



## ESTUDIO DINAMIZACIÓN COMERCIAL DEL EJE ALFONSO XIII DE ELDA RESUMEN EJECUTIVO



coto@cotoconsulting.com - www.cotoconsulting.com

## FASES PROCESO ESTUDIO

**El objetivo central del trabajo a realizar es el de obtener un diagnóstico y propuestas de acción que sirvan, de forma eficaz y real, para la toma de decisiones pertinentes acerca de las inversiones y acciones a desarrollar para lograr dinamizar la actividad económica del Eje Alfonso XIII y su entorno, convirtiendo el barrio Elda-Sur en un espacio confortable y de encuentro para los residentes de la zona, a la vez que se facilite la conexión con el centro. El enfoque pasa por consolidar la Avenida Alfonso XIII como principal eje comercial de la zona Sur del casco urbano y lograr potenciar, a su vez, el resto del tejido comercial y de servicios de su ámbito.**

Análisis **URBANO  
COMERCIAL**

**ESTUDIO DE  
MERCADO**

Oferta comercial,  
Clientes y Residentes

**PROPUESTAS** de  
actuación e inversión

# ANÁLISIS URBANO-COMERCIAL

### Distribución población por distritos

La población de Elda se divide administrativamente en 5 distritos y un total de 52.620 hab. (padrón 2017) , siendo el reparto de la población entre estos bastante irregular.

**Distrito 1:** Representa el 12,8% de la población.

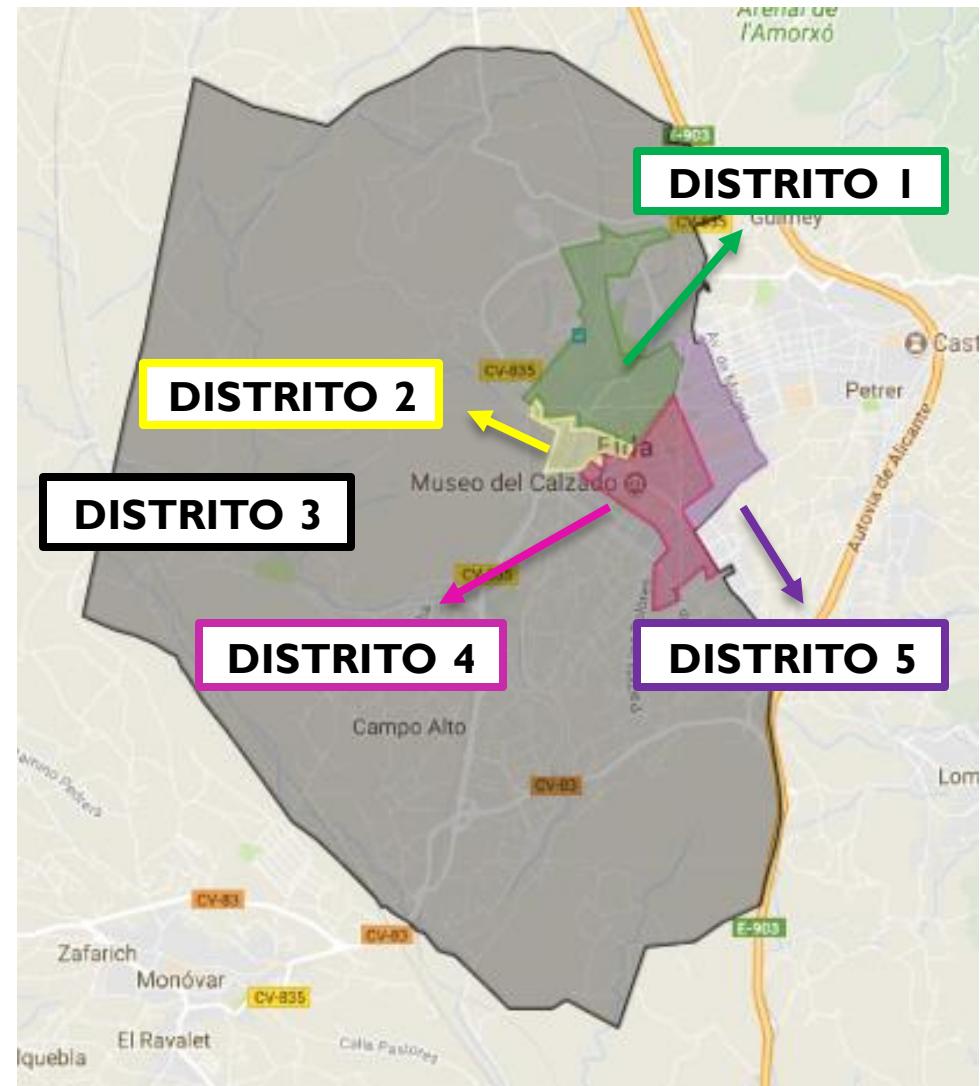
**Distrito 2:** Representa el 9,8% de la población.

