

- ▶ **Municipio en crecimiento.** En la última década el municipio ha experimentado un crecimiento demográfico notable. Ha incorporado más de 5.000 nuevos residentes desde 2001 a 2011, lo que implica un incremento relativo del 33,38%.
- ▶ **Sant Joan d'Alacant, San Vicent del Raspeig, El Campello y Mutxamel conforman junto con Alicante una conurbación de 460.651 habitantes** que se ha ido intensificando en los últimos años y cuyos desplazamientos y estilos de vida y consumo pueden repercutir en el desarrollo comercial del conjunto del área metropolitana.
- ▶ **El municipio es receptor de familias jóvenes.** El desarrollo urbano del municipio y su posición en el área metropolitana de Alicante, ha hecho que Sant Joan d'Alacant –junto con otros municipios del entorno– se haya consolidado en los últimos años como receptor de familias jóvenes.
- ▶ **La población de Sant Joan d'Alacant presenta una estructura demográfica moderadamente joven:** el 52% de la población tiene menos de 40 años.
- ▶ Sant Joan d'Alacant **es el municipio de la provincia de Alicante con mayor porcentaje de población con estudios universitarios.**
- ▶ Además de la cifra de residentes censados, **Sant Joan d'Alacant cuenta con una población vinculada de 14.692 personas**, sobre todo porque poseen segunda residencia en el municipio. También es significativo que más de 5.000 personas acuden diariamente por motivos laborales.



- ▶ **Economía terciarizada.** Debido al notable desarrollo de las actividades de servicios, como consecuencia de la conurbación formada por la extensión del municipio de Alicante, se ha ido consolidando una economía basada principalmente en los servicios.
- ▶ **El 77% de la población ocupada se dedica al sector terciario.**
- ▶ **Las actividades comerciales son mayoritarias en el sector servicios.**
- ▶ El comercio minorista de Sant Joan d'Alacant está integrado por 235 establecimientos minoristas y 62.813 metros cuadrados de superficie comercial.
- ▶ **El 90,7% de la oferta comercial es comercio de proximidad.** Está formado por pequeños comercios de alimentación, droguería y perfumería, equipamiento personal, del hogar, ocio y cultura, tecnología y otros productos diversos.
- ▶ **La oferta comercial de atracción ubicada en la carretera de Valencia** la conforma un 5,5% de comercio mixto por secciones y un 3,8% de medianas y grandes superficies especializadas que, de forma conjunta, ofrecen una superficie de venta equivalente al 77,3% de la superficie comercial de Sant Joan d'Alacant.
- ▶ **Poca dotación comercial en Sant Joan d'Alacant,** con un índice de dotación de 10,6 establecimientos por mil habitantes.
- ▶ **Una sala de ventas extensa.** Cuenta con 2,8 metros cuadrados por mil habitantes frente a 1,3 computados en la Comunitat Valenciana.
- ▶ **Gran concentración comercial en el núcleo urbano** que cuenta con nueve de cada diez comercios de Sant Joan d'Alacant.
- ▶ **Se han identificado cuatro ejes comerciales importantes** que integran 8 calles con 98 comercios minoristas (41,7%) y 7.908 m<sup>2</sup> (12,5%).
- ▶ **Los puntos fuertes del comercio de Sant Joan son la calidad de los productos,** los servicios que presta el comercio y la comodidad de desplazamiento hasta el comercio.
- ▶ **Los aspectos que podrían mejorarse** –según las valoraciones de los consumidores- **son los relativos a los precios de los productos y el atractivo de los escaparates.**



## Conclusiones del análisis del consumidor en Sant Joan d'Alacant.

- ▶ Cada consumidor gastó en 2010 un importe de **3.206 euros en bienes de comercio**.
- ▶ Cada residente de Sant Joan d'Alacant gastó en 2010 en compra de bienes de comercio **un 26,7% más que en 2006**.
- ▶ **Para la compra de productos de alimentación los residentes prefieren el supermercado** y, concretamente, Mercadona es el más frecuentado.
- ▶ **La mitad de los residentes frecuenta las cadenas franquiciadas y medianas superficies especializadas para adquirir bienes de equipamiento personal**, independientemente de donde están situadas.
- ▶ **Los residentes de Sant Joan gastan más de ocho euros de cada diez los en el comercio de Sant Joan** y el euro y medio restante, lo destinan casi en su totalidad, al comercio de Alicante.
- ▶ **El 18% de los visitantes del entorno acude a Sant Joan d'Alacant exclusivamente con fines comerciales**. El binomio comercio-hostelería es el más utilizado, seguido de las visitas a familiares y ocio y cultura.
- ▶ La estimación del gasto efectuado por los visitantes procedentes de diferentes municipios asciende en Sant Joan d'Alacant a 38,67 millones de euros. La mayor parte de gasto atraído por el comercio de Sant Joan se dirige a la adquisición de bienes de alimentación y perfumería.
- ▶ La mayoría de visitantes compradores procede de Alicante, incluyendo la zona de Playa de San Juan y municipios del entorno: Mutxamel, El Campello y Sant Vicent del Raspeig



