3.1. El comercio local como motor de la actividad económica.

La competencia cada vez más intensa entre ciudades por captar inversiones favorece el desarrollo de políticas urbanas de potenciación del terciario y la articulación de estrategias para captar nuevos residentes y consumidores procedentes de otros municipios.

Novelda es uno de los municipios pertenecientes al denominado corredor del mármol debido a su especialización productiva en esta industria. Además, todavía mantiene una actividad agraria importante, vinculada a la explotación de la vid de la que se obtiene la Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó (DO), donde trabaja un 9,5% de personas activas. La industria ha sido tradicionalmente la actividad principal, empleando actualmente al 37,3% de la población, aunque en los últimos años ha ido perdiendo importancia en la estructura económica del municipio. El sector servicios está en desarrollo y emplea a un porcentaje superior al de la industria, cifrado en el 39,8% de la población. No obstante, este porcentaje es reducido frente a la media cercana al 71% en la Comunitat Valenciana[1].

Actualmente, las empresas de servicios, comercio y hostelería representan el 58,8% del tejido empresarial mientras que el 37,3% del tejido empresarial corresponde al sector industria y construcción.

El tejido empresarial de Novelda

- 1.099 empresas
- 10.065 trabajadores afiliados a la Seguridad Social, de los cuales el 18,4% son autónomos.
- 40,5 empresas por mil habitantes noveldenses.
- 58,8% son empresas terciarias.

Fuente: Anuario Económico La Caixa 2010 y Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Tesorería General de la Seguridad Social (dic 2007) recogido por Caja España.

Actividades económicas en bajos comerciales de Novelda.

En el núcleo urbano de Novelda se han censado 1.238 locales comerciales o de negocio en el que se desarrollan diversas actividades económicas del municipio, principalmente terciarias, aparte de las actividades comerciales.

El 44% de los locales censados está inactivo, mostrando la incidencia que la recesión económica ha tenido en la evolución y desarrollo de la actividad económica urbana.
En este grupo de locales comerciales se distinguen:

[1] Fuente: "Plan de revitalización de las Comarcas de Interior de la Comunidad Valenciana" Generalitat Valenciana. Nota: Los porcentajes de ocupación están actualizados a diciembre de 2008.

- 101 locales equivalentes cerrados en el momento de efectuarse el censo (18%).

- 308 locales vacíos en los que se ha desarrollado actividad con anterioridad a la fecha de censo (56%).

- 141 locales comerciales nuevos que, debido a la situación actual, están disponibles y no han iniciado ninguna actividad económica hasta el momento (26%).

- Los locales vacíos nuevos se concentran sobre todo en Poeta Ausias March, Capellá Margall, María Cristina, Virgen del Remedio y Maestro Ramis.

- Los locales cerrados se concentran, principalmente, en los ejes: Cervantes, Constitución, Virgen de los Desamparados, etc

El resto de locales integran actividades auxiliares de la industria o actividades terciarias entre las que predominan:

- Una de cada once actividades (9%) son **auxiliares de la construcción**: molduras, puertas, carpintería, etc.

- Una de cada trece actividades son **bares o restaurantes** (7,7%).

- Una de cada dieciséis actividades (6,6%) son **auxiliares de la industria del mármol**.

- Una de cada veinticuatro actividades (4,1%) son de **servicios personales** y, concretamente, peluquerías o salones de belleza, constatando el desarrollo que ha experimentado la actividad relacionada con los cuidados corporales.

- Una de cada veintiocho actividades (3,5%) son **profesionales libres** como arquitectos, abogados, etc.

Concentración de la actividad económica urbana

En 11 ejes del municipio se desarrolla una de cada tres actividades económicas distintas del comercio. Muchos de los locales destinados a albergar alguna actividad económica coinciden con los ejes más comerciales de Novelda, destacando Alfonso El Sabio, Cervantes, Constitución, Maestro Ramis, Capellá Margall, etc.

Otros ejes como Poeta Ausias March o Virgen del Remedio están ubicados en zonas de expansión que todavía no se han consolidado y están paralizadas debido a la situación económica actual pero, puedenc consolidarse en unos años convirtiéndose en ejes activos económicamente.

Después de la actividad de servicios, el comercio minorista es una de las actividades más representativas del tejido empresarial de Novelda, representando el 64% de las actividades terciarias. **El comercio minorista de Novelda juega un papel importante en la economía de la ciudad** por su capacidad de influir en el desarrollo de otras actividades económicas y por su contribución a la generación de empleo.

Impacto económico de la actividad comercial minorista de Novelda.

- 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 125,37 millones de euros.
- El gasto que los noveldenses destinan al comercio minorista es igual a 97,5 millones de euros.

Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario Económico La Caixa 2010 y trabajo de campo.
Nota: 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.

Además de la repercusión directa que el comercio tiene en el empleo, la actividad comercial favorece el desarrollo de otras actividades de apoyo:

- La puesta en marcha de un establecimiento comercial impulsa las actividades relacionadas con el diseño, interiorismo, construcción y equipamiento del establecimiento.
- Asimismo, el desarrollo de la actividad comercial afecta positivamente al crecimiento de otras actividades de apoyo como escuelas o centros formativos, actividades de transporte y logística, de suministro de tecnología, consultorías, asesorías, empresas de seguridad, financieras, entre otras.

El municipio de Novelda, en los últimos años (2006-2008), ha experimentado un ligero retroceso en el número de establecimientos comerciales minoristas. Las ramas de actividad que más han sufrido de esta pérdida de efectivos comerciales han sido carnicerías, pescaderías y panaderías-pastelerías, coincidiendo con formatos comerciales más tradicionales.

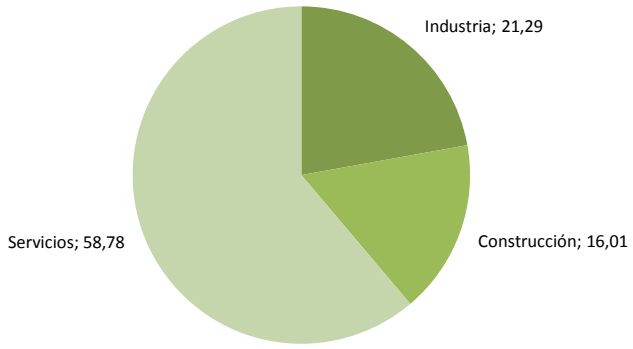
El comercio mayorista, sin embargo, ha evolucionado positivamente, mostrando un ligero incremento del 3,3% durante el período 2006-2008.

Tabla 03.01 **Actividad económica en Novelda. Año 2008.**

Sector de actividad	Empresas	%	Trabajadores	%
Agricultura	43	3,91	1.011	9,53
Industria	234	21,3	3.956	37,3
Construcción	176	16,0	1.422	13,4
Servicios	646	58,8	4.216	39,8
TOTAL	**1.099**	**100**	**10.605**	**100**

Fuente: Datos economicos y sociales de Novelda (Caja España). Año 2009.

Gráfica 03.01 **Empresas por actividad (%). Novelda**



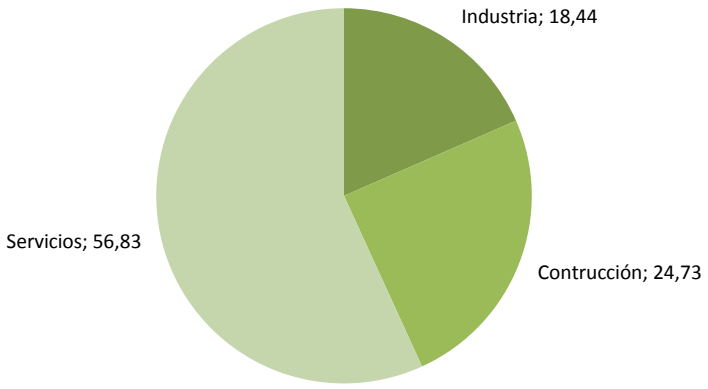
Fuente: Datos económicos y sociales de Novelda (Caja España). Año 2009.

Tabla 03.02 **Actividad económica en Novelda Año 2008.**

	Número	%
Agricultura y ganaderia.	--	--
Industria	**320**	**18,4**
Contrucción	**429**	**24,7**
Servicios	**986**	**56,8**
Actividades comercio mayorista	222	12,8
Actividades comercio minorista	*632*	*36,4*
Actividades de restauracion y bares	*132*	*7,6*
TOTAL	**1.735**	**100**

Fuente: Anuario Económico de la Caixa 2009.

Gráfica 03.02 **Actividad económica en Novelda Año 2008.**



Fuente: Datos económicos y sociales de Novelda (Caja España). Año 2009.

Tabla 03.03 **Establecimientos comerciales en Novelda. Años 2006-2008.**

	2006	2007	2008	Var. 06-08
Comercio al por mayor e intermediarios	**239**	**236**	**247**	**3,3**
Comercio al por menor	**545**	**534**	**533**	**-2,2**
Comercio al por menor de alimentación, bebidas y tabaco	179	159	151	-15,6
Frutas, verduras y hortalizas	20	19	16	-20,0
Carnes, despojos, huevos, aves, conejos y caza	34	27	20	-41,2
Pescados y otros productos de la pesca	6	6	4	-33,3
Pan, pastelería, confitería y productos lácteos	46	35	35	-23,9
Vinos y bebidas de todas clases	0	0	2	100,0
Labores del tabaco y productos de fumador	8	9	14	75,0
Productos alimenticios y bebidas en general	65	63	60	-7,7
Comercio al por menor de productos de no alimentación	350	359	360	2,9
Textil, confección, calzado y artículos de cuero	89	90	86	-3,4
Productos farmacéuticos, droguería, perfumería y cosmética	27	30	28	3,7
Equipamiento del hogar, bricolaje, construcción y saneamiento	94	95	100	6,4
Vehículos terrestres, accesorios y recambios	35	40	38	8,6
Combustible, carburantes y lubricantes	6	7	8	33,3
Bienes usados (muebles y enseres de uso doméstico)	0	0	0	--
Instrumentos musicales y accesorios	1	1	1	--
Otro comercio al por menor	98	96	99	1,0
Comercio al por menor mixto y otros	**16**	**16**	**22**	**37,5**

Fuente:Camerdata. Asociación para la investigación de Medios de Comunicación (AIMC). Caja España.

3.2. El comercio minorista de Novelda.

Para el estudio de la oferta comercial minorista en el municipio de Novelda se ha utilizado la siguiente clasificación de establecimientos minoristas o formatos comerciales. La clasificación incluye una breve descripción de las principales variables de diferenciación entre los formatos comerciales –política de gestión, técnicas de venta, gama de productos, etc.-

Clasificación del comercio minorista por grupos de actividad.

- 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 hogar: especialistas en mobiliario, menaje, grandes y pequeños electrodomésticos, decoración y otros productos de construcción del hogar.
- Otros productos: integra aquellos negocios que comercializan productos relacionados con el ocio –libros, discos, deporte, etc.-, la tecnología –informática, fotografía, telefonía, etc.-, así como productos diversos de consumo ocasional –flores, plantas, artículos de regalo, etc.-.
- Comercio por secciones: compuesto por los hipermercados, tiendas de conveniencia y grandes almacenes.

Fuente: Elaboración propia Oficina Comercio y Territorio.

Tabla 03.04 **Clasificación de los diferentes formatos comerciales minoristas y de los tipos de comercio.**

Formato comercial		Clasificación	Aspectos diferenciales	Productos que comercializan	Estrategias de localización
Pequeño comercio	**Bienes diarios**	Establecimiento con sistema de venta asistida especializado en una línea de productos de alimentación.	Venta asistida u orientada por el vendedor	Según la especialidad comercializan un conjunto de referencias de una determinada línea: frutas, verduras, perfumería, droguería, etc.	Suelen ubicarse en ejes comerciales de núcleos urbanos como comercio de proximidad. En muchos casos buscan la cercanía de establecimientos de libre servicio para aprovechar los flujos de peatones.
	Bienes ocasionales	Establecimiento con sistema de venta asistida especializado en una línea de productos de consumo ocasional:	Venta asistida u orientada por el vendedor. Trato personalizado.	Según la especialidad comercializan un conjunto de referencias de una determinada línea :moda, calzado, complementos, decoración, ferretería, etc	Núcleos urbanos, en ejes comerciales buscando las economías de aglomeración junto a comercios similares y a otros de diferente formato
Libre servicio	**Establecimiento que venden en régimen de autoservicio en los que el cliente elige los productos y paga en las cajas de salida**	Autoservicio	Superficie de Venta 40-120 m2	Toda la gama de productos de consumo cotidiano	Núcleos urbanos y zonas de expansión que presentan carencias dotacionales
		Superservicio	Superficie de Venta 120-400 m2		Núcleos urbanos y zonas de expansión que presentan carencias dotacionales
		Supermercado	Superficie de Venta 400-2500 m2. Suelen integrarse en cadenas sucursalistas.		Núcleos urbanos, continentes específicos próximas a vías rápidas y en zonas urbanizadas y centros comerciales
		Maxi-supermercado	Superficie de Venta >2.500 m2. Suelen integrarse en cadenas sucursalistas	Toda la gama de productos cotidianos y una reducida oferta de productos ocasionales , sobre todo tecnología, ocio, moda,	Núcleos urbanos, en naves específicas próximas a vías rápidas y en zonas urbanizadas y centros comerciales
		Hipermercado	Superficie de Venta >5.000 m2. Suelen integrarse en cadenas sucursalistas	La mayor parte de su sala de ventas a la comercialización de bienes de consumo diario y un porcentaje más reducido lo destina a la venta de un de productos de consumo ocasional, destacando por su presencia la moda, los electrodomésticos, la informática, di	Suele implantarse en centros comerciales o en naves de uso exclusivamente comercial junto a vías rápidas de acceso o salida de municipios.
		Autoservicio de descuento	La estrategia competitiva es de bajos costes para ofrecer precios muy competitivos. Venden, básicamente, productos de marcas propias que les permiten abaratar costes y reducen los servicios al cliente.	Amplia gama de productos cotidianos excepto algunos perecederos :carne, pescado; y una reducida oferta de productos ocasionales , sobre todo tecnología, ocio, moda,	Núcleos urbanos, naves de uso exclusivamente comercial próximas a vías rápidas y en zonas urbanizadas y centros comerciales
		Tienda de conveniencia	Se diferencia porque la amplitud de horarios y por la apertura los domingos y festivos. Integrado en cadenas sucursalistas y franquiciadas, debido al servicio que presta puede imponer precios superiores a los de mercado	Distribuye la superficie comercial de forma similar entre libros, periódicos, revistas, artículos de alimentación, discos, juguetes, regalos y artículos diversos.	En núcleos urbanos o estaciones de servicio.