**Distrito 3:** Representa el 2,2% de la población.

**Distrito 4:** Representa el 48,2% de la población (25.377 habitantes)

Es el distrito con el mayor número de población y donde se encuentra el Eje comercial objeto de estudio: **Eje Alfonso XIII.**

**Distrito 5:** Representa el 26,2% de la población.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, Censos, 2011 (Último disponible)

## Área de Influencia: Estructura población del área

**El área del eje de Alfonso XIII se compone de la Avenida Alfonso XIII y las calles adyacentes:**

CRUZ (LA)	LUIS BATLLES	ROSALES
DOCTOR ARRUGA	MIGUEL SERVET	SAN QUINTIN
DOCTOR CASTROVIEJO	OLIMPIADAS (LAS)	VELAZQUEZ
EPISODIOS NACIONALES	PADRE RODES	VIRGEN DESAMPARADOS
FUNDADORES INDUSTRIA CALZADO		

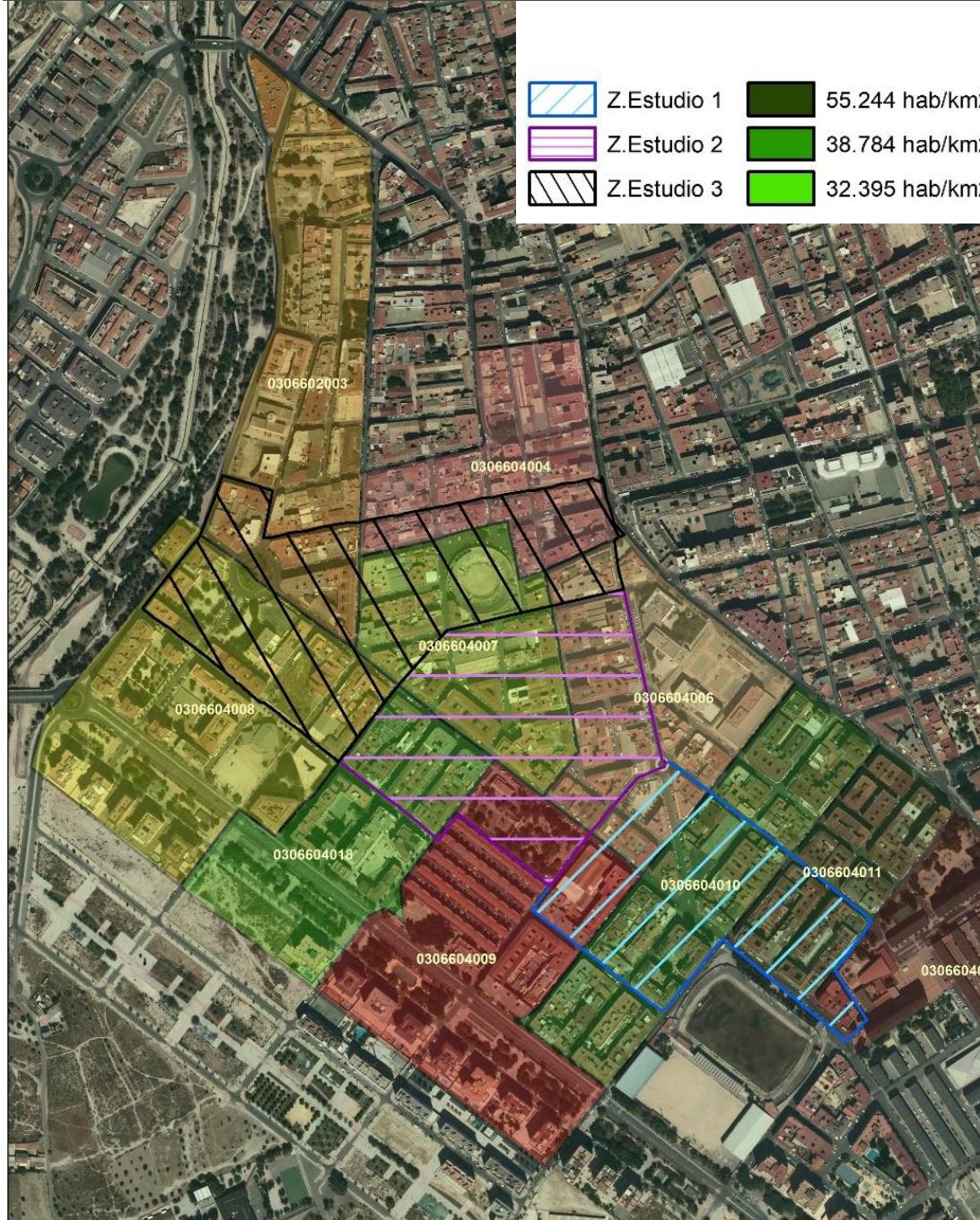
Sexo	HOMBRES	MUJERES
AVENIDA ALFONSO XIII	478	488
CALLES ADYACENTES	1331	1330
TOTAL	3.657 (14,4% de la sección censal)	

