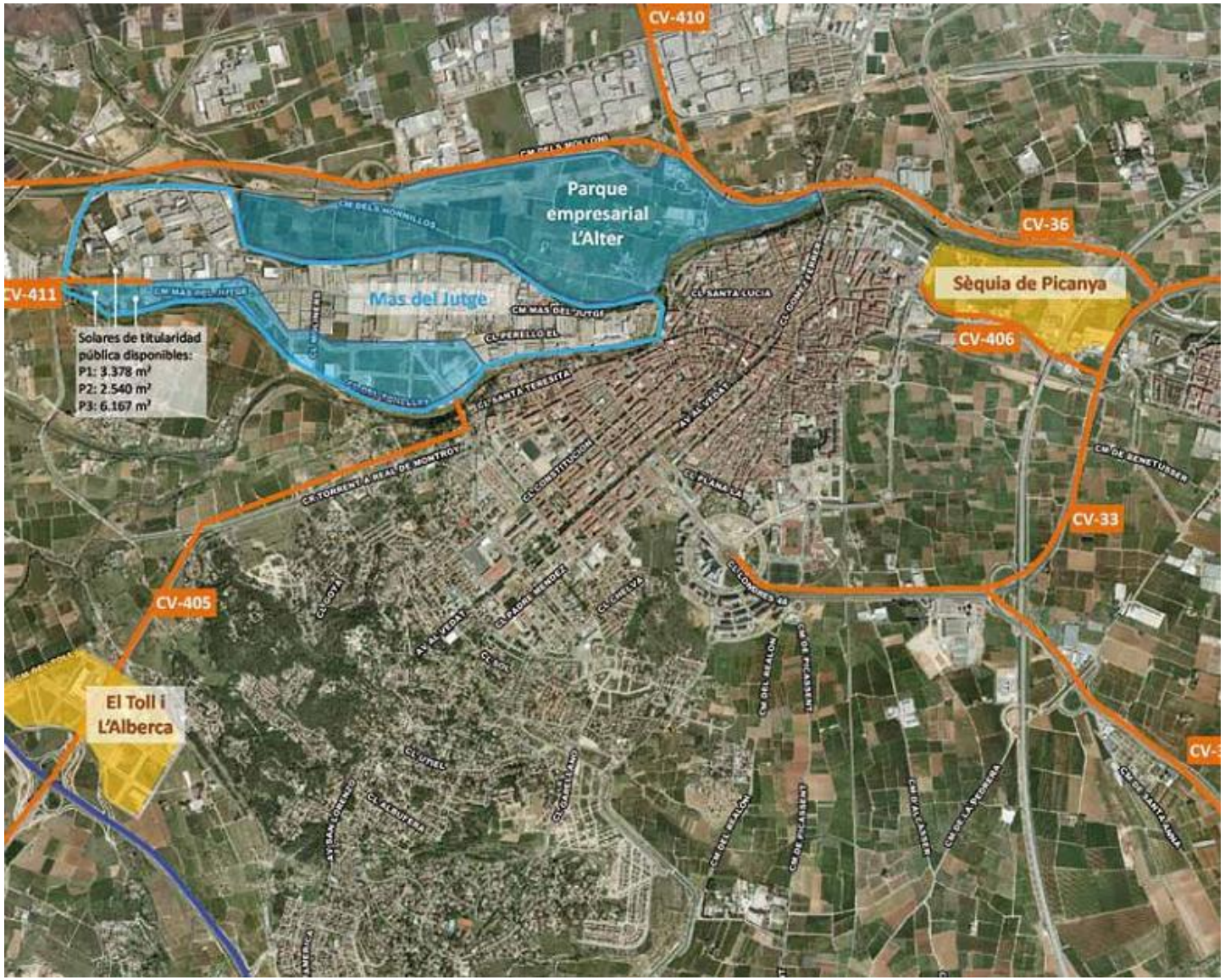
AJUNTAMENT TORRENT

Plan estratégico de impulso y modernización del tejido comercial de Torrent

EDUSI TORRENT

FEDER
Unión Europea
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa



RESUMEN EJECUTIVO

Bos Consulting

Tejido comercial

Principales características



- El tejido comercial de Torrent está compuesto en su mayoría por pequeñas y medianas empresas de tipo familiar, el llamado “comercio de proximidad”, ubicadas principalmente en torno al centro histórico y en las zonas comerciales de Al Vedat y Padre Méndez.
- Gracias al trabajo del Ayuntamiento de Torrent, se ha llevado a cabo un censo de los comercios del municipio, **contabilizándose 2008 establecimientos** de todo tipo que dotan a la ciudad de una amplia oferta comercial.
