El 84% son independientes y el 70,3% es un
	El 10% pertenece a una cadena sucursalista o franquicia
Perfil del comerciante	El 11,2% tiene dos o más comercios
	El 31,5% de los comerciantes tiene una edad igual o inferior a 40 años
	El 57,6% de los comerciantes son hombres
Tejido Asociativo comercial:	El 36% pertenece a alguna asociación de comerciantes

Población de Novelda

27.135 habitantes

Gasto realizado por los residentes de Novelda en el comercio minorista:

97,5 millones euros

Gasto per cápita

3.592,6 € por persona y año.

El gasto atraído por Novelda es igual a 26,35 millones de euros

El gasto atraído procede, principalmente, de poblaciones más pequeñas y próximas a Novelda: Monforte del Cid, Aspe, Monóvar y Agost.

El 79,9 % del gasto se fija en Novelda

El 8,7 % del gasto se realiza en Alicante

El 6,6 % del gasto se realiza en Elx

El resto se distribuye entre Elda, Petrer y otros municipios del entorno

El porcentaje de gasto evadido es del 20,1%

DEMANDA COMERCIAL

Flujo de gasto de los residentes de Novelda

- 1) Novelda pertenece al Área Comercial de Novelda, la segunda área más pequeña de la provincia de Alicante en la cual reside el 3,7% de la población de la provincia.
- 2) En el municipio de Novelda se censaron más de 2.000 actividades económicas en el año 2009 de las cuales el 64% son servicios. Un 77% de estas actividades terciarias son actividades comerciales minoristas.

- 3) Novelda cuenta con 447 establecimientos comerciales minoristas que disponen de una superficie comercial 43.947 m². Esta oferta comercial tiene un impacto claro sobre la economía del municipio:
- El 64% de las actividades económicas terciarias son actividades comerciales minoristas.
 - El comercio minorista de Novelda da empleo aproximadamente a 1.300 personas
 - El gasto que puede captar el comercio minorista de Novelda es de 108,4 millones de euros.¹
 - El gasto que los residentes de Novelda destinan al comercio minorista es igual a 97,5 millones de euros.
- 4) Los índices de dotación del municipio indican una **estructura comercial de 15,1 comercios por 1.000 habitantes. El resultado es superior a la media valenciana** (13,4 establecimientos por 1.000 habitantes).
- 5) La superficie comercial de la localidad es de 43.947 m². Según el volumen de población de Novelda resulta un índice de superficie comercial de 1,5 m² por habitante. El resultado es algo superior a la media valenciana (1,3 m² por habitante).
- 6) Respecto a las pautas de localización comercial, **se pueden identificar como principales ejes comerciales: Avenida Constitución, Emilio Castelar, Maestro Ramis, Virgen de los Desamparados, Colón, Alcalde Manuel Alberola, Avenida Reyes Católicos, Almoina, Jaime II, María Cristina, Capellán Margall, Nuestra Señora de la Fe, Lepanto** . En estos ejes se concentran 205 establecimientos comerciales equivalentes al 45% de la oferta comercial de Novelda y al 44% de la superficie comercial.
- 7) El comercio de Novelda es percibido por los consumidores como un comercio próximo y con buena atención por parte de los comerciantes, así como un comercio de calidad de sus productos. No obstante, los consumidores en general echan en falta cierta modernización de las tiendas para mejorar su imagen, una mayor variedad de tiendas y precios más asequibles.
- 8) **La población residente del municipio generó 97,5 millones de euros destinados a la compra en establecimientos comerciales minoristas.** La mayor parte de este gasto se destina a la compra de productos de alimentación, droguería e higiene (53,5%) y artículos de equipamiento personal (20,4%).
- 9) La existencia de una oferta comercial basada en el comercio de proximidad hace que los valores ligados a la proximidad, atención al cliente, cercanía sean muy apreciados entre los residentes en Novelda, como se muestra en todas las encuestas.

¹ El gasto que puede captar el comercio de Novelda se cuantifica a partir de las estimaciones medias de facturación por tipo de actividad y formato comercial.