GRUPOS EDAD	Avenida Alfonso XIII		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
0 A 17 AÑOS	73	63	136
18 A 29	73	70	143
30 A 44	93	74	167
MÁS DE 45	239	281	520
TOTAL	478	488	966

GRUPOS EDAD	Calles adyacentes		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
0 A 17 AÑOS	211	181	392
18 A 29	198	147	345
30 A 44	272	244	516
MÁS DE 45	650	758	1408
TOTAL	1331	1330	2661

En Eje Alfonso XIII no hay una diferencia importante entre sexo. Teniendo en cuenta los grupos de edad, tanto en la Avenida como en las calles adyacentes se comporta igual en cuanto a sexo, en cuanto a edad, la población mayor de 45 años superior al total de los grupos de menor edad, alrededor del 53%. A destacar, en las calles adyacentes, el grupo menor de 17 es mayor al grupo de entre 18 y 29 años.

## Densidad Poblacional por sección



### Leyenda

Z.Estudio 1	55.244 hab/km <sup>2</sup>	27.905 hab/km <sup>2</sup>	25.030 hab/km <sup>2</sup>	16.926 hab/km <sup>2</sup>
Z.Estudio 2	38.784 hab/km <sup>2</sup>	25.445 hab/km <sup>2</sup>	24.993 hab/km <sup>2</sup>	
Z.Estudio 3	32.395 hab/km <sup>2</sup>	25.161 hab/km <sup>2</sup>	23.951 hab/km <sup>2</sup>	

Si tenemos en cuenta la densidad poblacional en las zonas de influencia del eje, se diferencian distintos puntos:

Las zonas cercanas al eje no destacan por ser las más pobladas, la densidad poblacional de la mayor parte del eje oscila entre los indicadores de 24.000 hab/km<sup>2</sup> y los 27.000 hab/km<sup>2</sup>.

La parte que tiene una densidad inferior (23.000 hab/km<sup>2</sup> máximo) es debido a la ubicación del polideportivo y parque.