- Para facilitar la organización del trabajo de campo, se han distinguido dos grupos de comercios: minoristas y servicios.
- Contabilizamos 1171 negocios destinados a servicios de toda índole y 781 comercios dedicados a la venta al público de todo tipo de productos y servicios.

Sector Servicios

En relación con el sector **Servicios**, cuatro grandes categorías que representan por sí solas el 55% de la oferta del municipio:

Bares y Cafeterías (16%);
Peluquerías y Salones de Belleza (15%);
Servicios Profesionales (12%)
Servicios Médicos (12%).

Tras ellos…

Servicios de Formación (7%),
Instalaciones, mantenimiento y fontanería (7%)
Restaurantes (6%).



Comercio minorista

Pequeño comercio: la oferta es amplia y variada

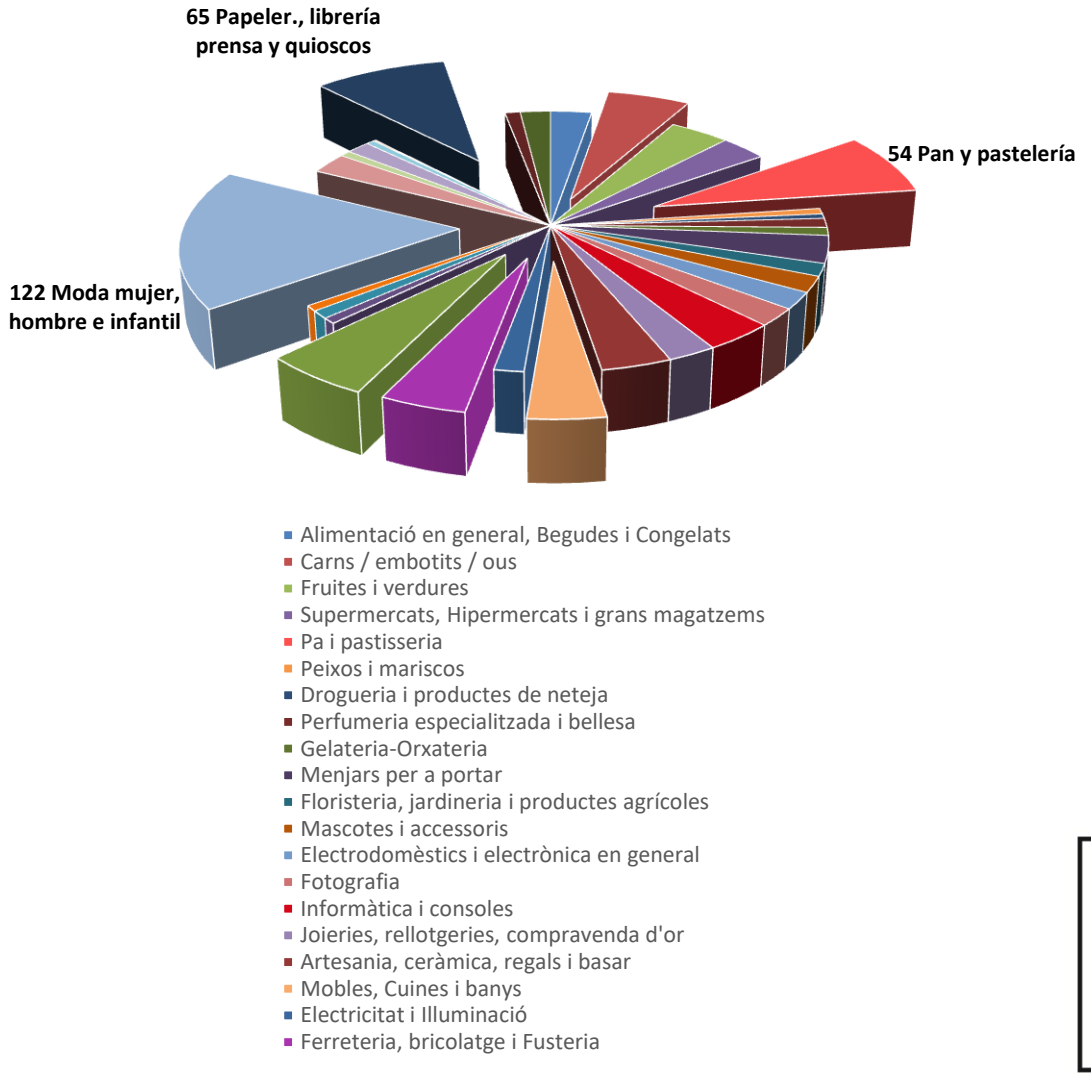
El mayor % de negocios es:

Moda, complementos y lencería (17% del total), incluyéndose moda de hombre, mujer (predomina)e infantil
Papelería, librería, prensa y quioscos (9%)
Pan y pastelería (8%).

Tras ellos…

Carnicería, embutidos y huevos (6%) Hogar, decoración e interiorismo(6%)

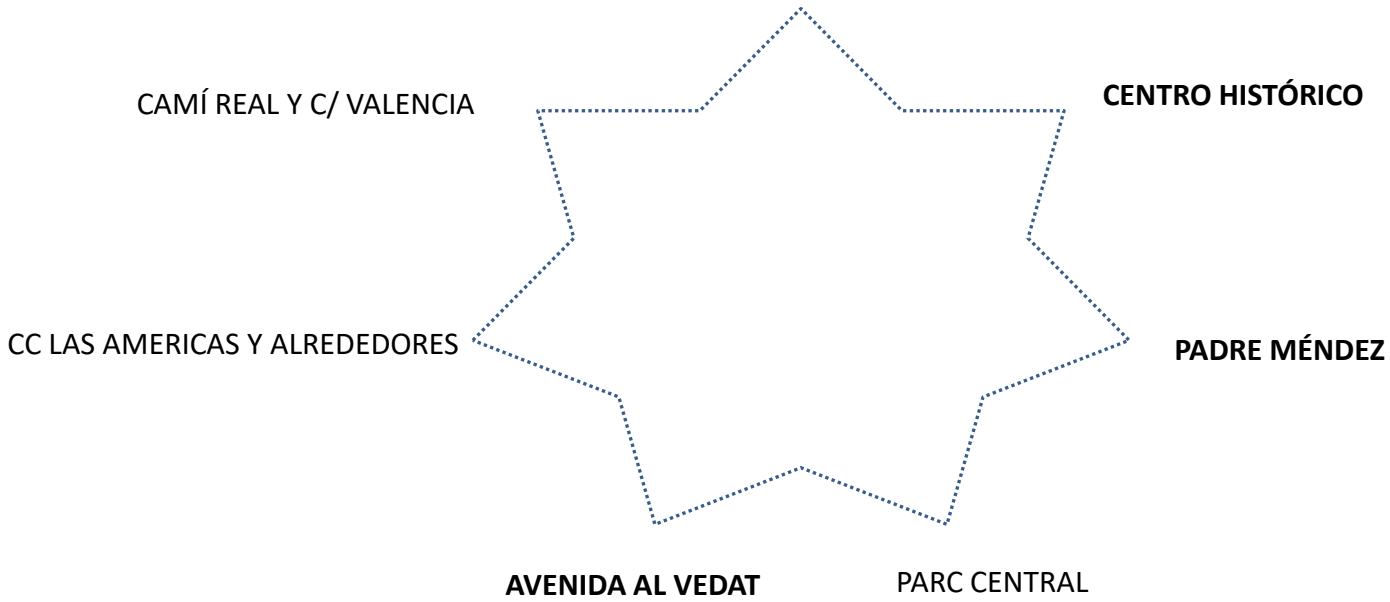
Oferta menos concentrada en sectores concretos