Tabla 03.04 **Clasificación de los diferentes formatos comerciales minoristas y de los tipos de comercio.**

Formato comercial		Clasificación	Aspectos diferenciales	Productos que comercializan	Estrategias de localización
Comercio especializado	**Establecimiento que vende una línea de productos de consumo ocasional e incorpora un amplio surtido**	Mediana superficie especializada de moda, deportes y accesorios para vehículos	Entre 400-2.500 m2, suelen integrarse en cadenas sucursalistas o franquiciadas. Venden en muchos casos, marcas propias lo que les permite ser competitivos en precios	Surtido amplio y profundo especializado en una sola gama de productos.	Núcleos urbanos, en centros comerciales y, a mayor tamaño, más propensión a localizarse en áreas o ejes periféricos, en edificios específicos.
		Medianas superficies especializadas en artículos de decoración, bricolaje, juguetes, electrodomésticos, jardinería y ocio	Entre 600-2.500 m2, suelen integrarse en cadenas sucursalistas o franquiciadas. Venden en muchos casos, marcas propias lo que les permite ser competitivos en precios		
		Medianas superficies especializadas en muebles.	Entre 1.000-2.500 m2, suelen integrarse en cadenas sucursalistas o franquiciadas. Venden en muchos casos, marcas propias lo que les permite ser competitivos en precios		
		Gran superficie especializada	>2.500 m2, suelen integrarse en cadenas sucursalistas o franquiciadas. Venden en muchos casos, marcas propias lo que les permite ser competitivos en precios		En naves específicas ubicadas en vías de acceso o salida a los municipios o en parques comerciales.
Comercio mixto por secciones		Gran Almacén	En España pertenecen a la enseña comercial El Corte Inglés. En la actualidad se constituye como un conjunto de medianas superficies especializadas.	Surtido amplio y profundo especializado de todas las gamas de productos, distribuido por secciones o plantas.	En edificios específicos integrados en los núcleos urbanos y en los centros de las ciudades.
Comercio mixto por secciones		Centro Comercial	Agrupa bajo un mismo espacio un conjunto de comercios minoristas de todos los formatos analizados bajo una gestión y comunicación unitaria	Suele integrar algún equipamiento locomotora de bienes diarios (hipermercado y/o supermercado) y otra de ocio (cines, bolera) y un amplio y variado número de comercios especializados en equipamiento ocasional, así como diversidad de restaurantes.	En edificios específicos ubicados en vías rápidas de acceso y salida a los municipios.

Fuente: Oficina Comercio y Territorio (2010).

Según el censo de comercios realizado en 2010[2], el tejido comercial de Novelda integra 447 establecimientos comerciales en una superficie comercial de 43.947 metros cuadrados.

De los 447 comercios minoristas censados en Novelda, el 96,6% corresponde a pequeños comercios y el 3,4% a comercio mixto al por menor por secciones.

Por grandes grupos destaca la mayor presencia de establecimientos especializados en bienes de consumo ocasional (61,5%). Por tipologias de actividad, son los comercios pequeños de alimentación (38,5%) y los establecimientos de equipamiento personal (15,4%) los que tienen mayor presencia. Al contrario hay menos oferta de comercios de droguería-perfumería y farmacias, cuyos puntos de venta representan un 4% del total de establecimientos comerciales minoristas de Novelda.

La oferta comercial del municipio se compara con la del Area Comercial de Novelda y con un conjunto de valores de referencia que resultan para la Comunitat Valenciana. El objetivo del análisis comparativo es determinar si el municipio cuenta con suficiente dotación comercial para poder cumplir las funciones básicas del comercio consistentes en el abastecimiento de los residentes y visitantes en condiciones de eficacia y eficiencia.

Para poder comparar las cifras se efectúa un ajuste de la oferta comercial minorista siguiendo la metodología desarrollada en el PATECO[3]. Este ajuste implica la exclusión de un conjunto de establecimientos que no atienden al libre mercado como es el caso de las farmacias o estancos o establecimientos cuyo bien no va dirigido al consumidor final como es el caso de los muebles de oficina. En este sentido, **se excluyen 37 establecimientos comerciales minoristas incluidos en las actividades de estancos** (7 establecimientos), **ventas de coches, motos y bicicletas** (16 establecimientos), **gasolineras** (5 establecimientos) **y farmacias** (9 establecimientos).

El número de establecimientos incluidos en el análisis de la oferta comercial minorista asciende a **410 comercios minoristas.**

Por grandes grupos destaca la mayor presencia de establecimientos especializados en bienes de consumo ocasional, un 62% del total frente al 38% correspondiente a establecimientos de bienes de consumo diario (productos de alimentación y bebidas, artículos de perfumería y droguería y comercio mixto al por menor por secciones –superservicios, supermercados, tiendas de conveniencia, etc.-)

En cuanto a la superficie comercio o sala de ventas, **el tejido comercial noveldense ofrece una superficie de 40.683 m^2** que equivale al 55,8% de la superficie de ventas computada en el Area Comercial de Novelda y al 1,5% de la superficie comercial de la provincia de Alicante. Los establecimientos dedicados a la comercialización de bienes de consumo diario (productos de alimentación y bebidas, artículos de perfumería y droguería y comercio mixto al por menor por secciones) aglutinan el 36,1% de la superficie, en bienes de equipamiento personal la sala de ventas de Novelda asciende a 3.811 m^2, el 9,4% de la superficie total. Respecto a bienes de equipamiento para el hogar en Novelda hay 11.256 m^2, el 27,7% de toda la superficie comercial censada y en el conjunto de otro comercio la sala de ventas asciende a 8.417 m^2, el 20,7% de la sala de ventas total.

[2] Censo de Comercio. Oficina Comercio y Territorio del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana. 2009.
[3] Plan de Acción Territorial aplicado a la distribución comercial en la Comunidad Valenciana. Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana y Generalitat Valenciana.

Los aspectos más destacables de la oferta comercial minorista de Novelda, en comparación con la oferta del Área Comercial de Novelda, de la provincia de Alicante y la de la Comunitat Valenciana son:

- La dotación de pequeño comercio de alimentación y bienes diarios asciende al 32,4% del número total de comercio en Novelda, cifra inferior la del Area Comercial de Novelda, del 39% pero igual a la de la Comunitat Valenciana, un 32,6%. El porcentaje de este tipo de comercio que resulta para la provincia de Alicante es un poco inferior (30,1%).

- La presencia de establecimientos de libre servicio cuya agrupación comprende un 3,4% de los comercios noveldenses es similar al 3,6% de su área comercial y al 3,7% de la Comunitat Valenciana.

- La oferta de equipamiento personal en Novelda concentra el 16,8% del tejido comercial minorista, mostrando la misma dotación que su área comercial y una cifra inferior a la que se obtiene en la provincia de Alicante (19,8%) o en la Comunitat Valenciana (18,5).

- En el grupo "Otro comercio al por menor" se observa una mayor representatividad de este grupo de actividad en Novelda (25,4%) respecto al resto de delimitaciones territoriales. Se justifica el porcentaje ligeramente superior por la mayor concentración de establecimientos de productos tecnológicos.

- El 60,7% de la oferta comercial minorista de Novelda está compuesta por comercio de atracción al que pertenece el comercio de equipamiento personal, equipamiento para el hogar y otros productos, resultando este porcentaje similar al 59,7% en la Comunitat Valencia.

- La presencia de establecimientos especializados en artículos para el equipamiento del hogar (18%) es la misma que en la Comunitat Valenciana y algo inferior a la de la provincia de Alicante.

La superficie comercial se distribuye entre los distintos formatos comerciales de forma diferente en Novelda que en la Comunitat Valenciana. Algunos aspectos que distinguen la estructura de la superficie comercial de Novelda respecto la del Área Comercial de Valencia y la Comunitat Valenciana son:

- La superficie de venta de Novelda se concentra, principalmente, en equipamiento del hogar (27,7%), en comercio al por menor por secciones (23,8%) y en otro comercio al por menor (20,7%).

- Menor representatividad de la superficie de venta de los pequeños establecimientos de compra cotidiana (9,9%) que en la Comunitat Valenciana (11,8%) y en el Area Comercial de Novelda (13,4%).

- Los establecimientos dedicados a la comercialización de bienes de consumo diario (productos de alimentación y bebidas, artículos de perfumería y droguería y comercio mixto al por menor por secciones) agrupan el 36,1% de la superficie de venta total, porcentaje inferior al obtenido en el Area Comercial de Novelda, igual al 41,3%, o en la Comunitat Valenciana (41,1%).

- Los autoservicios de descuento tienen una importante presencia en Novelda con respecto al resto de territorios analizados concentrando un porcentaje de superficie comercial del 7,7% frente al 3,2% de la provincia de Alicante o el 2,5% de la Comunitat Valenciana.

- Mayor porcentaje de superficie de venta de comercios de productos de ocio y cultura y tecnología que en el resto de delimitaciones territoriales analizadas.

- Menor representatividad de la superficie de venta en establecimientos especializados en equipamiento personal (9,4%), comparada con la del Area Comercial de Novelda (11,7%) y la Comunitat Valenciana (11,6%).

Tabla 03.05 **Estructura comparada de la oferta comercial minorista. Años 2003-2010.**

Principales indicadores de evolución de la oferta comercial	Número de establecimientos											
	Novelda				Área Comercial Novelda				Comunitat Valenciana			
Grupos de actividad	2003	2010	Variación (2003-2010)	Variación (%)	2003	2009	Variación (2003-2009)	Variación (%)	2003	2009	Variación (2003-2009)	Variación (%)
Número de establecimientos comerciales	365	410	12	3,4	839	963	124	14,8	72.258	68.376	-3.882	-5,4
Superficie de venta (m^2)	23.518	40.683	73	20,0	48.620	72.869	24.249	2.890,2	6.157.108	6.923.056	765.948	1.060,0
Índice de dotación comercial	14,4	15,3	1	0,3	13,7	13,6	-0,1	0,0	16,2	13,4	-2,8	-0,004
Índice de superficie comercial	926	1.522	596	163,3	843	1.033	190	22,6	1.377	1.359	-18	-0,03
Tamaño medio del establecimientos comercial (m^2)	64	100	35	9,6	59	76	17	2,0	85	101	16	0,02

Fuente: Censo de locales comerciales de la Oficina Comercio y Territorio y Registro de Acitivades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación .
Nota 1: El incremento del número de establecimientos y de la superficie comercial se ha calculado en porcentaje.
Nota 2: El incremento de los indicadores comerciales -Índice de Dotación Comercial, Índice de Superficie Comercial y Tamaña Medio- se ha calculado en términos absolutos.
Nota 3: Para la variación de los indicadores comerciales de Novelda no se han utilizado los datos del Censo de establecimientos (2010) con el fin de que la fuente, en los períodos comparados fuera homogénea. Sin embargo, los datos del censo se han incluido en la columna correspondiente a los datos del 2010

Tabla 03.06 **Estructura de la oferta comercial minorista de Novelda y principales indicadores comerciales. Año 2010.**

	Establecimientos comerciales minoristas		Superficie de venta minorista		Indicadores comerciales		
Tipo de actividad	**nº**	**%**	**m^2**	**%**	**IDC**	**ISC**	**Tamaño medio**
Frutas, verduras y hortalizas	26	5,8	501	1,1	1,0	18,5	19,3
Carnes, charcutería, huevos	25	5,6	533	1,2	0,9	19,6	21,3
Pescados y mariscos (frescos o congelados)	9	2,0	140	0,3	0,3	5,2	15,6
Pan, bollería, pastelería y confitería	36	8,1	1.467	3,3	1,3	54,1	40,8
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	1	0,2	90	0,2	0,0	3,3	90,0
Expendedurías de tabaco, estancos	7	1,6	260	0,6	0,3	9,6	37,1
Tiendas de ultramarinos, comestibles (tiendas sin predominio) y otros especializados	26	5,8	849	1,9	1,0	31,3	32,7
Herboristerías y productos dietéticos	4	0,9	174	0,4	0,1	6,4	43,5
Comidas para llevar	6	1,3	280	0,6	0,2	10,3	46,7
Pequeños establecimientos de alimentación	**140**	**31,3**	**4.294**	**9,8**	**5,2**	**158,2**	**30,7**
Farmacias	9	2,0	281	0,6	0,3	10,4	31,2
Droguerías/perfumerías	9	2,0	970	2,2	0,3	35,7	107,8
Productos de droguería, perfumería e higiene	**18**	**4,0**	**1.251**	**2,8**	**0,7**	**46,1**	**69,5**
Autoservicios	3	0,7	269	0,6	0,1	9,9	89,7
Superservicios (entre 121 y 399 m2)	-	-	-	-	-	-	-
Supermercados (a partir de 400 m2)	6	1,3	6.208	14,1	0,2	228,8	1.034,7
Autoservicios de descuento	4	0,9	3.145	7,2	0,1	115,9	786,3
Establecimientos de libre servicio	**13**	**2,9**	**9.622**	**21,9**	**0,5**	**354,6**	**740,2**
Bienes diarios	**171**	**38,3**	**15.167**	**34,5**	**6,3**	**558,9**	**88,7**
Prendas de vestir exteriores: hombre, mujer, infantil	47	10,5	2.740	6,2	1,7	101,0	58,3
Lencería, prendas interiores, accesorios del vestido y mercerias	10	2,2	316	0,7	0,4	11,6	31,6
Calzado y complementos: bolsos, cinturones, etc.	12	2,7	755	1,7	0,4	27,8	62,9
Equipamiento personal	**69**	**15,4**	**3.811**	**8,7**	**2,5**	**140,4**	**55,2**
Textil para el hogar: tejidos por metros, alfombras, etc.	3	0,7	360	0,8	0,1	13,3	120,0
Mobiliario (excepto de oficina)	16	3,6	3.158	7,2	0,6	116,4	197,4
Electrónica y electrodomésticos (excepto informática)	10	2,2	1.520	3,5	0,4	56,0	152,0
Menaje, decoración, bricolaje y ferretería	12	2,7	1.835	4,2	0,4	67,6	152,9
Otros artículos para el equipamiento del hogar y materiales de construcción	34	7,6	4.383	10,0	1,3	161,5	128,9
Medianas superficies especializadas en equipamiento hogar	1	0,2	1.700	3,9	0,04	62,6	1.700,0
Equipamiento del hogar	**76**	**17,0**	**12.956**	**29,5**	**2,8**	**477,5**	**170,5**
Juguetes, deportes y artículos de caza	13	2,9	1.455	3,3	0,5	54	112
Librería, papelería, prensa, revistas y música	23	5,1	944	2,1	0,8	35	41
Ocio y cultura	**36**	**8,1**	**2.399**	**5,5**	**1,3**	**88**	**67**
Aparatos e instrumentos médicos, equipos ópticos y fotográficos	14	3,1	695	1,6	0,5	26	50
Informática y sus accesorios	6	1,3	289	0,7	0,2	11	48
Tiendas de telefonia y sus accesorios	5	1,1	192	0,4	0,2	7	38
Tecnología	**25**	**5,6**	**1.176**	**2,7**	**0,9**	**43**	**47**
Semillas, abonos, flores, plantas y pequeños animales	13	2,9	1.185	2,7	0,5	44	91
Joyería y relojería	14	3,1	528	1,2	0,5	19	38
Tiendas de precio único, bazares y tiendas de regalo	5	1,1	1.255	2,9	0,2	46	251
Otros productos ocasionales	16	3,6	2.496	5,7	0,6	92	156
Vehículos, automóviles, motos y bicicletas	16	3,6	2.687	6,1	0,6	99	168
Combustible. E.Servicio	5	1,1	227	0,5	0,2	8	45
Otros productos diversos	**69**	**15,4**	**8.378**	**19,1**	**2,5**	**309**	**121**
Otro comercio	**130**	**29,3**	**11.953**	**27,3**	**4,8**	**442,7**	**295,1**
Tiendas de conveniencia	1	0,2	60	0,1	0,0	2	--
Comercio al por menor por secciones	**1**	**0,2**	**60**	**0,1**	**0,0**	**2**	**60**
Total establecimientos comerciales minoristas	**447**	**100**	**43.947**	**100**	**16,5**	**1.619,6**	**98,3**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

Tabla 03.07 **Estructura de la oferta comercial minorista de Novelda y principales indicadores comerciales. Año 2010.**