**Por lo que podemos decir que la Avenida Alfonso XIII presenta una densidad poblacional elevada.**

\*Indicador: Tipo de densidad habitante por Km<sup>2</sup>

## Análisis urbano: Evaluación Elementos del eje

Elementos del eje	Datos a valorar	Calificación*
<b>Carga/Descarga:</b> Número de espacios de carga y descarga	Total de 7 espacios de Carga/Descarga, ocupando un espacio de 80m. Siendo adecuado teniendo en cuenta los comercios de la avenida.	<b>B</b>
<b>Acceso a vecinos (VADO):</b> Número de vados habilitados	Total de 7 espacios para el acceso de los vecinos, VADOS. Con un total de 24m en la calle	<b>B</b>
<b>Terrazas:</b> Número de terrazas	Total de 4 terrazas de los comercios de restauración. Ocupan 44,5m.	<b>B</b>
<b>Transporte público:</b> Número de paradas de autobús.	<b>Una sola</b> parada de autobús, de un total de 11 metros.	<b>N</b>
<b>Pasos peatonales:</b> Existencia y adaptabilidad a personas con movilidad reducida	Total 11 pasos de peatones cruzando la avenida y 15 pasos de cebra entre las calles adyacentes al eje. La <b>adaptación</b> de los pasos de peatones para personas con movilidad reducida <b>no es total</b> y se encuentran escalones.	<b>M</b>
<b>Mobiliario Residuos:</b> Contenedores y Papeleras	Un total de 20 contenedores. Hay contenedores de orgánico y de reciclaje a lo largo del eje.	<b>N</b>
<b>Mobiliario Descanso/ Sombras:</b> Bancos y Arbolado	Se encuentran <b>sólo 8 bancos</b> en la zona cercana al parque al igual que el arbolado que sólo está presente en la misma manzana.	<b>MM</b>
<b>Estacionamiento:</b> Plazas aparcamiento regulares y personas con movilidad reducida	<b>Total</b> de 126 plazas de turismo regulares (515,32m), 16 plazas de moto (21m) y una plaza para personas con movilidad reducida (4,5m)	<b>N</b>
<b>Alumbrado público:</b> Estado conservación y número	La distancia entre las farolas, luminarias, es de 17m. En ambos lados. La <b>intensidad</b> de las mismas no es suficiente para mantener la avenida iluminada por la noche.	<b>M</b>
<b>Accesibilidad rodada y peatonal</b>	<b>Buena</b> accesibilidad rodada por ambos extremos de la avenida (principales) y de las calles adyacentes. Igual que el acceso peatonal.	<b>B</b>

\*MM: MUY MEJORABLE; M: MEJORABLE; N: NEUTRO; B: BIEN; MB: MUY BIEN

## Análisis urbano: Estado aceras

Las aceras se encuentran muy desgastadas y descuidadas en cuanto a la limpieza se refiere.