## Nivel de adecuación de la oferta a la demanda comercial computada en San Joan d'Alacant.

La cuantificación de la demanda comercial que se produce en un municipio -y se obtiene mediante la suma del gasto que realizan los distintos colectivos de compradores- se puede comparar con un volumen de negocio estándar, que denominamos rendimientos teóricos <sup>1</sup> para analizar en qué medida, la oferta comercial existente es adecuada al volumen de demanda comercial.

Los grupos de gasto en comercio identificados en Sant Joan d'Alacant son:

- ▶ **Residentes.** Constituyen la principal fuente de ingresos para el comercio de Sant Joan. El gasto que realizan en el comercio de Sant Joan equivale al 57% del gasto total computado. Este porcentaje se obtiene una vez deducido del gasto de los residentes, el importe de gasto que destinan al comercio foráneo.
- ▶ **Visitantes y turistas.** Constituyen el colectivo de compradores que vienen a realizar compras a Sant Joan, ya sea porque están pernoctando en el municipio por motivos vacacionales o porque residen en municipios del área de influencia comercial de Sant Joan d'Alacant y acuden con cierta frecuencia a comprar. El gasto que efectúan estos colectivos en el comercio de Sant Joan asciende a 38,6 millones de euros, que representan el 36,8% del gasto estimado.
- ▶ **Gasto empresarial.** Además de los anteriores colectivos se incluye el grupo de empresas o negocios que adquieren sus productos directamente en el comercio minorista, convirtiéndose en clientes del mismo y en un grupo de compradores que hay que considerar en el cómputo global. Este grupo realiza un gasto, sobre todo en alimentación y su porcentaje de gasto en comercio con respecto al total de la localidad asciende al 6,2%.

### Un oferta sobredimensionada por constituir una oferta de atracción.

De acuerdo a los indicadores de oferta comercial comparados con los de la provincia de Alicante o la Comunitat Valenciana, ya se ha observado que hay determinados equipamientos comerciales en Sant Joan d'Alacant cuya vocación no es tanto la de abastecer a la población residente sino la de atraer a un grupo de residentes del entorno.

---

<sup>1</sup> Rendimiento teórico. Es la cifra de facturación que, en teoría, permite a un comercio minorista, en función de su tipología comercial, formato y tipo de municipio en el que se localiza, mantenerse en el mercado.

Este hecho se ve reforzado al analizar los datos de adecuación de oferta comercial a la demanda comercial de Sant Joan d'Alacant. La existencia de la oferta de bienes con un impacto comercial supramunicipal se refleja en los resultados del balance comercial que arrojan una diferencia negativa de 14,17 millones de euros o de desequilibrio comercial en Sant Joan d'Alacant.

No obstante, es conveniente analizar el nivel de equilibrio detectado para cada grupo de bienes:

#### **Bienes diarios.**

El resultado en esta partida de gasto al comparar los datos de demanda comercial y de oferta muestra una situación de equilibrio comercial con una cifra negativa de 0,35 millones de euros, que refleja una adecuación de la oferta comercial a la demanda que se produce.

Esta situación se explica porque, pese a que la oferta comercial de bienes diarios en Sant Joan d'Alacant es amplia, el municipio tiene capacidad de atracción de gasto hacia los grandes equipamientos y el mercadillo.

En un futuro se plantea que la oferta comercial pueda crecer en relación al crecimiento del número de residentes y a la capacidad de generar nuevos flujos de gasto procedentes de los residentes del entorno o de nuevos turistas.

#### **Equipamiento personal.**

En esta partida de bienes se produce un pequeño desequilibrio comercial positivo de 2,7 millones de euros, que refleja, a priori, que hay una demanda comercial insatisfecha.