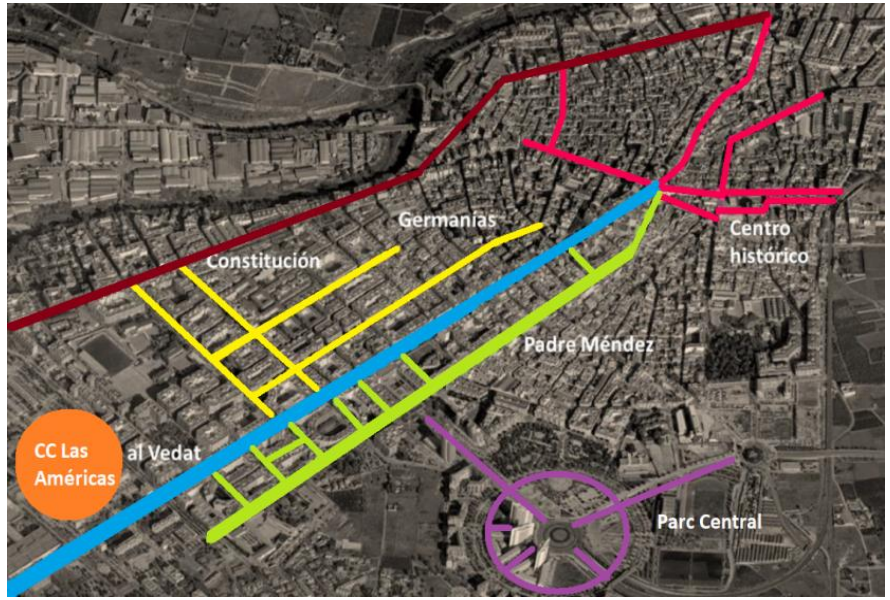


- 7 ÁREAS PARA ESTRUCTURAR EL TRABAJO DE CAMPO.
- CONSULTAS A COMERCIANTES
- ANÁLISIS EQUIPAMIENTO URBANO Y DOTACIÓN DE SERVICIOS

4 ZONAS CONCENTRAN EL 77,8% DE LA

OFERTA COMERCIAL





Bos Consulting

CC LAS AMERICAS Y ALREDEDORES: CCAS PRINCIPALES

Zona con actividad comercial baja, en términos cuantitativos, teniendo en cuenta su tamaño y la cantidad de población que podría abarcar en términos de consumo, pese a lo cual se mantienen pocos negocios.

Sin embargo, debe tenerse en cuenta como zona diferenciada por la **centralidad** que puede ejercer en el marco de un Plan Estratégico.

Con el crecimiento paulatino del municipio, nuevas zonas residenciales han ido surgiendo desde la Avenida Al Vedat hasta los alrededores del Centro Comercial.

Estas zonas residenciales de reciente construcción cuentan con parques, amplias zonas ajardinadas, carril bici, pistas de skate, espacios para aparcar…, activos que facilitan **la celebración de actuaciones al aire libre, conciertos**, **eventos**, etc.

El Centro Comercial en sí se encuentra infrautilizado. En la parte exterior han ido floreciendo franquicias de restauración.

PARC CENTRAL: CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

Zona de reciente construcción y en crecimiento

En la zona aledaña se encuentra la Inmaculada, el Campus en Torrent de la Universidad Católica de Valencia, a la que acuden estudiantes tanto de la propia Valencia como de localidades vecinas más pequeñas. Ello es susceptible de generar dinámicas y animaciones comerciales orientadas al público universitario que frecuenta esa zona.

Urbanísticamente, cuenta con avenidas anchas, el gran Parc Central y zonas ajardinadas amplias que podrían acoger eventos celebrados al aire libre. El mobiliario urbano se encuentra en buen estado en general.

En la medida en que se trata de un barrio relativamente nuevo, la actividad comercial es más reducida que en otras zonas.