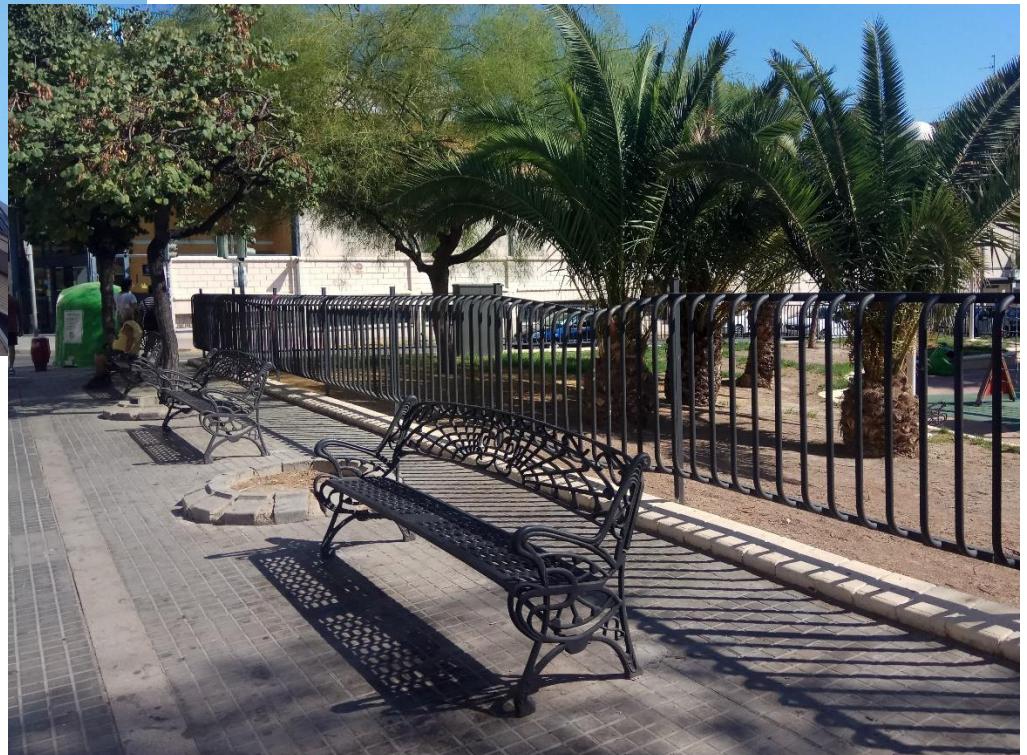


Los pasos de peatones no están totalmente adaptados a personas con movilidad reducida. Encontramos a lo largo de la avenida pasos de cebra que tienen uno de los bordes, o los dos, sin la correspondiente inclinación para facilitar el acceso a toda la población.

## Análisis urbano: Alumbrado y mobiliario de descanso



Alumbrado: El alumbrado de la calle se lleva a cabo mediante farolas de una gran altura que no proporcionan una correcta iluminación de la calle.



Mobiliario de Descanso: En toda la avenida, sólo hay una zona donde se proporciona mobiliario para el descanso. Es la acera anexa al parque, donde los metros de acera se extienden hasta ser casi peatonal.

## Análisis urbano: Limpieza

Limpieza: A lo largo de la avenida observamos que hay contenedores tanto de reciclaje como de residuos genéricos. En la mayoría de ubicaciones se pueden apreciar fuera de los contenedores y recipientes basura, denotando así una falta de los recipientes a lo largo de toda la avenida. Las papeleras se encuentran enganchadas a las farolas y son genéricas.



## Conclusiones Análisis Urbano Avenida Alfonso XIII

**La situación poblacional es favorable al eje dado que Elda tiene una importante población como municipio, es cabecera de subárea y la evolución de la población es neutra. Todo esto potencia al municipio y sus posibilidades. Si nos centramos en el Eje Alfonso XIII:**

**Es una avenida con variedad de tipologías comerciales y con posible continuidad. Tiene dos locomotoras muy potentes como son los supermercados de Mercadona y Consum, lo que da un gran poder de atracción a la avenida como eje comercial y con muchas posibilidades.**

### ASPECTOS A MEJORAR

**Aceras y Zonas peatonales:** Estado actual de las calles y anchura de las mismas. Algunos de los espacios quedan muy reducidos y no permiten la correcta circulación de los peatones. Los pasos de cebra no están totalmente adaptados (achaflanados). Además, cuidar y mejorar la limpieza de las calles.

**Mobiliario, Ornamentación de la calle, residuos y alumbrado:** Ampliar el mobiliario de descanso a lo largo de toda la avenida, arbolado y otros elementos decorativos de la calle como por ejemplo maceteros, etc. Al ser una calle comercial, se debería de ampliar el número de contenedores, tanto regulares como de reciclaje para una correcta utilización de los mismos. El alumbrado actual no es suficiente para iluminar el eje, a destacar la zona del parque que es bastante oscura sin luz natural.

**Locales vacíos:** Fomentar la ocupación de los locales vacíos con tipologías que están menos presentes en el eje.

**Comercios:** Riqueza en las tipologías comerciales, pero los comercios necesitan mejoras relacionadas con mejorar la atractividad del comercio y dar mejores servicios: Adaptación acceso a personas con movilidad reducida, diseño y estado de los rótulos, diseño/estructura de los escaparates para generar mayor atractividad y ofrecer más información.