	Establecimientos comerciales minoristas		Superficie de venta minorista		Indicadores comerciales		
Tipo de actividad	**Número**	**%**	**m²**	**%**	**IDC**	**ISC**	**Tamaño medio m²**
Frutas, verduras y hortalizas	26	6,3	501	1,2	1,0	18,5	19,3
Carnes, charcutería, huevos	25	6,1	533	1,3	0,9	19,6	21,3
Pescados y mariscos (frescos o congelados)	9	2,2	140	0,3	0,3	5,2	15,6
Pan, bollería, pastelería y confitería	36	8,8	1.467	3,6	1,3	54,1	40,8
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	1	0,2	90	0,2	0,04	3,3	90,0
Tiendas de ultramarinos, comestibles (tiendas sin predominio) y otros especializados	26	6,3	849	2,1	1,0	31,3	32,7
Herboristerías y productos dietéticos	4	1,0	174	0,4	0,1	6,4	43,5
Comidas para llevar	6	1,5	280	0,7	0,2	10,3	46,7
Pequeños establecimientos de alimentación	**133**	**32,4**	**4.034**	**9,9**	**4,9**	**148,7**	**30,3**
Droguerías/perfumerías	9	2,2	970	2,4	0,3	35,7	107,8
Productos de droguería, perfumería e higiene	**9**	**2,2**	**970**	**2,4**	**0,3**	**35,7**	**107,8**
Autoservicios	3	0,7	269	0,7	0,1	9,9	89,7
Superservicios (entre 121 y 399 m2)	-	-	-	-	-	-	-
Supermercados (a partir de 400 m2)	6	1,5	6.208	15,3	0,2	228,8	1.034,7
Autoservicios de descuento	4	1,0	3.145	7,7	0,1	115,9	786,3
Establecimientos de libre servicio	**13**	**3,2**	**9.622**	**23,7**	**0,5**	**354,6**	**740,2**
Bienes diarios	**155**	**37,8**	**14.626**	**36,0**	**5,7**	**539,0**	**94,4**
Prendas de vestir exteriores: hombre, mujer, infantil	47	11,5	2.740	6,7	1,7	101,0	58,3
Lencería, prendas interiores, accesorios del vestido y mercerías	10	2,4	316	0,8	0,4	11,6	31,6
Calzado y complementos: bolsos, cinturones, etc.	12	2,9	755	1,9	0,4	27,8	62,9
Equipamiento personal	**69**	**16,8**	**3.811**	**9,4**	**2,5**	**140,4**	**55,2**
Textil para el hogar: tejidos por metros, alfombras, etc.	3	0,7	360	0,9	0,1	13,3	120,0
Mobiliario (excepto de oficina)	16	3,9	3.158	7,8	0,6	116,4	197,4
Electrónica y electrodomésticos (excepto informática)	10	2,4	1.520	3,7	0,4	56,0	152,0
Menaje, decoración, bricolaje y ferretería	12	2,9	1.835	4,5	0,4	67,6	152,9
Otros artículos para el equipamiento del hogar y materiales de construcción	34	8,3	4.383	10,8	1,3	161,5	128,9
Medianas superficies de equipamiento del hogar	1	0,2	1.700	4,2	0,0	62,6	1.700,0
Equipamiento del hogar	**76**	**18,5**	**12.956**	**31,8**	**2,8**	**477,5**	**170,5**
Juguetes, deportes y artículos de caza	13	3,2	1.455	3,6	0,5	54	112
Librería, papelería, prensa, revistas y música	23	5,6	944	2,3	0,8	35	41
Ocio y cultura	**36**	**8,8**	**2.399**	**5,9**	**1,3**	**88**	**67**
Aparatos e instrumentos médicos, equipos ópticos y fotográficos	14	3,4	695	1,7	0,5	26	50
Informática y sus accesorios	6	1,5	289	0,7	0,2	11	48
Tiendas de telefonía y sus accesorios	5	1,2	192	0,5	0,2	7	38
Tecnología	**25**	**6,1**	**1.176**	**2,9**	**0,9**	**43**	**47**
Semillas, abonos, flores, plantas y pequeños animales	13	3,2	1.185	2,9	0,5	44	91
Joyería y relojería	14	3,4	528	1,3	0,5	19	38
Tiendas de precio único, bazares y tiendas de regalo	5	1,2	1.255	3,1	0,2	46	251
Otros productos ocasionales	16	3,9	2.687	6,6	0,6	99	168
Otros productos diversos	**48**	**11,7**	**5.655**	**13,9**	**1,8**	**208,4**	**117,8**
Otro comercio	**109**	**26,6**	**9.230**	**22,7**	**4,0**	**340**	**85**
Tiendas de conveniencia	1	0,2	60	0,1	0,04	2,2	60,0
Comercio al por menor por secciones	**1**	**0,2**	**60**	**0,1**	**0,0**	**2**	**60**
Total establecimientos comerciales minoristas	**410**	**100**	**40.683**	**100**	**15,1**	**1.499**	**99,2**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

Tabla 03.08 **Estructura comparada de la oferta comercial minorista de Novelda, el Área Comercial Novelda y la Comunitat Valenciana. Año 2009.**

Establecimientos comerciales minoristas	Número de establecimientos							
	Novelda		Área Comercial Novelda		Provincia de Alicante		Comunitat Valenciana	
Grupos de actividad	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Productos de alimentación y bebidas	133	32,4	377	39,1	7.550	30,1	22.289	32,6
Textil, confección, calzados y art. cuero	69	16,8	154	16,0	4.976	19,8	12.618	18,5
Perfumeria y drogueria	9	2,2	25	2,6	918	3,7	2.510	3,7
Art. para el equipamiento del hogar	75	18,3	170	17,7	4.875	19,4	12.857	18,8
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	5	1,22	10	1,0	215	0,9	574	0,8
Otros comercio al por menor	104	25,4	191	19,8	5.522	22,0	14.608	21,4
Ocio y cultura	36	8,8	81	8,4	2.145	8,6	5.667	8,3
Tecnologia	25	6,1	26	2,7	772	3,1	1.950	2,9
Otros productos	43	10,5	84	8,7	2.605	10,4	6.991	10,2
Medianas superficies especializadas	1	0,2	1	0,1	241	1,0	593	0,9
Grandes superficies especializadas (+2.500 m^2)	--	--			36	0,1	87	0,1
Comercio mixto al por menor, por secciones	14	3,4	35	3,6	752	3,0	2.510	3,7
Autoservicios (40-120 m2)	3	0,7	4	0,4	72	0,3	802	1,2
Superservicios(121-399 m2)	--	--	8	0,8	131	0,5	371	0,5
Supermercados (400-2500 m2)	6	1,5	14	1,5	367	1,5	910	1,3
Maxisuper(+2500 m2)	--	--	0,00	0,00	10	0,04	17	0,02
Hipermercados	--	--	0,00	0,00	12	0,05	30	0,04
Autoservicios de descuento	4	1,0	7	0,7	126	0,5	303	0,4
Tiendas de conveniencia	1	0,2	2	0,2	30	0,1	67	0,1
Grandes almacenes	--	--	--	--	4	0,02	10	0,01
Total	410	100	963	100	25.085	100	68.376	100

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio (2010), datos del Registro de Actividades Comerciales (año 2010) y superservicio, supermercados y autoservicios de descuento del Alimarket (Febrero de 2009).

1 A efectos de este estudio se consideran medianas superficies especializadas aquellos establecimientos que cumplen los siguientes criterios:

Entre 400 y 2499 m2 establecimientos dedicados a la venta de deportes, prendas de vestir y accesorios para vehículos

Entre 600 y 2499 m2 establecimientos dedicados a la venta de artículos de decoración, bricolage, juguetes, electrodomésticos, jardinería y ocio.

Entre 1000 y 2499 m2 establecimientos dedicados a la venta de mobiliario

Tabla 03.09 **Estructura comparada de la oferta comercial minorista de Novelda, el Área Comercial Alicante y la Comunitat Valenciana. Año 2009.**

Establecimientos comerciales minoristas	SUPERFICIE COMERCIAL (m^2)							
	Novelda		Área Comercial Novelda		Provincia de Alicante		Comunitat Valenciana	
Grupos de actividad	Superficie	%	Superficie	%	Superficie	%	Superficie	%
Productos de alimentación y bebidas	**4.034**	**9,9**	**9.797**	**13,4**	**260.773**	**9,8**	**818.904**	**11,8**
Textil, confección, calzados y art. cuero	**3.811**	**9,4**	**8.500**	**11,7**	**313.446**	**11,8**	**802.335**	**11,6**
Perfumería y droguería	**970**	**2,4**	**1.967**	**2,7**	**64.606**	**2,4**	**173.595**	**2,5**
Art. para el equipamiento del hogar	**11.256**	**27,7**	**16.330**	**22,4**	**529.274**	**20,0**	**1.342.162**	**19,4**
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	**813**	**2,0**	**855**	**1,2**	**18.001**	**0,7**	**50.793**	**0,7**
Otros comercio al por menor	**8.417**	**20,7**	**15.353**	**21,1**	**363.983**	**13,7**	**933.862**	**13,5**
Ocio y cultura	2.399	5,9	3.002	4,1	122.954	4,6	315.661	4,6
Tecnología	1.176	2,9	1.246	1,7	40.373	1,5	104.528	1,5
Otros productos	4.842	11,9	11.105	15,2	200.656	7,6	513.673	7,4
Medianas superficies especializadas	**1.700**	**4,2**	**1.700**	**2,3**	**249.461**	**9,4**	**594.681**	**8,6**
Grandes superficies especializadas (+2.500 m^2)	**--**	**--**	**0**	**0,0**	**144.513**	**5,5**	**350.728**	**5,1**
Comercio mixto al por menor, por secciones	**9.682**	**23,8**	**18.367**	**25,2**	**706.104**	**26,6**	**1.855.996**	**26,8**
Autoservicios (40-120 m2)	269	0,7	320	0,4	6.624	0,2	61.032	0,9
Superservicios(121-399 m2)	--	--	1.933	2,7	31.840	1,2	85.340	1,2
Supermercados (400-2500 m2)	6.208	15,3	11.493	15,8	359.129	13,6	945.385	13,7
Maxisuper(+2500 m2)	--	--	--	--	38.001	1,43	70.288	1,02
Hipermercados	--	--	--	--	117.792	4,44	297.626	4,30
Autoservicios de descuento	3.145	7,7	4.494	6,2	85.688	3,2	176.476	2,5
Tiendas de conveniencia	60	0,1	127	0,2	5.884	0,2	18.421	0,3
Grandes almacenes	--	--	--	--	61.146	2,31	201.428	2,91
Total	**40.683**	**100**	**72.869**	**100**	**2.650.161**	**100**	**6.923.056**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio (2010), datos del Registro de Actividades Comerciales (año 2009) y superservicio, supermercados y autoservicios de descuento del Alimarket (Febrero de 2010).

1 A efectos de este estudio se consideran medianas superficies especializadas aquellos establecimientos que cumplen los siguientes criterios:
Entre 400 y 2499 m2 establecimientos dedicados a la venta de deportes, prendas de vestir y accesorios para vehículos
Entre 600 y 2499 m2 establecimientos dedicados a la venta de artículos de decoración, bricolaje, juguetes, electrodomésticos, jardinería y ocio.
Entre 1000 y 2499 m2 establecimientos dedicados a la venta de mobiliario

3.3. Indicadores comerciales de Novelda.

Una vez que se conoce la estructura comercial de Novelda, los indicadores de dotación permiten obtener datos comparativos entre distintos ámbitos territoriales pudiendo así identificar posibles desequilibrios dotacionales y proponer líneas de actuación que contribuyan a subsanarlos.

El equilibrio comercial, en términos generales, se produce cuando la dotación comercial de una ciudad es suficiente para atender la demanda de bienes de comercio que se producen en la misma. Por ello, teniendo en cuenta el papel de Novelda como cabecera del área comercial, es importante analizar el equilibrio comercial por una parte, en lo que a bienes de comercio cotidiano se refiere, para poder garantizar el abastecimiento de los residentes y, por otra, en lo que a comercio de atracción se refiere para analizar el grado de centralidad comercial que ejerce el municipio en su entorno próximo

El comercio desarrollado en Novelda se podría definir, en su mayor parte, como un comercio de proximidad, cuya función principal es el abastecimiento de los residentes garantizando un nivel mínimo de autonomía, tratando de evitar al máximo los desplazamientos. Las carencias dotacionales restan atractivo a la zona de residencia y obliga a realizar desplazamientos frecuentes para la realización de compras.

Por otro lado hay una oferta comercial de atracción, sobre todo, a nivel local para el abastecimiento de los residentes que se ubica, principalmente, en el centro urbano.

En el análisis comparado de la oferta comercial se utilizan los siguientes indicadores comerciales: tamaño medio, Índice de Dotación Comercial, Índice de Superficie Comercial e Indicador de disponibilidad de Comercio.

Indicadores comerciales.

- **Tamaño medio de los establecimientos**: mide en metros cuadrados la superficie de venta media de los establecimientos minoristas. Relación entre los metros cuadrados de superficie de venta y número de establecimientos comerciales.
- **Índice de Dotación Comercial (IDC)**: refleja el número de establecimientos comerciales minoristas por cada 1.000 habitantes.
- **Índice de Superficie Comercial (ISC)**: expresa en metros cuadrados, la superficie de venta minorista por cada 1.000 habitantes.
- **Indicador de disponibilidad de comercio.** El umbral de población mínimo por comercio orienta sobre el área de influencia del comercio y el número de clientes que, en término medio, atiende un establecimiento en un municipio. Se trata de un indicador subjetivo porque parte de la hipótesis de que el número de comercios de una tipología se distribuye homogéneamente entre la población, sin tener en cuenta factores como la localización, el tamaño, el formato comercial o las preferencias del consumidor.

Fuente: Elaboración propia Oficina Comercio y Territorio.

A la relación existente entre la superficie de venta y el número de comercios minoristas se le conoce como tamaño medio de los establecimientos. **La superficie comercial de los negocios minoristas de Novelda es de 102 m^2.** De la comparación con otros ámbitos territoriales, se muestra el tamaño medio de los comercios de Novelda está por encima del que resulta para el Área Comercial de Novelda (76 m^2 de superficie de venta por establecimiento comercial), prácticamente el mismo que el obtenido en la región (101 m^2 de superficie de venta por establecimiento comercial). El tamaño medio es ligeramente menor que el de la provincia de Alicante (106 m^2).

El tejido comercial de Novelda integra 15,1 establecimientos comerciales por cada mil habitantes, cifra que refleja una dotación comercial superior si se la compara con la que se obtiene en la Comunitat Valenciana (13,4 establecimientos por cada mil habitantes). De estos datos se desprende, en principio, que la oferta comercial es completa y está por encima de las medias de referencia.

El Índice de Superficie Comercial de Novelda ascienda a 1.499 m^2 por cada mil habitantes, cifra superior a la del Area Comercial de Novelda (1.033 m^2 por cada mil habitantes), la provincia de Alicante (1.382 m^2 por cada mil habitantes) y la Comunitat Valenciana (1.359 m^2 por cada mil habitantes). Esta cifra se puede interpretar como la disponibilidad de 1,5 m^2 de sala de ventas para cada noveldense.

Atendiendo al Indicador de disponibilidad de comercio, Novelda tiene una oferta comercial ajustada a la demanda de fruterías, supermercados y medianas superficies especializadas.

En Novelda se detecta cierta carencia de panaderías, pescaderías y pequeños establecimientos de libre servicio -autoservicios y superservicios-. Al contrario existe una dotación muy completa de establecimientos de bienes ocasionales en general.