- 10) **Aún así, se produce una propensión a comprar fuera del municipio. La cifra del gasto en comercio que se dirige a otros municipios representa el 20,1% del total generado y se destina, principalmente al comercio de Alicante (8,7%) y Elx (6,6%). En la compra de bienes ocasionales (equipamiento personal y otros bienes de consumo ocasional) es cuando mayor propensión muestra el residente a salir del municipio.**

Flujos de gasto de los residentes de Novelda.

Flujos de gasto de los residentes de Novelda:

- Un 79,9% del gasto realizado se queda en el propio municipio.
- Un 20,1% del gasto realizado se evade a otros municipios (Alicante, Elx y otros municipios)

Fuga de gasto por tipología de bienes:

- Bienes diarios: 4,1%
- Equipamiento personal: 49,2%
- Equipamiento del hogar: 36,9%
- Otros bienes de consumo ocasional: 24,8%

Fuente: Elaboración propia Oficina Comercio y Territorio.

- 11) La situación geográfica de Novelda, ubicada junto a dos grandes ciudades como Elx y Alicante, que además ejercen de cabeceras de su área comercial, condicionan mucho la centralidad comercial del municipio, cuyos habitantes pivotan sobre el comercio de estas dos ciudades.
- 12) La capacidad de atracción comercial de Novelda no es muy intensa y se extiende, principalmente, a los pequeños municipios del entorno como Monforte del Cid, Aspe, Monóvar y Agost. La oferta de alimentación y el Mercado Municipal, junto al mercadillo constituyen polos de atracción significativos.
- 13) Los residentes en el resto de poblaciones pertenecientes al entorno de Novelda realizan un gasto en el comercio del municipio que se ha estimado en torno a 26,35 millones de euros.
- 14) El turismo es una actividad que tiene muy poca incidencia en el comercio de la población, actualmente, pero que podría tener mayor repercusión con el tiempo en la medida que Novelda vaya adquiriendo mayor importancia como destino de visita turística para el turismo de la provincia.

A partir del anterior análisis se obtienen las siguientes conclusiones:

Diagnóstico DAFO de la actividad comercial

Fortalezas

- El casco urbano muestra una configuración compacta con una escala adecuada para el peatón en sus desplazamientos por el interior.
- Los noveldenses valoran positivamente la compra en el municipio porque dan importancia al trato cercano, la calidad de los productos y los servicios de pago.
- El Mercado Municipal tiene mucha capacidad de atracción hacia el centro del municipio.
- El Mercadillo Municipal constituye un polo de atracción complementario al Mercado, al que acude gente de todo el municipio y también visitantes del área.

Debilidades

- Ausencia de locomotoras comerciales de equipamiento ocasional que contribuyan a fijar el gasto en el comercio de Novelda.
- La mitad de los noveldenses acude a comercios de fuera de Novelda a comprar equipamiento personal porque hay más variedad de tiendas y el 40% porque encuentra más productos.
- Prácticamente uno de cada tres residentes aprovecha la compra en otro municipio para salir fuera e ir de restaurantes, poniendo de manifiesto la carencia de oferta de ocio familiar y juvenil.

- Falta de oferta de ocio dirigida a todos los segmentos poblacionales, lo que impide retener más porcentaje de residentes, sobre todo, los fines de semana.
- En el centro histórico de Novelda, el tipo de edificación de baja altura supone poca disponibilidad de bajos comerciales y escasas posibilidades de dinamización económica de la zona.
- La proximidad de ciudades como Elx y Alicante que constituyen una competencia comercial y de ocio importante.

- Recuperación de espacios urbanos comerciales que aumenten el atractivo comercial.
- Participación en programas de profesionalización para el comerciante y de renovación del establecimiento comercial y mejora de la imagen comercial.
- Diversificación del ocio hacia el residente joven.
- Actuación en el Mercado Municipal para convertirlo en un foco comercial del centro urbano.
- La vinculación de la actividad industrial que caracteriza a Novelda con la implantación de un comercio especializado en el mismo tipo de actividades.
- La gestión profesional del área comercial del centro urbano aprovechando la concentración de actividades en el centro.
- La existencia de patrimonio histórico-artístico y medioambiental que puede ser utilizado para posicionar el municipio desde el punto de vista turístico

Amenazas

Oportunidades

Principales propuestas del Plan de Acción Comercial de Novelda

Los distintos análisis realizados con motivo del Plan de Acción Comercial de Novelda, así como los resultados de los trabajos de campo desarrollados, nos permiten diseñar un conjunto de acciones que se estiman necesarias para alcanzar este objetivo a medio plazo.