Las conclusiones que pueden extraerse al analizar los resultados son las siguientes:

- ▶ Se ha estimado una fuga de gasto ligeramente por debajo de la que se produce.
- ▶ Existe menos capacidad de atracción de gasto en equipamiento personal que el que se ha computado.
- ▶ Los comercios minoristas de equipamiento personal obtienen rendimientos inferiores a los que se han calculado.

En cualquier caso, la mayor fuga de gasto de los residentes de Sant Joan se produce en la compra de ropa, calzado y complementos, sobre todo hacia Alicante.



Las posibilidades de crecimiento de la oferta comercial de este tipo implica la implantación de una oferta comercial muy diferenciada y atractiva para que pueda generar fijación del gasto de los residentes o pueda atraer nuevos grupos de visitantes.

#### **Equipamiento del hogar y bienes ocasionales.**

En ambos grupos de actividad se obtienen desequilibrios negativos de 10 millones, 25 millones y 6,3 millones de euros, respectivamente.

Los motivos pueden ser, principalmente.

- ▶ La capacidad de atracción de gasto de este comercio se ha subestimado y es superior a la que se considera.
- ▶ Los comercios implantados están obteniendo volumen de negocio por encima a los rendimientos teóricos cuantificados.

El crecimiento de este tipo de oferta no depende del crecimiento de la población sino de la capacidad de generar nuevos flujos de gasto y atracción de compradores visitantes y turistas hacia la zona comercial de Sant Joan.

| <b>Tabla 5.1 Gasto Comercializado en Sant Joan d'Alacant Euros (2011)</b> |  |                   |                   |                               |                      |            |  |
|---|--|-------------------|-------------------|-------------------------------|----------------------|------------|--|
|   | Gasto comercializable de los residentes en Sant Joan d'Alacant | Gasto atraído     | Gasto evadido     | Gasto empresarial y hostelero | Gasto comercializado | %          |  |
| Bienes diarios  | 41.605.131   | 25.381.568        | 1.705.810         | 5.408.667                     | 70.689.556           | 67,2       |  |
| Equipamiento Personal   | 13.679.092   | 3.683.963         | 7.290.956         | 0                             | 10.072.099           | 9,6        |  |
| Equipamiento del Hogar  | 8.376.341  | 5.780.674         | 2.043.827         | 1.088.924                     | 13.202.112           | 12,6       |  |
| Otros productos   | 9.107.624  | 3.821.130         | 1.721.341         | 0                             | 11.207.413           | 10,7       |  |
| <b>TOTAL</b>  | <b>72.768.188</b>  | <b>38.667.335</b> | <b>12.761.934</b> | <b>6.497.591</b>              | <b>105.171.180</b>   | <b>100</b> |  |

*Oficina Comercio y Territorio 2011*

| <b>Tabla 5.2 Gasto Comercializado en Sant Joan d'Alacant Euros (2010)</b> |                      |                    |                    |              |  |  |  |
|---|----------------------|--------------------|--------------------|--------------|--|--|--|
|   | Gasto comercializado | Gasto captable     | Balance comercial  | %            |  |  |  |
| Bienes diarios  | 70.689.556           | 71.034.584         | -345.028           | -0,5         |  |  |  |
| Equipamiento Personal   | 10.072.099           | 7.358.635          | 2.713.464          | 36,9         |  |  |  |
| Equipamiento del Hogar  | 13.202.112           | 23.457.480         | -10.255.368        | -43,7        |  |  |  |
| Otros productos   | 11.207.413           | 17.498.125         | -6.290.712         | -36,0        |  |  |  |
| <b>TOTAL</b>  | <b>105.171.180</b>   | <b>119.348.824</b> | <b>-14.177.644</b> | <b>-11,9</b> |  |  |  |

*Oficina Comercio y Territorio 2011*

Como se desprende de los análisis cualitativos y cuantitativos llevados a cabo sobre los diferentes aspectos generales y elementos concretos que conforman la complejidad del espacio público urbano, se puede concluir que si bien la percepción general es positiva, tanto en lo que respecta a los indicadores relacionados con el confort, como a los relacionados con la protección y el disfrute, los indicadores cuantitativos acotan en mayor medida cuáles son las verdaderas disfuncionalidades del espacio público urbano y por dónde han de dirigirse las medidas correctoras y las propuestas de intervención.