Tabla 03.10 **Indicadores de disponibilidad de comercio.**

Clasificación	Escalas	nº establecimientos necesarios para atender a la población de Novelda	nº establecimientos existentes	Diferencias
Panaderías	>= 500 personas	54	36	18
Fruterías y verdulerías	>= 1.000 personas	27	26	1
Pescaderías	>= 2.000 personas	14	9	5
Autoservicios y superservicios	>= 1.500 personas	18	3	15
Supermercados	>= 5.000 personas	5	6	-1
Hipermercados	>= 50.000 personas	*0,5*	-	-
Pequeños establecimientos de bienes ocasionales	>= 500 personas	54	109	-55
Medianas superficies especializadas	>= 35.000 personas	0,8	1	0

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio (julio de 2010) y datos del manual Medición de los factores de atractividad comercial de un municipio. El caso de la Comunitat Valenciana.
1 Indicadores de disponibilidad de comercio: El umbral de población mínimo por comercio orienta sobre el área de influencia del comercio y el número de clientes que, en término medio, atiende un establecimiento en un municipio. Se trata de un indicador subjetivo porque parte de la hipótesis de que el número de comercios de una tipología se distribuye homogéneamente entre la población, sin tener en cuenta factores como la localización, el tamaño, el formato comercial o las preferencias del consumidor.

Tabla 03.11 **Estructura comparada de la oferta comercial minorista de Novelda, el Área Comercial de Novelda, la provincia de Alicante y la Comunitat Valenciana. Año 2010.**

Establecimientos comerciales minoristas	INDICADORES COMERCIALES											
	Novelda			Área Comercial Novelda			Provincia de Alicante			Comunitat Valenciana		
Grupos de actividad	IDC	ISC	Tamaño medio	IDC	ISC	Tamaño medio	IDC	ISC	Tamaño medio	IDC	ISC	Tamaño medio
Productos de alimentación y bebidas	4,9	149	30	5,3	139	26	3,9	136	35	4,4	161	37
Textil, confección, calzados y art. cuero	2,5	140	55	2,2	120	55	2,6	164	63	2,5	158	64
Perfumería y droguería	0,3	36	108	0,4	28	79	0,5	34	70	0,5	34	69
Art. para el equipamiento del hogar	2,8	415	150	2,4	231	96	2,5	376	109	2,5	263	107
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	0,2	30	163	0,1	12	86	0,1	9	84	0,1	10	89
Otros comercio al por menor	*3,8*	*310*	*81*	*2,7*	*218*	*80*	*2,9*	*190*	*66*	*2,9*	*183*	*64*
Ocio y cultura	1,3	88	67	1,1	43	37	1,1	64	57	1,1	62	56
Tecnología	0,9	43	47	0,4	18	48	0,4	21	52	0,4	21	54
Otros productos	1,6	178	113	1,2	157	132	1,4	105	77	1,4	101	74
Medianas superficies especializadas	0,0	63	1.700	0,0	24	1.700	0,1	130	1.035	0,1	117	1.003
Grandes superficies especializadas (+2.500 m^2)	-	-	-	0,0	0	0	0,0	75	4.014	0,02	69	4.031
Comercio mixto al por menor, por secciones	*0,5*	*357*	*692*	*0,5*	*260*	*525*	*0,4*	*368*	*939*	*0,5*	*364*	*739*
Autoservicios (40-120 m2)	0,1	10	90	0,1	5	80	0,04	4	92	0,2	12	76
Superservicios(121-399 m2)	-	-	-	0,1	27	242	0,1	17	243	0,1	17	230
Supermercados (400-2500 m2)	0,2	229	1.035	0,2	163	821	0,2	187	979	0,2	186	1.039
Maxisuper(+2500 m2)	-	-	-	-	-	-	0,004	20	3.800	0,003	14	4.135
Hipermercados	-	-	-	-	-	-	0,01	61	9.816	0,01	58	9.921
Autoservicios de descuento	0,1	116	786	0,1	64	642	0,1	45	680	0,1	35	582
Tiendas de conveniencia	0,0	2	60	0,0	2	64	0,003	3	196	0,02	4	275
Grandes almacenes	-	-	-	-	-	-	0,002	32	15.287	0,002	40	20.143
Total	**15,1**	**1.499**	**102**	**13,6**	**1.033**	**76**	**13,1**	**1.382**	**106**	**13,4**	**1.359**	**101**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio (2010), datos del Registro de Actividades Comerciales (año 2009) y superservicio, supermercados y autoservicios de descuento del Alimarket (Febrero de 2010).

1 A efectos de este estudio se consideran medianas superficies especializadas aquellos establecimientos que cumplen los siguientes criterios:

Entre 400 y 2499 m2 establecimientos dedicados a la venta de deportes, prendas de vestir y accesorios para vehículos

Entre 600 y 2499 m2 establecimientos dedicados a la venta de artículos de decoración, bricolage, juguetes, electrodomésticos, jardineria y ocio.

Entre 1000 y 2499 m2 establecimientos dedicados a la venta de mobiliario

Indicador comercial: Tamaño medio	
Formatos comerciales con tamaño medio inferiores a la media autonómica	**Formatos comerciales con tamaño medio superiores a la media autonómica**
▪ **Comercio mixto al por menor por secciones** (692 m^2 de superficie de venta). ▪ **Textil, confección, calzados y artículos de cuero** (55 m^2). ▪ **Pequeño comercio de alimentación** (30 m^2 de superficie de venta). ▪ **Comercio de ocio y cultura** (67 m^2 de superficie de venta). ▪ **Comercio de otros productos** (113 m^2 de superficie de venta).	▪ **Productos de perfumería y droguería** (108 m^2). ▪ **Comercios de otros productos ocasionales** (81 m^2). ▪ **Comercio de artículos para el equipamiento del hogar** (150 m^2). ▪ **Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas** (163 m^2). ▪ **Comercio tecnología** (47 m^2 de superficie de venta).

Fuente: Elaboración propia Oficina Comercio y Territorio.

Indicador comercial: Índice de Dotación Comercial	
Formatos comerciales con IDC inferior a la media autonómica	**Formatos comerciales con IDC superior a la media autonómica**
▪ **Comercio de equipamiento personal** con 2,5 establecimientos por cada 1.000 residentes, el mismo resultado que, de media, se obtiene para los valencianos.	▪ **Comercio de alimentación y bebidas** con 4,9 establecimientos por cada 1.000 noveldenses frente a 4,4 establecimientos por cada 1.000 valencianos. ▪ **Comercio de equipamiento del hogar** con 2,8 establecimientos por cada 1.000 noveldenses frente a los 2,5 establecimientos por cada 1.000 valencianos. ▪ **Comercios de otros productos ocasionales** con 3,8 establecimientos frente a los 2,9 establecimientos por cada 1.000 valencianos.

Fuente: Elaboración propia Oficina Comercio y Territorio.

Indicador comercial: Índice de Superficie Comercial	
Formatos comerciales con ISC inferior a la media autonómica	**Formatos comerciales con ISC superior a la media autonómica**
▪ **Pequeño comercio de alimentación y bebidas** (149 m^2 por cada 1.000 habitantes). ▪ **Comercio de equipamiento personal** (140 m^2 por cada 1.000 habitantes). ▪ **Comercio mixto al por menor por secciones** con 0,35 m^2 por cada habitante de Novelda frente a 0,36 m^2 por cada habitante en la Comunitat Valenciana.	▪ **Comercio especializado en perfumería y droguería** (36 m^2 por cada 1.000 habitantes). ▪ **Comercios de otros productos ocasionales** (310 m^2 por cada 1.000 habitantes). ▪ **Comercio de equipamiento para el hogar** (415 m^2 por cada 1.000 habitantes).

Fuente: Elaboración propia Oficina Comercio y Territorio.

3.4. Características del comercio de Novelda.

3.4.1. Perfil del comerciante.

La clave de la profesionalización del comercio está en el nivel de integracionismo de gestión y en el nivel de asociacionismo existente en el sector, es decir, en el nivel de cooperación que se produce entre los comerciantes para desarrollar formulas competitivas.
Es importante, desde esta perspectiva, valorar los cambios de gestión detectados en el comercio de Chiva así como el nivel de implantación de nuevas fórmulas de gestión y de cooperación empresarial.

Perfil del comerciante de Novelda.

- La **edad media** del comerciante de Novelda es de **45,6 años**.
- El **42,2% de los comerciantes son mujeres**.
- Uno de cada cinco comercios tiene como máximo cinco años.
- En los comercios Novelda trabajan **por término medio 2,9 personas.**

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo de Comercios de Novelda. Oficina Comercio y Territorio.

El comerciante noveldense se caracteriza principalmente por:

- **Mayor presencia masculina entre los comerciantes.** Hay un 57,6% de hombres entre las personas que regentan un negocio comercial minorista, A pesar de esta mayoría se observa una presencia de mujeres significativa (42,2%) puesto que el comercio minorista es un sector generador de empleo entre mujeres y otros colectivos desfavorecidos.

- **Comerciante maduro.** Más de la mitad de los comerciantes tienen edades superiores a 40 años (62,3%). Solo un 6,7% tiene una edad inferior a 30 años. Este indicador va asociado a la predisposición del comerciante a modernizar su comercio y sus sistemas de gestión y venta y a la introducción de nuevas tecnologías.

Tabla 03.12 **Perfil del comerciante (sexo)**

	Número	%
Hombre	250	57,6
Mujer	183	42,2
N.d	1	0,2
Total	**434**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

Tabla 03.13 **Perfil del comerciante (edad).**

	Número	%
Menor de 30 años	29	6,7
Entre 30 y 39 años	108	24,8
Entre 40 y 49 años	134	30,8
Entre 50 y 59 años	113	26,0
Más de 60 años	38	8,7
N.d	13	3,0
Total	**435**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010.

3.4.2. Integracionismo de gestión.

El contexto actual del sector de la distribución comercial se caracteriza por los continuos procesos de concentración empresarial, que están propiciando un incremento de la competitividad y una mayor profesionalización del sector impulsado por la capacidad que tiene las empresas de distribución de gran tamaño para diversificar sus formatos, segmentar y diferenciarse, obligando al pequeño empresario a hacer mayores esfuerzos para seguir en el mercado.

La profesionalización del pequeño comercio puede fomentarse a través del integracionismo de gestión y del asociacionismo, ya que la cooperación empresarial es un factor fundamental para poder competir en condiciones de igualdad frente a grandes empresas.

En este sentido se observan las siguientes características del comerciante de Novelda:

- **Escasa integración de la gestión.** El 70,3% de los comerciantes son autónomos o empresarios individuales. Es un porcentaje elevado teniendo en cuenta que esta figura muestra algunas desventajas frente a las formulas de cooperación. Esta forma jurídica tradicionalmente ha sido la más extendida entre los comerciantes. Sin embargo se aprecia cierta tendencia a la constitución de sociedades por parte de un 23,3% de los empresarios, siendo la S.L. la fórmula más utilizada (20,5%).

- **Escasa presencia de formulas de cooperación empresarial**. El 84% son profesionales independientes. Este dato refleja la escasa tendencia a buscar fórmulas de cooperación que contribuyan a mejorar la competitividad del negocio.

- **La franquicia y la cadenas sucursalista,** consideradas como formulas de cooperación más extendidas en la última década, muestra en Novelda una presencia equivalente al 10,1 % del empresario comerciante. Un 6% de los comerciantes desarrolla su negocio bajo la fórmula de franquicia y un 4,1% pertenece a alguna cadena sucursalista.

Tabla 03.14 **Forma jurídica de las empresas minoristas.**

	Número	%
Autónomo (empresario individual)	306	70,3
Sociedad limitada	89	20,5
Sociedad Anónima	12	2,8
Comunidad de Bienes	16	3,7
Cooperativa	3	0,7
N.d	9	2,1
Total	**435**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

Tabla 03.15 **Integración empresarial.**

	Número	%
Independiente	366	84,1
Cooperativa	8	1,8
Sucursalista	18	4,1
Franquicia	26	6,0
Cadena voluntaria	10	2,3
Agrupación de compras	5	1,1
N.d	2	0,5
Total	**435**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

3.4.3. Espíritu emprendedor y perfil de empresario

La existencia de un mercado cada vez más homogéneo de demanda y la generación de nuevas zonas comerciales que conviven con los centros urbanos, ha impulsado la expansión de los negocios de comercio y servicios mediante la formula tradicional de cadena sucursalista o también mediante la fórmula de franquicia. Es frecuente la existencia en un mismo municipio de más de un establecimiento comercial de la misma enseña, ubicado en zonas comerciales distintas.

- **Uno de cada 9 comerciantes es emprendedor**. Un 11,2% de los comerciantes noveldenses dispone de dos o más comercios en Novelda, aunque todavía queda una mayoría de comerciantes (88,7%) que solo dispone de un negocio en el municipio.

- **Más de la mitad de los comercios censados** (51,4%) tiene acceso a internet un porcentaje algo inferior (41,5%) de los comercios dispone de correo electrónico.

Tabla 03.16 **Establecimientos por comerciante.**

Paradas	Número	%
Un comercio	386	88,7
Dos comercios	48	11,0
Tres o más comercios	1	0,2
nd	-	-
Total	**435**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

Tabla 03.17 **Uso de tecnologías.**

Paradas	Número	%
Si	224	51,4
No	212	48,6
nd	-	-
Total	**436**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

Tabla 03.18 **Uso de correo electrónico.**

Paradas	Número	%
Si	181	41,5
No	255	58,5
nd	-	-
Total	**436**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

3.4.4. Asociacionismo comercial.

El asociacionismo constituye, junto al integracionismo de gestión y el uso de las nuevas tecnologías una de las principales herramientas para mejorar la profesionalidad y competitividad del pequeño comercio minorista.

El asociacionismo comercial es una de las potencialidades con las que cuenta el pequeño comercio para disponer de interlocutor válido ante las instituciones o la Administración Pública. Del mismo modo para la Administración Pública es un vehículo con el que implicar a los comerciantes en el mantenimiento y recuperación de las ciudades y más concretamente de los centros urbanos[4].

Además, el asociacionismo comercial permite tener nombre, imagen y representación ante las instituciones o entidades públicas o privadas y permite proyectarse dentro y fuera del municipio.

[4] Chaterina, J; Tamayo, U. (2005). "Caracterización del comercio minorista tradicional en perfiles de comercio asociado y no asociado. Un estudio empírico". Boletín Económico del ICE nº2841. Del 11 al 17 de abril.

En este sentido, el asociacionismo comercial se convierte en un instrumento para el desarrollo de las ciudades que revierte en los ciudadanos a través de una mejora de la calidad de vida.

Para que las estructuras asociativas sean representativas del sector deben ser capaces de atraer al mayor número de establecimientos comerciales de la zona.

El municipio de Novelda cuenta con la Asociación Comercio de Novelda Asociado así como con la Asociación de Comerciantes del Mercado Municipal. Las asociaciones de comerciantes tienen como objetivo defender los intereses de los empresarios y comerciantes del municipio. El 36,5% de los comercios minoristas encuestados afirman pertenecer a alguna asociación. Este resultado otorga un nivel de asociacionismo similar al que existe en España que está en torno al 33%.

Comercio Asociado de Novelda.

Esta asociación se constituyó a en el año 1990 y con sus más de veinticinco años de vida, ha pasado por distintas etapas, según su nivel de actividad, encontrándose actualmente en una de las etapas más activas de la asociación. Desde sus comienzos, tiene como principal objetivo defender los intereses de los comercios y servicios de Novelda.