Predominan los servicios médicos y profesionales (gestorías, asesorías, despachos de abogados, etc.), con menor presencia de comercio minorista. De hecho, se han identificado un buen número de locales cerrados.

Plan estratégico de impulso y modernización del tejido comercial de Torrent: *Análisis de la oferta comercial*

CENTRO HISTÓRICO

El Centro de Torrent se ha constituido tradicionalmente como una zona comercial . Hay numerosos negocios de largo recorrido.

Cuenta con el recientemente reformado **Mercado Municipal**, en el que el pasado mes de agosto se ha abierto un parking, y que ofrece espacios públicos cuyo uso aún está por potenciarse. Se celebran dos veces por semana **mercadillos ambulantes**.

Cuenta con un buen número de locales cerrados. Por lo demás, presenta los problemas habituales en centros históricos envejecidos, como la menor presencia de zonas verdes, ajardinado, aparcamiento, etc.

Algunos comerciantes ubicados en calles peatonales comentan que el **cierre de la calle al tráfico les ha perjudicado**. Argumentan que los servicios públicos que se encuentran en el centro de Torrent atraen a consumidores de otras poblaciones que solían pasar con el coche, ver las tiendas y comprar. Ahora no les es posible pasar con el coche pero tampoco hay calles agradables en las que sentarse o pasear, ya que no existen demasiados bares, parques, bancos para sentarse, etc.

CAMI REAL Y CALLE VALENCIA

Estas dos calles presentan una problemática diferente al resto de la ciudad, pues cuentan con actividad comercial reducida.

Ambas forman parte del barrio del Xenillet, zona calificada de **vulnerable** por la situación generalizada de infravivienda, bajos niveles de renta y el elevado riesgo de exclusión social de su población, mayoritariamente de etnia gitana, árabe y rumana *(Memoria de Iniciativa URBANa del barrio del Xenillet*).

Aunque los primeros pasos de regeneración física del territorio ya están dados, gracias a los proyectos cofinanciados por la Unión Europea a través de la Iniciativa Roma-Net.

Es necesario actuaciones municipales en el ámbito de la **limpieza y el control de plagas**, pues a los encuestados les resulta frecuente ver cucarachas y ratas. Igualmente se mencionaron problemas de **inundaciones** debido a la falta de limpieza de los sumideros,

Además, estas dos calles presentan una gran cantidad de comercios minoristas cerrados

CONSTITUCIÓN-GERMANÍAS

Esta zona, al norte de la Avenida Al Vedat, ha tenido tradicionalmente buena oferta comercial, con amplia presencia de todo tipo de locales, según comentarios de comerciantes y consumidores entrevistados en el barrio,

Desde el inicio de la crisis su dinamismo se ha ido perdiendo y los negocios, cerrando, pese a tratarse de un área con parques y plazas, colegios, el otro Mercado Municipal de Sant Gregori y su cercanía a la Avenida.

AVENIDA AL VEDAT

Se trata de la principal arteria comercial de Torrent, la que concentra el mayor número de negocios, incluyendo la mayoría de las franquicias multinacionales que están presentes en el municipio, así como una amplia oferta de servicios.

La estación de metro Avinguda se encuentra en la mitad de la calle, con parada de taxis enfrente de la misma; presenta también buena frecuencia de autobuses urbanos.

El bulevar central está frecuentemente muy concurrido, pues hay espacio para pasear con zonas arboladas, que conecta con la zona de las Américas, de reciente construcción.

En esta zona se concentran además la mayoría de actuaciones de animación comercial, puesto que cuenta con mayor afluencia de viandantes.

PADRE MÉNDEZ

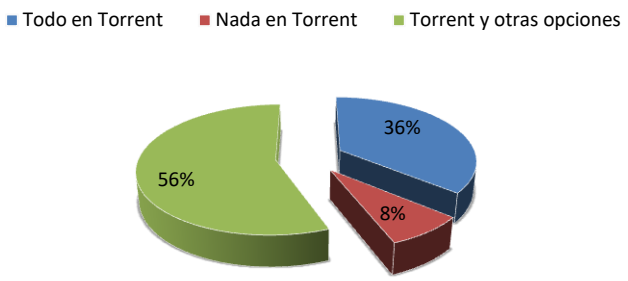
Esta calle, paralela a la Al Vedat por el sur, es la segunda zona comercial por detrás de la Avenida.