Del mismo modo que suele ocurrir en otros enclaves urbanos, los aspectos relacionados con la movilidad y el tráfico son los que generan mayores problemas y en los que se encuentran las mayores disfuncionalidades, pues los hábitos de movilidad de los residentes generan fricciones sobre la estructura y funciones urbanas.

El reto en el caso de Sant Joan d'Alacant pasa por salvaguardar la identidad de su casco urbano, adaptarlo a las nuevas necesidades de movilidad y nuevos estándares pero sin perder sus rasgos característicos.

Las principales conclusiones derivadas del análisis urbano-comercial son:

- ▶ Escaso interés prestado a la imagen y diseño del espacio público.
- ▶ Saturación del estacionamiento viario, llegando a generar tráfico parásito o de paso, debido a la escasez de la oferta existente.
- ▶ Infradotación de elementos de mobiliario urbano en ejes comerciales secundarios.
- ▶ Pérdida de la imagen identificativa.
- ▶ Monopolización del espacio público por las funciones de circulación y estacionamiento, convirtiéndose en un espacio residual entre edificios y vías.
- ▶ Envejecimiento poblacional del casco urbano tradicional y transformación de la periferia en "ciudad dormitorio".
- ▶ Escala urbana cómoda para el residente y visitante.
- ▶ Mantenimiento de costumbres y modos de vida tradicionales, al menos por parte de la población residente.
- ▶ Trama urbana sencilla, racional y ordenada con una orografía plana. Transitible y tranquila.

- ▶ Salvaguardar y poner en valor, mediante los mecanismos oportunos, las características ambientales, de conjunto, con que cuenta el casco urbano, conservando su identidad a través del espacio público.
- ▶ Potenciar la creación de rutas urbanas mediante sinergias ocio/cultura/comercio que favorezcan el desarrollo del sector comercial y de servicios vinculado a actividades lúdicas, culturales y turísticas que se pueden desarrollar en el casco urbano de Sant Joan.
- ▶ Lograr que el espacio urbano de Sant Joan sea agradable y adecuado a las distintas necesidades de los diferentes grupos de usuarios: niños, adultos, ancianos y personas con movilidad reducida, tanto residentes como visitantes.

| Fortalezas  | Debilidades   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Un solo municipio con dos áreas comerciales consolidadas.</li> <li>▶ Posee una oferta comercial de atracción propia de un municipio de gran tamaño.</li> <li>▶ El comercio del centro urbano muestra una importante concentración comercial a lo largo de 4 grandes ejes donde se ubica el 41,7% de la oferta comercial y el 12,5% de la superficie de venta.</li> <li>▶ El mercadillo de los sábados genera atractivo durante los fines de semana.</li> <li>▶ La actividad de restauración del centro está bien valorada y se percibe como una actividad complementaria a la de la compra.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El municipio carece de identidad comercial que permita comunicar la oferta comercial variada y completa.</li> <li>▶ Falta de locomotoras comerciales en el centro urbano.</li> <li>▶ Ausencia de cines y/o establecimientos de ocio familiar en el centro urbano.</li> <li>▶ Poca incidencia del Mercado Municipal</li> <li>▶ Escasa profesionalización de los comerciantes del Mercado Municipal.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El eje comercial de la carretera de Valencia no se identifica con el municipio de Sant Joan.</li> <li>▶ La falta de conexiones del eje comercial de la carretera de Valencia con el centro urbano.</li> <li>▶ Falta de atractivo del eje de la carretera.</li> <li>▶ Baja capacidad de atracción del Mercado Municipal que no contribuye a su posicionamiento como locomotora comercial.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Convertir la carretera de Valencia en el "Boulevard de Sant Joan", para que se identifique la gran concentración comercial con el municipio y no con una continuidad de Alicante.</li> <li>▶ Actuaciones de urbanismo comercial dirigidas a la puesta en valor de los principales ejes comerciales de Sant Joan.</li> <li>▶ Identificación de rutas gastronómico-comerciales que permitan aprovechar el atractivo de la restauración.</li> <li>▶ Consolidación del cluster de la salud que puede otorgar al municipio una especialización profesional.</li> <li>▶ La población flotante, estudiantes universitarios y profesionales de la salud que tienen peso sobre el número de residentes y son consumidores potenciales del comercio de Sant Joan.</li> <li>▶ Profesionalización de los comerciantes del sector.</li> </ul> |
| Amenazas  | Oportunidades   |