En el año 2010 se han censado unos 140 asociados, entre comercios minoristas y servicios de la ciudad de Novelda.

Entre las actividades que antiguamente realizaban desde la asociación destacan los cursos formativos y actividades promocionales (sorteos, Compra y viaja con nosotros, etc.).

Tabla 03.19 **Porcentaje de comercios minoristas integrados en Asociaciones.**

Tipo de actividad	Número	%
Productos de alimentación y bebidas	61	37,4
Textil, confección, calzados y art. cuero	24	14,7
Perfumería y droguería	7	4,3
Art. para el equipamiento del hogar	23	14,1
Otros comercio al por menor	48	29,4
Ocio y cultura	9	5,5
Tecnologia	9	5,5
Otros productos	30	18,4
Total	**163**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

Ficha de la Asociación: Novelda Comercio Asociado

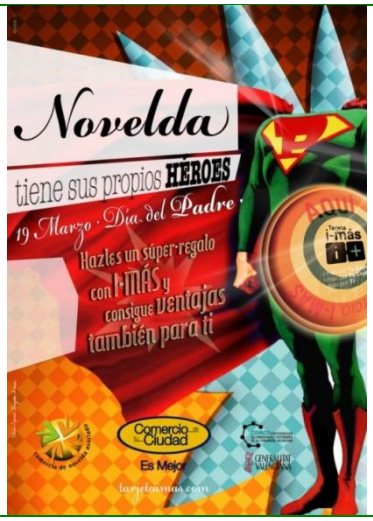
Localización :	San Pascual, 2 (Oficina AFIC)
Año de creación:	1.990
Teléfono:	965 60 37 25
Fax:	965 60 37 25
Presidente	José Julián Zamora Hurtado
Técnico de Comercio	Magdalena Berenguer Navarro
Web:	No disponible
Número de socios comerciantes:	90 (20%).
Número de socios	Aproximadamente 140

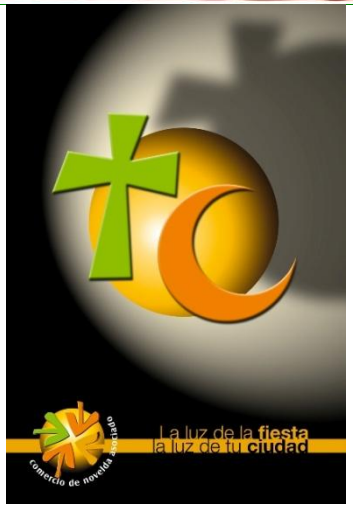
Fuente: Elaboración propia a partir del Censo de Comercios de Novelda. Oficina Comercio y Territorio.

Novelda Comercio Asociado. Imagen y campañas.

Bandera de 40 x 60 cm.

Novelda Comercio Asociado. Imagen y campañas.





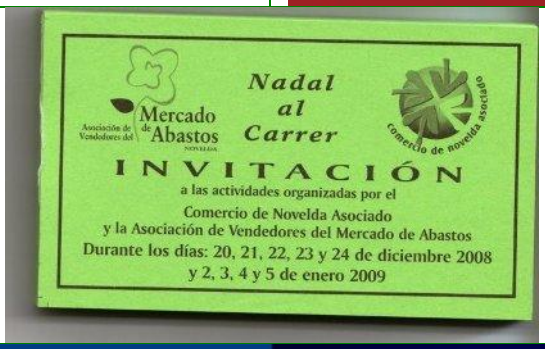
Ficha de la Asociación: Asociación de Vendedores del Mercado de Abastos de Novelda.

Localización :	C/Lepanto, 1
Año de creación:	No disponible
Teléfono:	677 479 952/ 606 849 591
Fax:	No disponible
Presidente	Alfonso Campoy Marco
Vicepresidente	Juan Vicente Berenguer
Técnico de Comercio	Magdalena Berenguer Navarro
Web:	No disponible
E-mail:	juanviberenguer@gmail.com
Número de socios comerciantes:	65 (85%).

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo de Comercios de Novelda. Oficina Comercio y Territorio.

Asociación de Vendedores del Mercado de Abastos de Novelda. Imagen y campañas compartidas con la Asociación Comercio de Novelda Asociado

Asociación de Vendedores del Mercado de Abastos NOVELDA



Las asociaciones de Novelda colaboran en la realización de algunas actividades y son asociaciones bastante activas en la realización de campañas de promoción, aunque poco profesionalizadas, debido a:

- Falta de recursos para desempeñar las tareas administrativas que tiene la asociación.
- Falta de recursos económicos para el desempeño de sus funciones.
- Ausencia de página web, correo electrónico y otros instrumentos de gestión y comunicación importantes.

3.4.5. Imagen del comercio de Novelda

La imagen del comercio de una ciudad en su conjunto viene determinada por la imagen que proyectan mayoritariamente los comercios de un eje o zona comercial. La importancia que tiene la imagen comercial para el conjunto de la actividad se justifica porque condiciona la percepción que tiene el residente y el visitante del comercio de la ciudad.

Aspectos valorados en el diagnóstico de la imagen comercial

Valoración de la imagen exterior:

- **Imagen del escaparate**. Es muy importante porque constituye la tarjeta de visita del comercio y es en el escaparate donde se debe seleccionar el segmento de población al que se va dirigir el producto y el mensaje que se desea transmitir a los consumidores. Por ello hay que tener en cuenta un conjunto de elementos que componen el escaparate para poder determinar el nivel de adecuación del mismo. Estos elementos son los productos, elementos decorativos, iluminación, colocación de los productos, etc.

- **Estado de la fachada**. Se pretende evaluar en qué medida el comercio contribuye a mejorar el edificio o espacio en el que se ubica, para lo cual se tienen en cuenta, por un lado, la contribución a la reforma de la fachada y, por otro, el nivel de integración y de respeto al entorno. Se valora también el tamaño, disposición y visibilidad de los rótulos.

Valoración imagen interior:

- **Iluminación** del establecimiento. Se evalúa la existencia de iluminación suficiente o insuficiente así como la calidad de la iluminación y el grado de modernidad y adecuación de la misma.

- **Disposición de los productos**. La colocación de los productos genera una percepción de mayor o menor facilidad y rapidez a la hora de realizar las compras a la vez que favorece la adquisición de otros productos no planificados. Por ello resulta muy importante manejar los recorridos más deseables para el cliente y, de forma indirecta, más beneficiosos para las ventas.

Accesibilidad.

Se evalúa en qué medida el comercio ha eliminado las barreras de acceso al establecimiento.

Rotulación

Se valora la capacidad de integra el rotulo en consonancia con el entorno, capacidad para comunicar, transmitir y atraer.

Fuente: Elaboración propia.

El tejido comercial de Novelda se caracteriza por:

- Uno de cada cinco establecimientos tiene menos de seis años de antigüedad (21,6%).
- Uno de cada cuatro establecimientos tiene veinte y más años de antigüedad y un 45,1% de los establecimientos tiene una antigüedad entre 6 y 20 años.
- Un 42,3% son establecimientos propiedad del comerciante.
- Los anteriores factores influyen en el nivel de adecuación del establecimiento y el mantenimiento de una imagen comercial moderna y cuidada. La valoración que hacen los comerciantes en cuanto a la imagen comercial de los establecimientos:
- El 59,1% de los comerciantes encuestados afirma que el estado físico de su comercio es su bueno; mientras que un 20,2% afirman que el estado físico de su comercio es muy bueno.
- Sin embargo, uno de cada cinco comerciantes (19,3%) cree que su establecimiento presenta un aspecto mejorable. Y un 0,9% de los comerciantes creen que el estado físico de su establecimiento es malo.

Tabla 03.20 **Régimen de tenencia**

	Número	%
Propiedad	184	42,3
Arrendamiento	244	56,1
N.d	7	1,6
Total	**435**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

Tabla 03.21 **Estado físico del establecimiento.**

Valoración del estado físico por el comerciante	Número	%
Malo	4	0,9
Mejorable	84	19,3
Bueno	257	59,1
Muy bueno	88	20,2
Nd	2	0,5
Total	**435**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

Tabla 03.22 **Antigüedad del establecimiento.**

Paradas	Número	%
Hasta 1 año	18	4,1
Entrre 1 y 2 años	22	5,1
Entre 2 y 5 años	54	12,4
Entre 5 y 10 años	79	18,2
Entre 10 y 20 años	117	26,9
Entre 20 y 40 años	98	22,5
Más de 40 años	20	4,6
nd	27	6,2
Total	**435**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

Por otra parte, la valoración que, mayoritariamente, hacen los residentes sobre el comercio de Novelda es, en todos los aspectos exceptuando los precios, buena o muy buena para más de la mitad de la población.

Encuesta 03.01 **Valoración del comercio de Novelda por los residentes.**

	Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy bien	NS/NC
Variedad de comercios	3,0%	6,0%	37,7%	46,6%	6,7%	0,0%
Modernidad de comercios	2,7%	9,7%	40,9%	42,9%	3,7%	0,0%
Trato de los comerciantes	2,2%	2,2%	18,2%	62,1%	15,0%	0,2%
Adecuación de los horarios	3,2%	5,2%	13,7%	72,6%	5,2%	0,0%
Calidad de los productos	0,7%	0,5%	12,0%	80,0%	6,7%	0,0%
Atractivo de los escaparates	1,0%	5,0%	38,9%	50,1%	4,5%	0,5%
Asesoramiento de los escaparates	2,2%	3,2%	20,2%	69,3%	4,7%	0,2%
Nivel de precios	2,7%	13,2%	48,6%	34,4%	0,5%	0,5%
Servicios (pagos con tarjeta, devolución del dinero, etc)	3,7%	4,2%	13,7%	68,8%	9,0%	0,5%
Comodidad para desplazarse por calles para comprar	6,2%	12,0%	20,0%	57,6%	4,0%	0,2%

Fuente: Encuesta residentes de Novelda realizada para el Plan de Acción Comercial de Novelda. 2010.

Los puntos fuertes del comercio de Novelda son la calidad de los productos, los horarios, el trato y los servicios de pago. El principal punto débil es el precio, seguido de la modernidad de los comercios y la dificultad de desplazamiento por la calle.

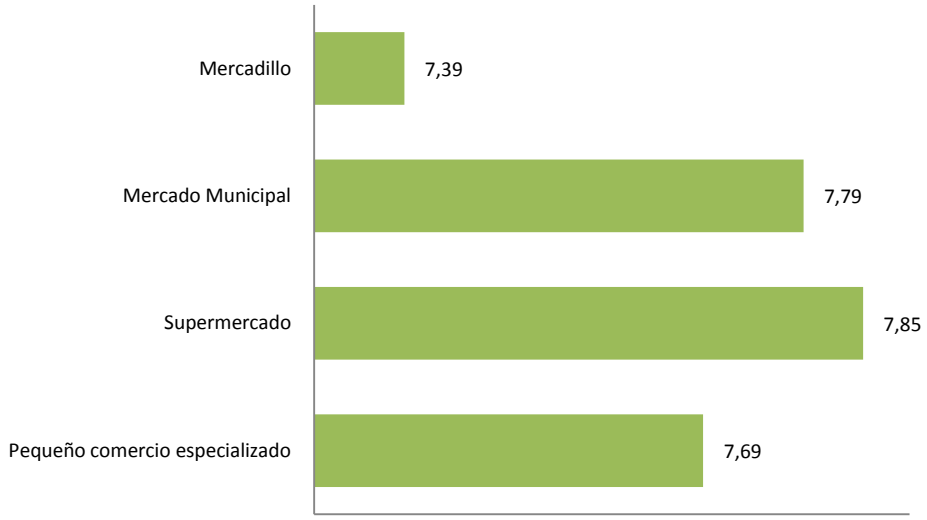
Encuesta 03.02 **Aspectos del comercio de Novelda mejor valorados por los residentes.**

	Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy bien	NS/NC
Variedad de comercios	3,0%	6,0%	37,7%	46,6%	6,7%	0,0%
Modernidad de comercios	2,7%	9,7%	40,9%	42,9%	3,7%	0,0%
Trato de los comerciantes	2,2%	2,2%	18,2%	62,1%	15,0%	0,2%
Adecuación de los horarios	3,2%	5,2%	13,7%	72,6%	5,2%	0,0%
Calidad de los productos	0,7%	0,5%	12,0%	80,0%	6,7%	0,0%
Atractivo de los escaparates	1,0%	5,0%	38,9%	50,1%	4,5%	0,5%
Asesoramiento de los escaparates	2,2%	3,2%	20,2%	69,3%	4,7%	0,2%
Nivel de precios	2,7%	13,2%	48,6%	34,4%	0,5%	0,5%
Servicios (pagos con tarjeta, devolución del dinero, etc)	3,7%	4,2%	13,7%	68,8%	9,0%	0,5%
Comodidad para desplazarse por calles para comprar	6,2%	12,0%	20,0%	57,6%	4,0%	0,2%

Fuente: Encuesta residentes de Novelda realizada para el Plan de Acción Comercial de Novelda. 2010.

Asimismo, se ha recogido la puntuación que otorgan los visitantes compradores al establecimiento noveldense.

Encuesta 03.03 **Valoración del comercio de los establecimientos comerciales de Novelda por los visitantes compradores.**



Fuente: Encuesta visitantes de Novelda realizada para el Plan de Acción Comercial de Novelda. 2010.

Los establecimientos mejor puntuados son los supermercados y el Mercado Municipal.

3.5. Diversidad de formatos y fórmulas comerciales

Los formatos que se consolidan y se posicionan como lideres en su lugar de ubicación propician, a menudo, el desarrollo de otras actividades comerciante y de servicios complementarios y, de forma indirecta, el desarrollo de ejes y/o zonas comerciales. Estos formatos se consolidad como locomotoras comerciales.

La existencia de locomotoras comerciales es muy importante para asegurar la vitalidad y posicionamiento comercial de una zona urbana y constituye una de las herramientas más importantes para incrementar la competitividad frente a otras zonas o ejes comerciales con los que compite.

No obstante, una importante concentración de comercio de atracción -establecimientos de bienes de consumo ocasional, especialmente los dedicados a la moda- en un eje o zona comercial también propician la afluencia de consumidores convirtiéndose en motores de atracción de esa zona o eje comercial.

En el municipio de Novelda hay diversos formatos y fórmulas comerciales que actúan como dinamizadores de una zona o eje. Son los equipamientos denominados "locomotoras comerciales".

3.5.1. Equipamientos comerciales de carácter tradicional.

Se corresponden con los formatos comerciales que desde siempre han ejercido un importante papel en el entorno en el que se ubican como dinamizadores de la zona o del eje comercial. Algunos todavía constituyen un polo comercial porque se han modernizado y adaptado a las circunstancias del mercado. Sin embargo, otras han perdido centralidad comercial y presentan un estado de mayor o menor decadencia, por lo que seria recomendable una revitalizaron o renovación del equipamiento para recuperar su capacidad de atracción.

El Mercado Municipal de Novelda.

La función de los mercados municipales es importante en la determinación del equilibrio de una zona y funcionan en muchos casos como centro de actividad comercial de un barrio o ciudad, de la importancia de su preservación y desarrollo.

En los últimos años, los cambios sociales y demográficos de las ciudades han incidido en el desarrollo y actividad de los mercados municipales. Ante esta situación, el mercado municipal de Novelda debe plantearse retos de futuros para atender los cambios de los consumidores.