Cuenta con plazas y parques con bares, terrazas y mucho movimiento, y también se localizan en esta área colegios e institutos.

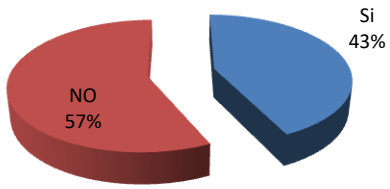
La oferta de comercios y servicios es bastante amplia,

ENCUESTAS A CONSUMIDORES

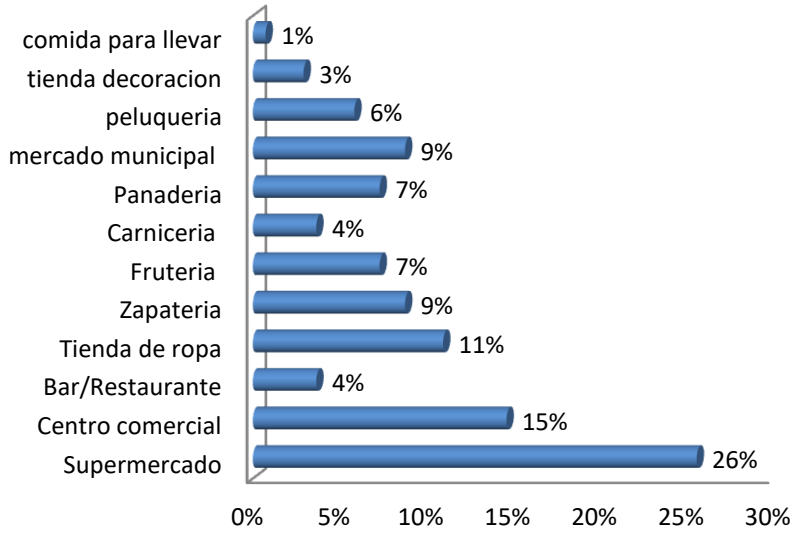
Hábitos de consumo



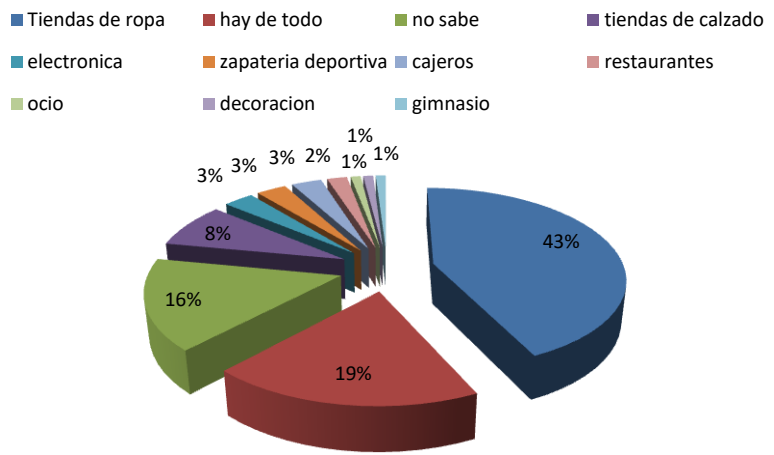
Participación en campañas de animación



Tipos de establecimientos más frecuentados



Negocios que faltan en Torrent segun consumidores



Bos Consulting

Línea 1: Mejorar la imagen de la ciudad: actuaciones



Línea 1: relación de actuaciones propuestas.

- ✓ Mejoras estructurales a acometer para la mejora de la actividad comercial: aparcamiento.
- ✓ Mejoras estructurales a acometer para la mejora de la actividad comercial: iluminación.
- ✓ Mejoras estructurales a acometer para la mejora de la actividad comercial: limpieza.
- ✓ Desarrollo de la imagen corporativa del comercio local

Esta línea contiene actuaciones destinadas a la mejora de imagen a través de la creación de una imagen de marca Torrent y la mejora de las infraestructuras existentes.