Entre el conjunto de acciones propuestas se incluyen algunas dirigidas a mejorar la imagen física y los servicios ofrecidos por los establecimientos y otras a promocionar esa imagen y animar las zonas comerciales en la que se ubican los comercios, así como mejorar el mix comercial del municipio.

Con las acciones propuestas se pretenden alcanzar los siguientes objetivos específicos:

- **Tratar de retener un porcentaje del gasto que los residentes realizan en los equipamientos comerciales de municipios del entorno. Actualmente se estima que la fuga de gasto asciende a uno de cada cinco euros que se destina, principalmente, a Alicante y Elx.**
- **Continuar realizando acciones de mejora del espacio urbano y de conexión entre las principales polaridades comerciales del núcleo urbano, con el fin de generar un espacio central cómodo, atractivo y comercialmente eficiente.**
- **Potenciar la implantación de tecnología, sistemas de calidad y de comercio sostenible** para conseguir un comercio adecuado a las tendencias del mercado y comprometido con su ciudad.
- **Fomentar la profesionalización y cooperación del sector** para la consecución de un comercio más moderno y competitivo.
- **Reforzar el papel de los agentes implicados en la actividad comercial** que ayudan a profesionalizar y modernizar el tejido comercial y velan por los intereses del comercio local y la ciudad.

Líneas de actuación propuestas:

a) **Programa de actuaciones de promoción y dinamización comercial.**

Las acciones quedan estructuradas en 6 líneas de actuación, que se concretan en un conjunto de acciones detalladas:

Línea 1. Consolidación de la imagen comercial de Novelda en su área de influencia y en el propio municipio, basada en la proyección de una imagen comercial junto al desarrollo de una estrategia de comunicación con el objeto de retener al residente en el municipio y tratar de reforzar su atractivo comercial entre los pequeños municipios vecinos.

- Desarrollo de la imagen corporativa del comercio local.
- Manual de la imagen corporativa.
- Campañas de comunicación de la imagen corporativa
- Directorio comercial "Guía del Comercio de Novelda"
- Portal del comercio

Línea 2. Promoción del comercio local de Novelda. Estructuración de servicios y comunicación, acciones de fidelización, servicios de valor añadido, animación, señalización, etc. dirigidos tanto al consumidor de Novelda como residentes de poblaciones del entorno.

- Acciones de comunicación comercial.
- Acciones de promoción comercial.
- Acciones de animación comercial.
- Calendario promocional colectivo
- Señalización comercial.

Línea 3. Modernización del tejido comercial de Novelda tratando de contribuir a la consecución de una imagen del comercio moderna, atractiva y de calidad.

- Plan de renovación de los establecimientos comerciales.
- Plan de relevo generacional
- Programa del Diagnóstico del Punto de Venta: DPV.
- Programa de Fomento de la calidad en el comercio
- Diagnóstico de la Innovación.
- Promoción del comercio de Novelda a través de redes sociales. Internet
- Programa para el Fomento de Buenas Prácticas Medioambientales.

Línea 4. Profesionalización de la actividad comercial de Novelda que permita incrementar la calidad. El Plan de Acción Comercial de Novelda plantea la necesidad de mejorar el nivel formativo de los comerciantes, motivar al comerciante mediante premios y reforzando los órganos de gestión comercial, por lo que plantea acciones concretas en este sentido.

- Profesionalización a través de la formación.
- Reconocimiento a la labor destacada del comercio minorista.
- Fortalecimiento de la cooperación empresarial a través del movimiento asociativo.
- Fomento de la Mesa de Trabajo del Comercio de Novelda.

Línea 5. Potenciar el comercio de proximidad y mejorar el que ya está asentado, tratando de gestionar el mix comercial y de ocio para lograr una oferta equilibrada.

- Plan de apoyo al comercio de proximidad
- Plan de mejora y profesionalización del Mercado Municipal de Novelda.
- Plan de mejora y profesionalización del mercado ambulante.
- Propuesta didáctica “el comercio a la escuela”.

Línea 6. Potenciar un área urbana como centro comercial profesional tratando de crear un área atractiva, eficiente y cómoda que identifique el comercio de todo el municipio.