El Mercado Municipal de Novelda se inauguró en 1940. Desde entonces ha sido remodelado interiormente, mejorando y modernizando sus instalaciones. La última reforma se efectuó en el año 1998, cuando se modificaron los accesos. No obstante, externamente muestra un estado de conservación deficiente.

Está ubicado en el centro del municipio, el Mercado Municipal de Novelda se encuentra en la Calle Manuel Albereda-Lepanto-Almoina-Virgen de los Desamparados. Cuenta con 81 puestos de los cuales, el 93% permanecen activos, ocupando una superficie de venta de 866 m^2.

Es un equipamiento que genera una centralidad comercial importante ya que el 38,6% de la población de Novelda lo considera como equipamiento principal para la realización de sus

compras de alimentación y el 20,8% como establecimiento secundario, siendo este último porcentaje, similar al de frecuencia a Mercadona.

Hábitos de compra de los consumidores del Mercado Municipal de Novelda

- El día preferido para ir al mercado es el sábado para el 47,7% de los encuestados, seguido indistintamente por los viernes y miércoles. Coinciden los sábados y los miércoles con días de celebración de mercado ambulante. Los días menos atractivos para comprar en el Mercado Municipal son los lunes (2,3%), los martes (7,5%) y los jueves (8,9%).

- Casi dos cuartas partes de los encuestados (63,1%) compra en el mercado cada dos o tres días.

- Más de la mitad de los clientes entrevistados acude al mercado realiza sus compras antes de las 11 horas y uno de cada cuatro compra en la franja horaria comprendida entre las 11 y las 13 horas.

- Es uno de los establecimientos principales elegidos por los residentes de Novelda para realizar la compra fuerte (38%), situándose como el segundo elegido por los noveldenses después de Mercadona, en la realización de compra fuerte.

- Los principales motivos por los que los residentes acuden a comprar al mercado es la relación calidad-precio (satisfactoria para el 37,4% de los encuestados) y la calidad de los productos (36%), así como la variedad de los productos (28,8%).

- Los aspectos mejor valorados por los residentes del mercado municipal son:

    - Diversidad de frescos (94%)
    - Variedad de puestos (91%)
    - Atención y amabilidad de los tenderos (93%)
    - Calidad de los productos (92%)
    - Horarios (90%)
    - Accesibilidad y comodidad (77%)
    - Los aspectos peor valorados por los residentes acerca de su mercado son:
    - Los precios (64%).
    - El aparcamiento (84%)

- Los consumidores que acuden al mercado municipal creen que serian necesario acometer una serie de mejoras que incidiría o podría incidir positivamente en sus compras:

    - Ampliar el horario hasta las 17 horas (37,4%)
    - Servicio de entrega a domicilio (41%)
    - Pago con tarjeta (51%).
    - Modernizar el edificio (24,8%)

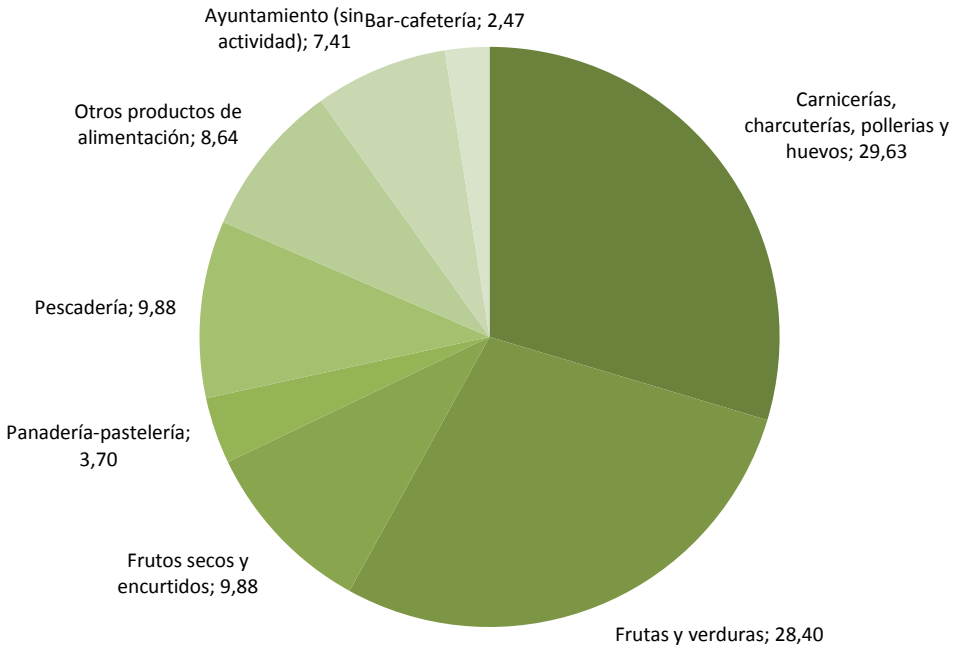
Fuente: Elaboración propia a partir Encuesta a residentes de Novelda. Oficina Comercio y Territorio.

Tabla 03.23 **Oferta del Mercado Municipal de Novelda .**

Paradas	Número	%
Carnicerías, charcuterías, pollerias y huevos	24	29,6
Frutas y verduras	23	28,4
Frutos secos y encurtidos	8	9,9
Panadería-pastelería	3	3,7
Pescadería	8	9,9
Otros productos de alimentación	7	8,6
Ayuntamiento (sin actividad)	6	7,4
Bar-cafetería	2	2,5
Total	**81**	**100**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

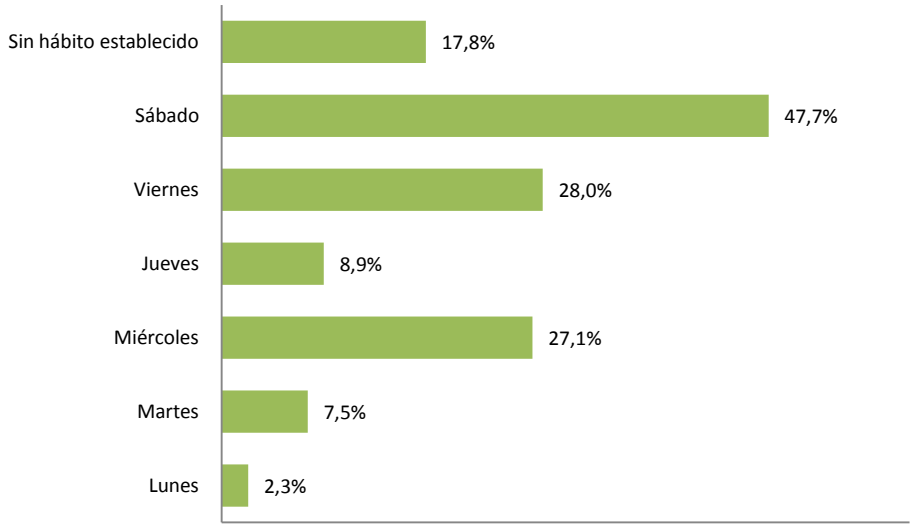
Gráfico 03.02 **Distribución del número de puestos según productos (%).**



Fuente: Elaboración propia a partir del censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010

- Casi la mitad de los entrevistados (47,7%) compra en el mercado municipal los sábados
- Los viernes (28%) y los miércoles (27%) son el segundo día favorito para comprar
- Los días menos preferidos para comprar en el mercado municipal son los lunes, martes y jueves
- Un 17,8% de los entrevistados compra sin hábito establecido

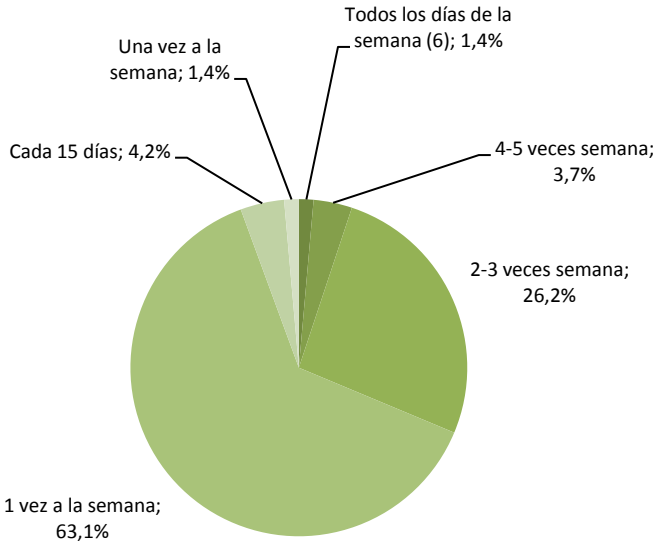
Encuesta 03.04 **Días de compra en el Mercado Municipal de Novelda**



Fuente: Encuesta residentes de Novelda realizada para el Plan de Acción Comercial de Novelda. 2010.

- Casi dos cuartas partes de los entrevistados (63,1%) compran una vez por semana
- Una cuarta parte de los entrevistados (26,2%) compra cada dos o tres días

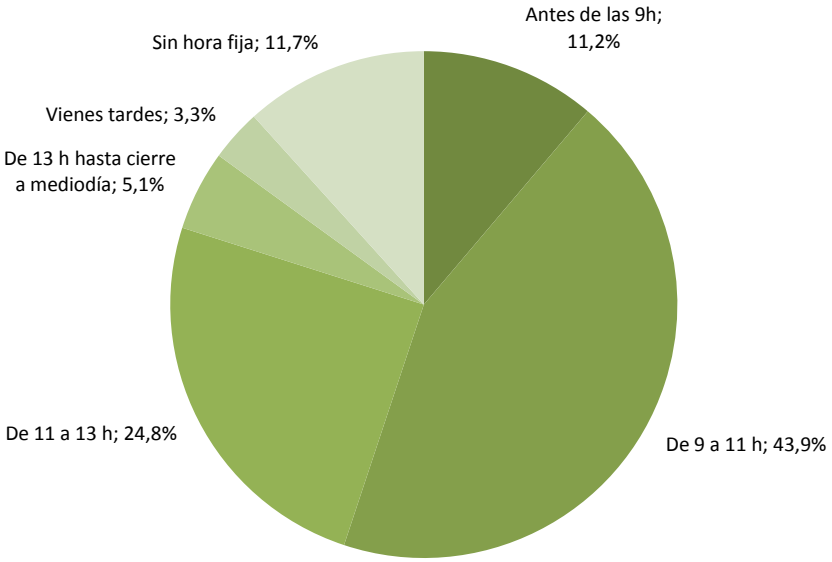
Encuesta 03.05 **Frecuencia de compra en el Mercado Municipal de Novelda.**



Fuente: Encuesta residentes de Novelda realizada para el Plan de Acción Comercial de Novelda. 2010.

- Más de la mitad de los entrevistados (55,1%) compran en el mercado antes de las 11 de la mañana
- Una cuarta parte de los encuestados (24,8%) compra entre las 11 y las 13 horas
- Un 11,7% compra a cualquier hora del día

Encuesta 03.06 **Frecuencia de compra en el Mercado Municipal de Novelda**



Fuente: Encuesta residentes de Novelda realizada para el Plan de Acción Comercial de Novelda. 2010.

Valoración del Mercado Municipal de Novelda
Por parte de los residentes.

Valoración del Mercado Municipal por los consumidores de Novelda

- Los **aspectos mejor valorados** por los residentes del Mercado Municipal son:
- Diversidad de frescos (94%)
- Variedad de puestos (91%)
- Atención y amabilidad de los tenderos (93%)
- Calidad de los productos (92%)
- Horarios (90%)
- Accesibilidad y comodidad (77%)
- Los **aspectos peor valorados** por los residentes acerca de su Mercado son:
- Los precios (64%).
- El aparcamiento (84%)
- Los consumidores que acuden al Mercado Municipal creen que serian necesario acometer una serie de **mejoras que incidiría o podría incidir positivamente en sus compras**:
    - Ampliar el horario hasta las 17 horas (37,4%)
    - Servicio de entrega a domicilio (41%)
    - Pago con tarjeta (51%).
    - Modernizar el edificio (24,8%)

Fuente: Elaboración propia a partir Encuesta a residentes de Novelda. Oficina Comercio y Territorio.

Valoración general.

- Más del 90% de los entrevistados está satisfecho con la diversidad de productos frescos, la atención y amabilidad de los tenderos, la calidad de los productos, la variedad de puestos y el horario.
- Por el contrario, el 91,2% está insatisfecho con la facilidad de aparcamiento, y el 64% con los precios.

Encuesta 03.07 **Valoración general del Mercado Municipal de Novelda.**

	Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy bien	NS/NC
Diversidad de productos frescos	0,0%	0,0%	5,6%	53,3%	41,1%	-
Variedad de puestos	0,5%	0,0%	8,9%	60,7%	29,9%	-
Atención y amabilidad de los tenderos	0,0%	0,0%	7,0%	42,5%	50,5%	-
Productos de calidad	0,0%	0,0%	7,9%	49,1%	43,0%	-
Nivel de precios	1,9%	8,4%	53,7%	30,4%	5,1%	0,5%
Accesibilidad y comodidad del edificio	5,6%	5,1%	12,1%	65,0%	12,1%	-
Estado físico del edificio	2,3%	9,8%	32,7%	49,1%	6,1%	-
Facilidad de aparcamiento	58,9%	24,8%	7,5%	5,6%	0,9%	2,3%
Horario	0,9%	1,4%	7,5%	81,8%	8,4%	-

Fuente: Encuesta residentes de Novelda realizada para el Plan de Acción Comercial de Novelda. 2010.

Los aspectos que podrían impulsar el funcionamiento del Mercado Municipal

- El 41,1% de los entrevistados considera que compraría más en el Mercado si se habilitara un servicio de entrega a domicilio, mientras que un 37,4% lo haría si se ampliara el horario hasta las cinco de la tarde.

- La mitad de los entrevistados considera positivo poder pagar con tarjeta.

Encuesta 03.08 **Valoración general del Mercado Municipal de Novelda.**

	Seguramente sí	Tal vez, un poco más	Seguramente no	NS/NC
Se modernizara el edificio	13,1%	11,7%	75,2%	0,0%
Tuviera un servicio de entrega a domicilio	21,5%	19,6%	58,9%	0,0%
El horario fuera hasta las cinco de la tarde	24,3%	13,1%	62,6%	0,0%
Pudiera pagar con tarjeta	34,6%	16,4%	48,6%	0,5%

Fuente: Encuesta residentes de Novelda realizada para el Plan de Acción Comercial de Novelda. 2010.

La opinión de los visitantes compradores sobre las posibles mejoras del Mercado Municipal recogen las siguientes sugerencias:

- Los aspectos mejor valorados son la atención, la calidad de los productos, la oferta de frutas y verduras, la imagen y cantidad de puestos.

- Los aspectos que deberían mejorarse, según la opinión de más del 40% de los visitantes encuestados son los precios, el estado del edificio y la accesibilidad..

Encuesta 03.09 **Posibles mejoras del Mercado Municipal según la opinión de los visitantes compradores de Novelda**

	Mejoraría / incorporaría	Dejaría como está	NS/NC
Ubicación del mercado	26,2%	73,8%	-
Estado del edificio	46,6%	53,4%	-
Accesibilidad	41,7%	58,3%	-
Número de puestos	20,4%	79,6%	-
Imagen de los puestos	17,5%	82,5%	-
Oferta de pescado	32,0%	64,1%	3,9%
Oferta de perfumería, droguería	25,2%	44,7%	30,1%
Oferta de carne, embutidos	18,4%	78,6%	2,9%
Oferta de frutas, verduras	14,6%	85,4%	-
Servicios ofrecidos a los clientes	20,4%	69,9%	9,7%
Precios	51,5%	47,6%	1,0%
Calidad de los productos	9,7%	89,3%	1,0%
Atención de los vendedores	8,7%	90,3%	1,0%

Fuente: Encuesta Visitantes compradores de Novelda realizada para el Plan de Acción Comercial de Novelda. 2010.