Potenciar y mejorar la imagen y la identidad de la ciudad es el objetivo de esta línea de actuación.

Hacer un concepto de marca Torrent como ciudad cómoda, limpia habitable, de gente educada.

Hacer que todos los ciudadanos se sientan orgullosos de Torrent y se transmita a la gente que viene de fuera. Elegir mensaje contando con la participación de los agentes sociales, públicos, privados y, sobre todo, los vecinos del barrio.

Actuaciones para la transformación de espacios desde el punto de vista paisajístico y artístico. El objetivo último de esta línea es que sean los propios vecinos quienes se identifiquen con su ciudad y pongan de relieve los valores que atesora, mostrando al exterior con orgullo la singularidad de su entorno, lo que incidirá a largo plazo en la conservación de cada barrio y, con ello, en la calidad de vida de la ciudad y sus habitantes.

En zonas con una menor afluencia comercial se deben plantear opciones alternativas como la creación de espacios de atracción para creadores, diseñadores que pudieran hacer del barrio la zona alternativa de diseño y nuevas tendencias que renueven la oferta comercial que ofrece la ciudad.

En el marco de esta línea estratégica se plantean actuaciones estructurales relacionadas con la movilidad, la iluminación y la limpieza para posteriormente crear una marca de ciudad.

Línea 2: Modernización del tejido empresarial.



Las pequeñas y medianas empresas comerciales constituyen uno de los pilares básicos del comercio, especialmente en los barrios de las ciudades.

El sector del comercio minorista opera en un mercado cada vez más maduro y competitivo que le obliga, a buscar estrategias para anticiparse al cambio del entorno.

La transformación de los mercados a los que se dirige la actividad ha motivado una redefinición del negocio en función de los diferentes grupos de demanda.

Por otra parte, el uso cada vez más masivo de las redes sociales de internet por parte de los ciudadanos está proporcionando nuevos canales de comunicación directa con el cliente real y potencial. Estas redes, podrán ser utilizadas por los comercios para crear vínculos entre ellas y su público objetivo.

En esta línea el objetivo es avanzar en la mejora de la competitividad de las pymes del sector comercial a través de la mejora en la gestión del punto de venta, mediante la realización de diagnósticos individualizados en cada negocio participante y la adopción de soluciones innovadoras.

Veremos actuaciones de modernización de los comercios tanto desde el punto de venta: estético y de gestión, de escaparates y de interiorismo, como afrontar la modernización desde el punto de vista virtual abarcando la potencia que nos permiten las nuevas tecnologías al servicio de cada negocio.

Línea 2: Relación de actuaciones propuestas

- ✓ Impulsar el uso de las TIC en el comercio.
- ✓ Escaparatismo e interiorismo comercios.
- ✓ Campaña de promoción del comercio local: proyecto piloto de reparto a domicilio en bicicleta.

Bos Consulting

Línea 3: Formación y capacitación para profesionalización del comercio



Las empresas comerciales poseen una escasa concienciación de la importancia de la gestión del negocio en aspectos tales como el merchandising, el escaparatismo, comunicación con el cliente, publicidad, gestión de stocks, interiorismo, entre otros.

Este hecho, unido a la carencia de recursos y la dificultad de acceso a financiación lleva a muchos empresarios del comercio a limitar las acciones en su comercio.

En esta línea trabajaremos la capacitación tanto al empresario actual para poder darle herramientas para poder mejorar su rendimiento empresarial como a aquel emprendedor potencial que necesita tener formación sobre determinados parámetros del negocio en el que pretende emprender tanto desde un punto de vista genérico, válido para cualquier tipo de negocio como en el correspondiente a cada sector.

A su vez plantearemos soluciones de emprendimiento para la población desempleada.

Línea 3: Relación de actuaciones propuestas.

- Capacitación para la profesionalización a los comercios existentes
- Capacitación para el impulso al emprendimiento
- Capacitación a la población desempleada en aspectos relacionados con el comercio