- Puesta en marcha de un área de gestión integrada.
- Potenciar el eje comercio-turismo
- Potenciar el desarrollo de un corredor comercial especializado.

b) Programa de actuaciones en urbanismo comercial

El objetivo prioritario de este programa es la dinamización y potenciación de la vida comercial de la población de Novelda mediante la intervención urbanística para la mejora del ambiente urbano del municipio.

Mejorando el espacio físico donde se desarrolla la actividad comercial y aumentando la calidad urbana y paisajística de Novelda se pretende fomentar el uso y disfrute que sus habitantes y visitantes hagan de la ciudad, incrementar la presencia de los usuarios en los espacios públicos y, por lo tanto, propiciar la creación de unas condiciones favorables para el desarrollo del comercio y el ocio en la ciudad, transformando Novelda en un centro comercial abierto.

Para ellos se plantean una serie de intervenciones en lugares estratégicos de la ciudad que permitan completar la renovación que ya ha iniciado la ciudad y orientarla hacia un desarrollo económico y social.

El análisis cuantitativo y cualitativo del espacio urbano deriva en el siguiente diagnóstico.

Diagnóstico DAFO del espacio urbano

Fortalezas

- Escala urbana cómoda para el residente y visitante.
- Mantenimiento de costumbres y modos de vida tradicionales.
- El casco urbano cuenta con un patrimonio monumental y edilicio lo suficientemente amplio y destacable como para

Debilidades

- Escaso interés prestado a la imagen y diseño del espacio público.
- Saturación del estacionamiento viario, llegando a generar tráfico parásito o de paso, debido a la escasez de oferta existente.
- Infradotación de elementos de mobiliario

- | | |
|--|--|
| <p>desempeñar el papel de atractor turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trama urbana sencilla, racional y ordenada con una orografía plana. • Transitable y tranquila | <p>urbano en destacados ejes comerciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de un texto normativo adaptado a la realidad urbana de Novelda y con una estrategia clara como referente para todas las decisiones y actuaciones. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de la imagen identificativa • Monopolización del espacio público por las funciones de circulación y estacionamiento, convirtiéndose en un espacio residual entre edificios y vías. • Envejecimiento de la población del casco urbano y pérdida de población joven. | <ul style="list-style-type: none"> • Salvaguardar y poner en valor las características ambientales con que cuenta el casco urbano, conservando su identidad a través del espacio público. • Aprovechar el patrimonio arquitectónico modernista, su singularidad y proyección para crear rutas urbanas mediante sinergias ocio/cultura/comercio que favorezcan el desarrollo del sector comercial y de servicios vinculado a actividades lúdicas, culturales y turísticas. • Lograr que el espacio público de Novelda sea agradable y adecuado a las necesidades de los diferentes grupos de usuarios: niños, adultos, ancianos y personas con movilidad reducida. |

Amenazas

Oportunidades

programas de intervención:

Las actuaciones de urbanismo comercial pueden agruparse en tres tipos, según el aspecto urbano al que afecte, en correspondencia con los criterios con los que se ha realizado el diagnóstico urbano comercial de la ciudad.

- 1- Propuestas en el ámbito de la movilidad y la accesibilidad. Integra los programas dirigidos a:**
 - Mejorar el tráfico y el estacionamiento.
 - Mejorar la transitabilidad peatonal y la accesibilidad.
 - Señalética urbano-comercial.
- 2- Propuestas relacionadas con la calidad de la escena urbana**
 - Mejora del mobiliario urbano
 - Mejora del alumbrado público
 - Arbolado viario
 - Recogida selectiva de residuos
- 3- Propuestas relacionadas con los equipamientos comerciales.**
 - Sustitución del Mercado Municipal de Abastos.
 - Mejora del Mercado ambulante.

En definitiva, este conjunto de actuaciones pretenden **reconciliar la planificación urbana con la actividad comercial** partiendo de que está es uno de los principales motores de la economía local y debe considerarse también como equipamiento para la comunidad y elemento que estructura la ciudad.

La realización de este **ambicioso conjunto de actuaciones** debe basarse en la **participación, el compromiso y el consenso** entre las Administraciones, las asociaciones de comerciantes y los propios empresarios individuales y otras instituciones y colectivos comprometidos con la dinamización comercial de Novelda