El mercado ambulante de los miércoles y sábados en Novelda.

En Novelda se organiza un mercado de venta ambulante en las calles Lepanto, Colón, Manuel Alberola y Almohina, en los tramos correspondiente a la manzana donde su localiza el Mercado Municipal

Este mercadillo tiene un gran impacto en la zona por su capacidad de atracción de compradores de Novelda y de su área de influencia.

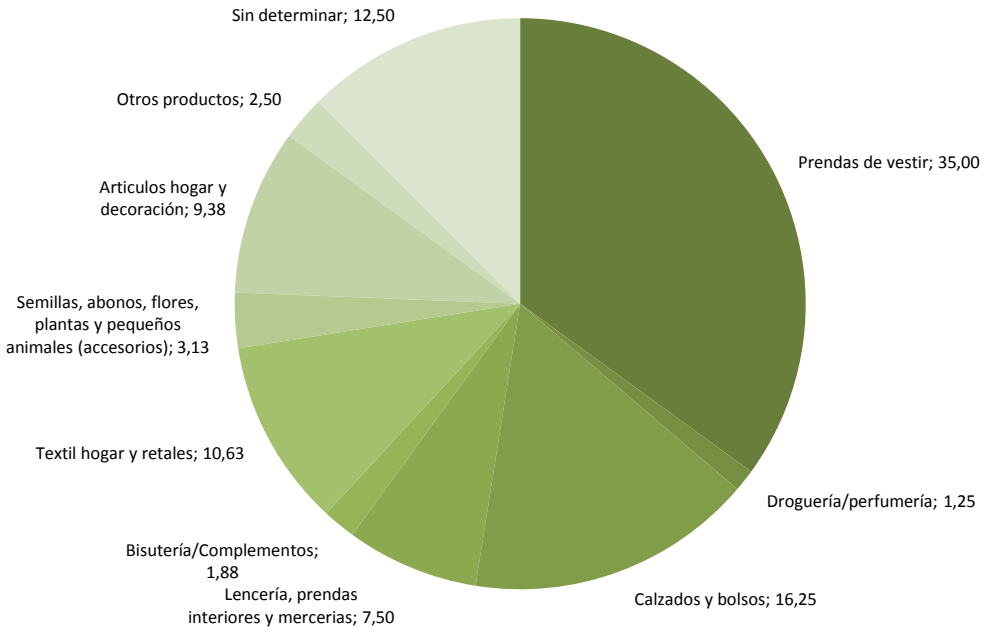
Los 160 puestos del mercadillo ambulante realizan sus ventas en 850 metros lineales, se dedican, mayoritariamente a la venta de artículos para el equipamiento de la persona, un 58,8% de las paradas comercializa ropa, artículos de calzado y bolsos y lencería o prendas interiores.

Tabla 03.24 **Oferta del mercado ambulante de Novelda. Año 2010.**

Paradas	Número	%	Metros
Prendas de vestir	56	35,0	275
Droguería/perfumería	2	1,3	8
Calzados y bolsos	26	16,3	138
Lencería, prendas interiores y mercerias	12	7,5	70
Bisutería/Complementos	3	1,9	18
Textil hogar y retales	17	10,6	84
Semillas, abonos, flores, plantas y pequeños animales (accesorios)	5	3,1	22
Articulos hogar y decoración	15	9,4	124
Otros productos	4	2,5	16
Sin determinar	20	12,5	95
Total	**160**	**100**	**850**

Fuente: Elaboración propia a partir del censo del Mercado Ambulante de Novelda facilitado por el Ayuntamiento de Novelda

Gráfico 03.03 **Oferta del mercado ambulante de Novelda. Año 2010.**



Fuente: Elaboración propia a partir del censo del Mercado Ambulante de Novelda facilitado por el Ayuntamiento de Novelda

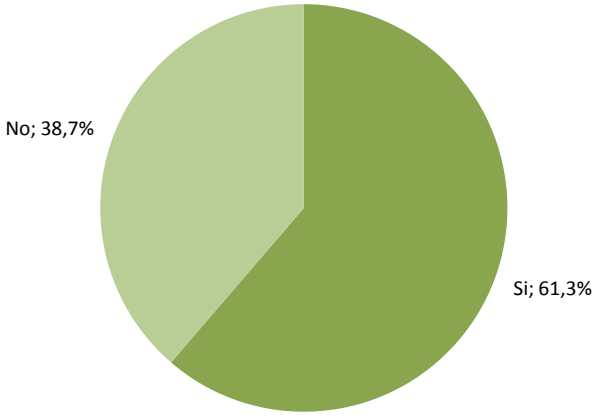
Hábitos de compra de los consumidores del mercado ambulante de Novelda

- Más del 60% de los residentes en Novelda realiza alguna compra en el mercado ambulante
- El ticket medio de compra en el mercadillo suele rondar los 25 euros, aunque las compras más habituales no superan los 20 euros.
- El 68% de los residentes que frecuentan el mercado ambulante lo hacen con una frecuencia semanal, el 37% y de dos días por semana el 31%.
- Uno de cada tres clientes del mercado ambulante entrevistados acude al mercadillo los sábados. No obstante, prácticamente la mitad lo hace indistintamente en uno u otro día.
- El 94,3% adquiere productos para el equipamiento personal: ropa, calzados y complementos. Uno de cada cuatro compradores adquiere también productos para el equipamiento del hogar.
- Uno de cada diez compradores del mercado ambulante admite que compra en otras tiendas cada vez que lo frecuenta. Además uno de cada tres (35%) también aprovecha ocasionalmente la asistencia al mercadillo para comprar en otros establecimientos comerciales.
- Los aspectos considerados más atractivos para comprar en el mercado ambulante son los días y horarios de celebración de éste, la cercanía a otros establecimientos y la ubicación.
- Por el contrario, los aspectos peor valorados del mercado ambulante aparcamiento y los servicios prestados, considerados ambos insuficientes para atender las necesidades de los consumidores, según el 91,5% y el 47,1%, respectivamente.
- Más del 78% de los entrevistados incrementarían sus compras en el mercadillo si se acometieran mejoras en el parking, la vigilancia, los probadores o los aseos.
- Casi uno de cada tres usuarios piensa que si mejorara la distribución de los puestos mejorarían las ventas del mercadillo.
- También afectaría la ampliación de pasillos y el pago con tarjeta aunque a un porcentaje en torno a la mitad de los entrevistados.

Fuente: Elaboración propia a partir datos Encuestas a residentes de Novelda.

Más del 60% de los residentes en Novelda realiza alguna compra en el mercado ambulante.

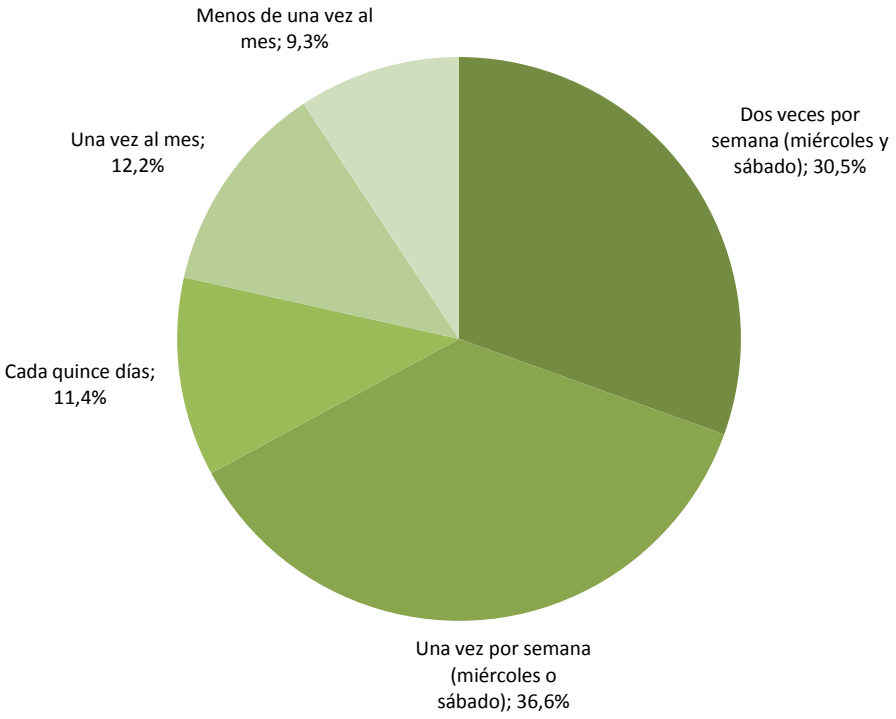
Encuesta 03.10 **Afluencia al Mercado Ambulante de Novelda**



Fuente: Elaboración propia a partir del censo del Mercado Ambulante de Novelda facilitado por el Ayuntamiento de Novelda

La mayor parte de las compras en el mercadillo se realizan una o dos veces por semana

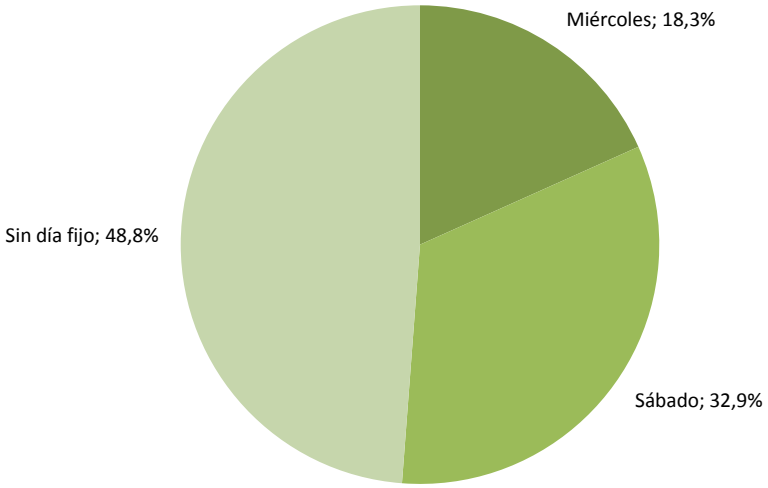
Encuesta 03.11 **Frecuencia de compra en el Mercado Ambulante de Novelda para los residentes**



Fuente: Elaboración propia a partir del censo del Mercado Ambulante de Novelda facilitado por el Ayuntamiento de Novelda

La mayor parte de las compras en el mercadillo se realizan los sábados

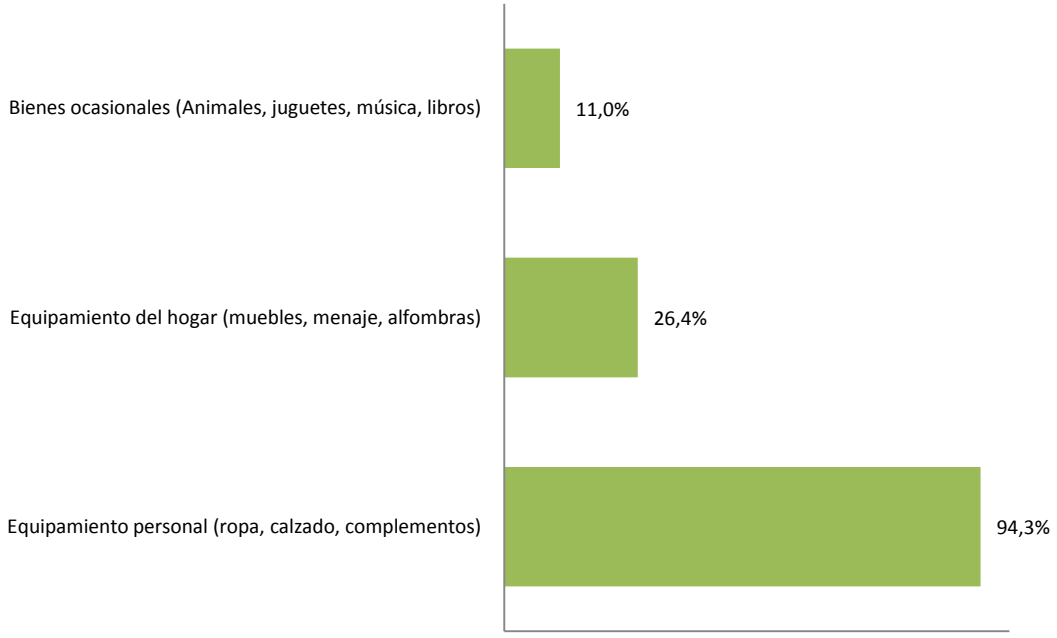
Encuesta 03.12 **Días de compra en el Mercado Ambulante de Novelda para los residentes**



Fuente: Elaboración propia a partir del censo del Mercado Ambulante de Novelda facilitado por el Ayuntamiento de Novelda

La mayor parte de las compras realizadas en el mercadillo corresponden a equipamiento personal (ropa, calzado y complementos).

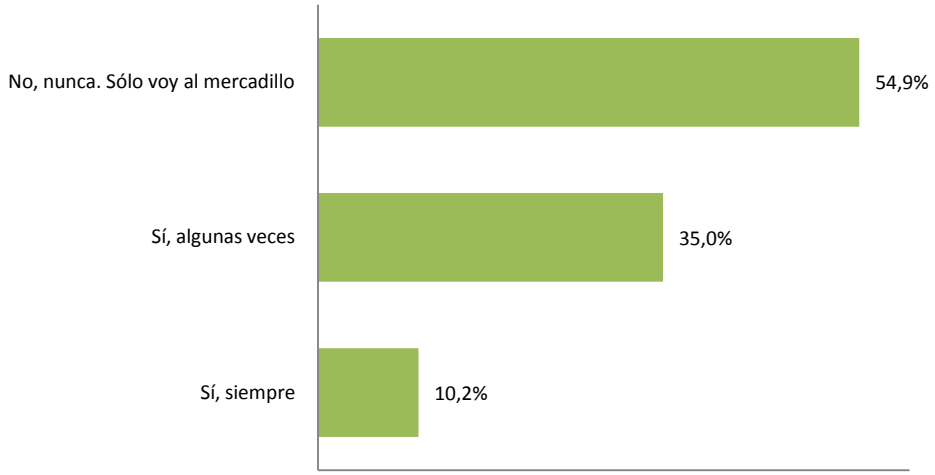
Encuesta 03.13 **Productos que adquieren los residentes en el Mercado Ambulante de Novelda**



Fuente: Elaboración propia a partir del censo del Mercado Ambulante de Novelda facilitado por el Ayuntamiento de Novelda

Más de la mitad de los entrevistados no compra en otras tiendas cuando acude al Mercadillo Ambulante

Encuesta 03.14 **Grado de centralidad del Mercado Ambulante de Novelda hacia los comercios de la zona**



Fuente: Elaboración propia a partir del censo del Mercado Ambulante de Novelda facilitado por el Ayuntamiento de Novelda

Los aspectos mejor valorados del mercadillo son los horarios y días, la cercanía a otros establecimientos y la ubicación

Encuesta 03.15 **Valoración del Mercado Ambulante de Novelda por los residentes.**

	Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy bien	NS/NC
Oferta textil hogar	1,6%	7,3%	24,8%	57,3%	7,7%	1,2%
Oferta textil personal	1,2%	4,5%	17,5%	62,6%	14,2%	0,0%
Oferta calzado	0,4%	4,1%	20,3%	61,4%	13,4%	0,4%
Servicios ofrecidos	7,3%	12,6%	27,2%	49,2%	3,7%	0,0%
Aparcamiento	60,6%	23,6%	7,3%	5,3%	0,8%	2,4%
Ubicación	2,0%	2,8%	3,7%	79,3%	12,2%	0,0%
Horario y días	0,4%	0,4%	2,4%	89,0%	7,7%	0,0%
Cercanía a otros establecimientos	0,4%	1,2%	3,7%	84,6%	9,8%	0,4%
Limpieza/higiene	0,4%	1,2%	15,9%	75,2%	7,3%	0,0%
Trato y amabilidad	0,8%	0,8%	12,6%	71,5%	14,2%	0,0%
Profesionalidad	1,2%	1,2%	15,0%	71,1%	11,4%	0,0%

Fuente: Elaboración propia a partir del censo del Mercado Ambulante de Novelda facilitado por el Ayuntamiento de Novelda

Las mejoras que más incidirían en las ventas son las relativas al parking, la vigilancia, los probadores y los aseos. La distribución del espacio y el transporte público ejercerían un menor impacto

Encuesta 03.16 **Aspectos mejorables con incidencia en la frecuencia del Mercado Ambulante de Novelda.**

	SI	NO	NS/NC
Parking	89,0%	11,0%	0,0%
Pago con tarjeta	55,3%	44,7%	0,0%
Probadores	83,7%	15,9%	0,4%
Aseos	78,0%	22,0%	0,0%
Servicio de consigna	70,3%	29,7%	0,0%
Más vigilancia	85,0%	15,0%	0,0%
Transporte público	44,3%	55,7%	0,0%
Más espacio de circulación (pasillos)	51,2%	48,8%	0,0%
Mejor distribución y organización de los puestos	28,5%	71,5%	0,0%

Fuente: Elaboración propia a partir del censo del Mercado Ambulante de Novelda facilitado por el Ayuntamiento de Novelda

3.5.2. Equipamientos de libre servicio

Novelda cuenta con trece establecimientos de libre servicio. Estos establecimientos ofrecen una superficie de venta de 9.622 m^2, es decir el 23,6% de la superficie de venta del comercio minorista del municipio. Por tanto de cada cinco metros cuadrados uno es superficie de venta de libre servicio.

Se pueden destacar los siguientes aspectos sobre la oferta de comercios de libre servicio de Novelda:

- En Novelda se encuentran comercios de las enseñas Consum, Mercadona, Mas y Mas, Hiperber y Carrefour Express, por lo que se confirma una presencia muy diversificada de enseñas comerciales de libre servicio. Esta situación favorece las opciones de compra para el consumidor.

- La distribución de la oferta existente en el municipio muestra cierta concentración en la zona Sur de Novelda, desde Emilio Castelar hasta la Avenida de Les Corts Valencianes, quedando la zona Norte algo desabastecida sin presencia de establecimientos de libre servicio, sobre todo de las medianas y grandes superficies.

- La enseña **Mercadona** se constituye como uno de los **equipamientos preferidos** para la compra fuerte al que acude un 60% de la población y el tercero para la realización de compra secundaria (19,7%), después de Hiperber (21,9%) y del Mercado Municipal (20,8%).

- La enseña Hiperber es la única que cuenta con dos establecimientos, ambos situados en el mismo eje y en el núcleo urbano de Novelda.

Tabla 03.25 **Establecimientos de libre servicio en Novelda 2010.**

Formato comercial	Nombre	Dirección	Superficie de venta
Autoservicios	Bodega La Esquina	Alfonso El Sabio, 17	120
	Autoservicio Cremades	Murillo, 6	49
	Supermercado Sandra	Luis Cortes, 27	100
Supermercados	Carrefour	Av. Río Vinalopó, s/n	1.450
	Mas y Mas	Cervantes, 22	900
	Mercadona	Cortes Valencianas, s/n	1.308
	Hiperber	Av.Constitución, 63	550
	Consum	Constitución, 17	1.000
	Hiperber	Constitución, 25	1.000
Autoservicios de descuento	Maxi Día	Reyes Católicos, s/n	1.100
	Dia	Guitarrista Tárrega, 52	195
	Lidl	Santa Rosalía, 26	750
	Aldi Super	Río Vinalopó. s/n	1.100
			9.622

Fuente: Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Febrero 2010) y censo de comercios elaborado por la Oficina Comercio y Territorio, 2010.

Impacto del libre servicio en Novelda

- El canal dominante en la compra fuerte para la mayoría de los residentes en Novelda es el formato libre servicio.
- La enseña más frecuentada es Mercadona.
- Los principales motivos por los que compra en cada tipo de establecimiento son:
  1. Consumo por el precio (25%)
  2. Mercadona por sus productos de marca blanca (44%).
  3. Día por sus precios (72%).
  4. Maxi Dia por sus precios (100%).
  5. Mas y Mas por su facilidad para aparcar (66,7%).
  6. Carrefour por su facilidad para aparcar y sus precios (37% cada motivo).
  7. Aldi por sus precios (69%)
  8. Lidl por sus precios (52,9%) y por sus ofertas (35%).

Fuente: elaboración propia a partir datos Encuestas a residentes de Novelda.

3.5.3. Medianas superficies especializadas

El municipio de Novelda cuenta con una superficie especializada mediana en el municipio que ocupa una superficie de venta de 1.700 m^2, que supone el 3,9% de la superficie de venta del municipio. Es una mediana superficie de equipamiento personal.

Pese a que Novelda es cabecera comercial no hay una presencia significativa de este formato comercial que suele implantarse en centros comerciales y corredores comerciales ubicados en parques industriales o en zonas periféricas de fácil acceso.

3.6. Zonas comerciales de Novelda

Las dinámicas residenciales y urbanas de un municipio condicionan el desarrollo del tejido comercial, dando lugar a nuevas implantaciones que permiten la aparición de nuevos ejes comerciales o incluso de nuevas zonas comerciales.

El análisis de las principales zonas comerciales es un indicador de equilibrio comercial en el municipio porque permite identificar qué zonas están más o menos consolidadas cual es el comercio que predomina en esa zona o eje, pudiendo identificar distintas características como zonas de atracción comercial o zonas de comercio de barrio o proximidad. Asimismo este análisis permite detectar zonas poco abastecidas en la localidad o con determinadas carencias dotacionales.

El comercio desarrollado en Novelda se caracteriza por ser, en un elevado porcentaje, un comercio de proximidad. El comercio de proximidad tiene como función básica el abastecimiento de los residentes de la ciudad, de modo que puedan tener autonomía y no necesiten desplazarse a zonas próximas para poder cubrir las necesidades básicas.

Con respecto a la localización de la oferta comercial hay que destacar la presencia de 13 ejes comerciales que integran 205 comercios minoristas, equivalentes al 45% del tejido comercial de Novelda. La superficie de venta de los establecimientos de estas zonas es de 19.307 m^2, es decir, el 44% de la sala de ventas del municipio. Por lo que la superficie media de los establecimientos de estas zonas asciende a 94 m^2**.**

Todos los ejes comerciales están en el núcleo urbano de Novelda formando una zona comercial cómoda y fácil de recorrer.

3.6.1. Pautas de localización del comercio minorista de Novelda.

Las dinámicas de crecimiento de la población y la vivienda, la evolución urbana de las ciudades, la aparición de nuevos hitos (comerciales, educativos, sanitarios, etc.) son algunos de los aspectos que inciden en las pautas de localización de las nuevas incorporaciones comerciales, así como en el desplazamiento de algunas actividades de unas zonas a otras.

Principales ejes comerciales de Novelda

- **Eje comercial Centro de Novelda:** eje comercial compuesto por las calles Constitución, Emilio Castelar, Maestro Ramis, Virgen de los Desamparados, Colón, Alcalde Manuel Alberola, Lepanto, Virgen de los Desamparados, Maestro Ramis, Jaime II y Almoina.

- **Nuevo Eje Comercial del Entorno de Constitución:** integra los comercios de la calle Avenida Constitución, María Cristina, Reyes Católicos y Nuestra Señora de la Fe.

Fuente: elaboración propia a partir Censo de Establecimientos Comerciales Minoristas de Novelda.

Novelda cuenta con dos zonas comerciales que se corresponden con el eje o zona comercial del centro de Novelda y el eje relativo al entorno de Avenida Constitución. Estos dos ejes discurren a lo largo de la ciudad generando un continuo entre una y otra zona. El lineal conformado por estos ejes comerciales dota a la ciudad de una oferta concentrada y bastante compacta, correspondiente al 45% de la oferta comercial y al 44% de la sala de ventas. Si se incorporan los puestos del Mercado Central, ubicado también en esta zona, la oferta comercial de la zona asciende al 63,7% de la oferta comercial del municipio.

La estructura comercial de la zona refleja que es un área urbana con una dotación de comercio de atracción significativa. El 86,2% es comercio de bienes ocasionales habiéndose censado uno de cada tres comercios de productos para el equipamiento personal.

Si no se incluye la oferta comercial del Mercado Municipal, la estructura del área muestra un 13,8% de comercio de bienes diarios. No obstante el Mercado Municipal aporta una dotación de comercio de proximidad completo. Además, también se celebra en esta área el mercadillo dos días a la semana, ique cuenta con una importante oferta comercial de equipamiento personal.

Zona Comercial Centro de Novelda

Incluye 9 ejes comerciales principales con 120 comercios minoristas (26,8%) y 8.318 m^2 (18,9%):

- Emilio Castelar: 16 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 815 m^2.
- Colón: 16 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 1.238 m^2.
- Alcalde Manuel Alberola: 16 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 1.275 m^2. Es el eje en el que se ubica el Mercado Central que cuenta con 81 puestos de actividad.
- Lepanto: 6 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 423 m^2.
- Virgen de los Desamparados: 16 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 1.465 m^2.
- Maestro Ramis: 20 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 1.310 m^2.
- Jaime II: 13 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 1.007 m^2.
- Capellán Margall: 13 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 555 m^2.
- Almoina: 4 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 230 m^2

Fuente: elaboración propia a partir datos Encuestas a residentes de Novelda.

La zona Centro es la principal área comercial consolidada en el municipio en torno al Mercado Municipal, Mercado Ambulante y junto al Centro histórico del municipio, donde está el Ayuntamiento de Novelda. Es la zona tradicional y la que alberga un porcentaje elevado de comercio de atracción.

La ubicación en esta zona del Mercado Municipal, con 81 puestos adicionales de alimentación y la aportación del mercadillo dos días de la semana, convierten en esta zona en un polo de atracción importante para residentes de Novelda y para visitantes o turistas que acuden al municipio y que son clientes potenciales o posibles.

Zona Comercial entorno Avenida Constitución
Incluye 4 ejes comerciales principales con 86 comercios minoristas (19%) y 10.989 m^2 (25%): ▪ Constitución: 46 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 6.653 m^2. ▪ María Cristina: 13 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 615 m^2. ▪ Reyes Católicos: 19 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 2.821 m^2. ▪ Nuestra Señora de La Fe: 8 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 900 m^2.

Fuente: elaboración propia a partir datos Encuestas a residentes de Novelda.

La zona del entorno de Constitución se caracteriza por albergar un comercio más moderno, de mayor tamaño medio, donde se encuentran la mayor parte de las medianas superficies de alimentación. Surge como consecuencia de la expansión de la zona residencial en Novelda hacia el eje Calle Maria Cristina y Avenida de Les Corts Valencianes, ofreciendo opciones de expansión al comercio urbano por estos ejes y por las transversales Castellón de La Plana y Vicente Blasco Ibáñez. En los últimos años se ha frenado la expansión debido a la situación de recesión económica pero pueden consolidarse estos ejes como zona comercial a medio plazo.

El comercio de esta zona está más disperso debido a la elevada extensión de los ejes que vertebran el municipio en dirección Este-Oeste.

La zona comercial forma un continuo con la zona centro de Novelda por lo que es fácil transitar de una a otra. No obstante se percibe una barrera entre una y otra zona, la Avenida Constitución, como consecuencia de la configuración de este eje como vía en la que se favorece la circulación de vehículos.

Otras zonas comerciales.

Existen otras zonas o barrios del municipio distintas a las ubicadas en el centro del municipio, en los que la oferta comercial dirigida a los residentes de la zona, exceptuando las medianas superficies de alimentación que tienen una atracción de carácter supramunicipal.

En total las distintas zonas de Novelda albergan el 27,6% de la oferta comercial y el 29,4% de la sala de ventas. Destaca una mayor concentración de comercios en el barrio de Sant Roc debido a que esta zona está dotada de pequeño comercio tradicional. Al contrario ocurre en la zona de los barrios Garrova-Cruz, donde se concentra más superficie comercial debido a la ubicación de medianas superficies de alimentación.

Otras zonas comerciales en Novelda

La distribución de la oferta comercial de Novelda por zonas/barrios equivale al 27,6% del tejido comercial y al 29,4% de la sala de ventas:

- Sagrado Corazón: Integra el 2,5% de la oferta noveldense y el 3,4% de la superficie de ventas.
- San Roc: Concentra el 11,2% de la oferta comercial y el 5,6% de la superficie de ventas.
- Garrova-Cruz: Concentra el 8,5% de la oferta comercial y el 15,4% de la superficie de ventas.
- Las Horcas: Concentra el 5,4% de la oferta comercial y el 5% de la superficie de ventas.

Fuente: elaboración propia a partir datos Encuestas a residentes de Novelda.

3.7. Instrumentos de apoyo al comercio

Agencia para el Fomento de la Innovación Comercial (AFIC)

El Ayuntamiento de Novelda dispone de un técnico especialista en comercio, adherido a la Red de Agencias para el Fomento de Innovación Comercial (AFIC). Las funciones de estas agencias se sintetizan en[5]:

- Acercar la actuación administrativa comercial a sus usuarios, coordinando las relaciones entre los comerciantes y las Administraciones Autonómicas y Local.

- Conseguir una ordenación comercial eficiente y competitiva dentro del territorio municipal.

- Potenciar los centros comerciales tradicionales en los que se basa la articulación del territorio de la localidad, favoreciendo su consolidación como función de centralidad urbana.

- Facilitar el acceso a la información especializada a los operadores del sector de la distribución comercial, mediante la utilización de herramientas telemáticas específicas a tal efecto.

- Participar en los estudios sobre la situación del comercio local, que deben identificar los factores sociales, económicos y urbanísticos que condicionan su dinámica.

- Realizar propuestas de actuación sobre las estrategias e inversiones a desarrollar, tanto en las actuaciones territoriales de inspiración comercial, así como en las que afecten a los equipamientos colectivos.

- Ejecutar actuaciones de carácter promocional que dinamicen el comercio de la ciudad.

- Cualesquiera otras actuaciones y/o proyectos que coadyuven a la efectiva racionalización y modernización de la estructura comercial, así como la creación o captación de oportunidades de negocio dentro del municipio, que redunden en la mejora de la calidad de vida y en el fomento del atractivo de la ciudad.

En definitiva, esta agencia es una herramienta del comercio local para el desarrollo y dinamización del tejido minorista local. Desde esta agencia se elaboran estudios de viabilidad, se organizan actividades de dinamización, se tramitan subvenciones y ayudas, se ofrece asesoramiento e información sobre normativa comercial, etc.

[5] www.portaldelcomerciante.com

Campañas de animación, formación y promoción comercial organizadas por el Ayuntamiento de Novelda.