**Se realiza un censo comercial (bajos comerciales) del Eje Alfonso XIII para determinar la estructura, características y patrones de las empresas comerciales y no comerciales, así como el grado de concentración y vitalidad.**

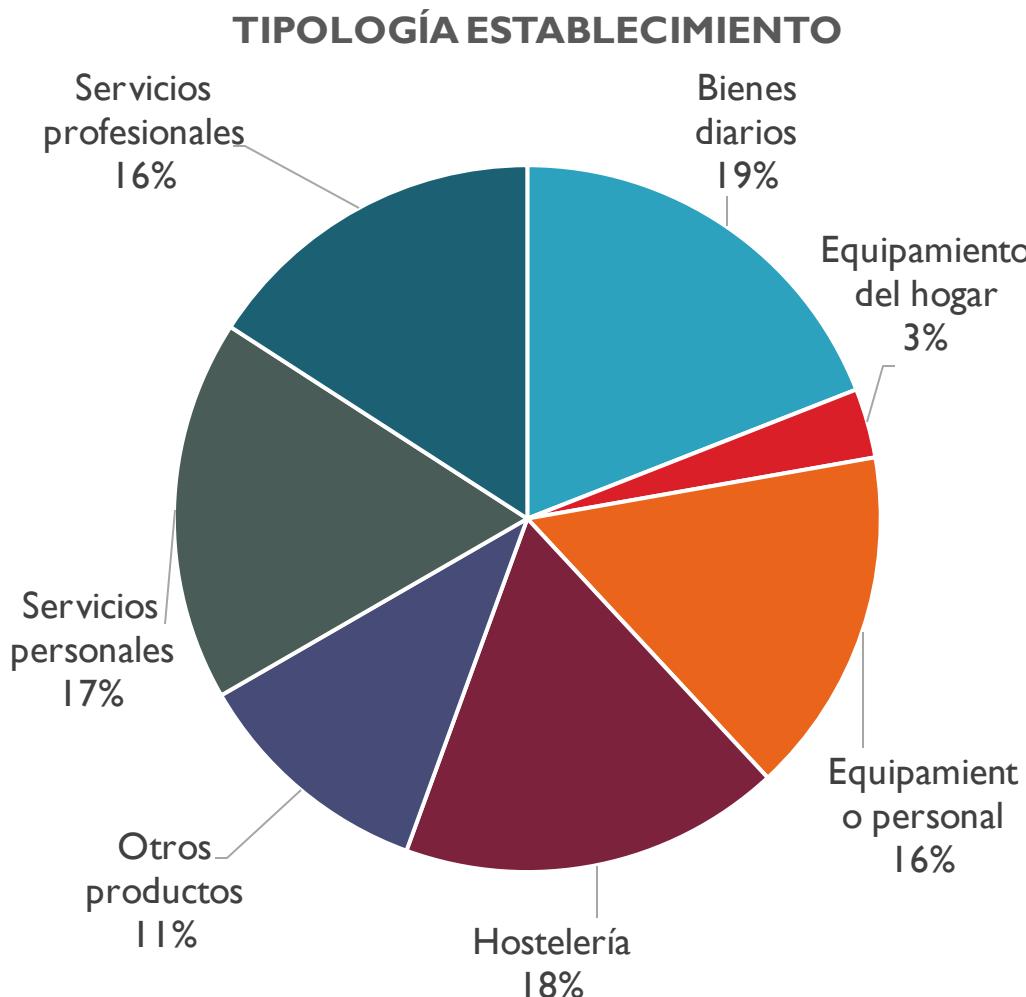
**Para realizar el censo de los comercios, se han tenido en cuenta tanto aquellos comercios que están ubicados en la avenida Alfonso XIII como aquellos comercios que su puerta no está ubicada en la misma avenida pero la totalidad o parte de sus escaparates dan a la misma, y por tanto, contribuyen al estado de la misma.**

<b>TOTAL LOCALES EJE</b>	<b>LOCALES ABIERTOS</b>	<b>LOCALES CERRADOS</b>
82	63	19

El 76% de los locales contabilizados del eje Alfonso XIII están abiertos. Un 14% se mantienen cerrados y sin ningún tipo de actividad en su interior. Este 76%, un total de 63 comercios son los que han sido objeto de estudio para realizar el censo:

## Censo Comercial Avenida Alfonso XIII

Se censan un total de **63 establecimientos abiertos ubicados en el eje**. **Bienes diarios** es la tipología con mayor presencia, siendo el 19%, seguido de **Hostelería** con un 18% y con un 17% **Servicios Personales**. Destacaremos que en **Bienes diarios** se encuentran los establecimientos de **Consum** y **Mercadona**, que juegan un gran poder de atracción al eje.



#### FI. TIPOLOGÍA PERSONAL

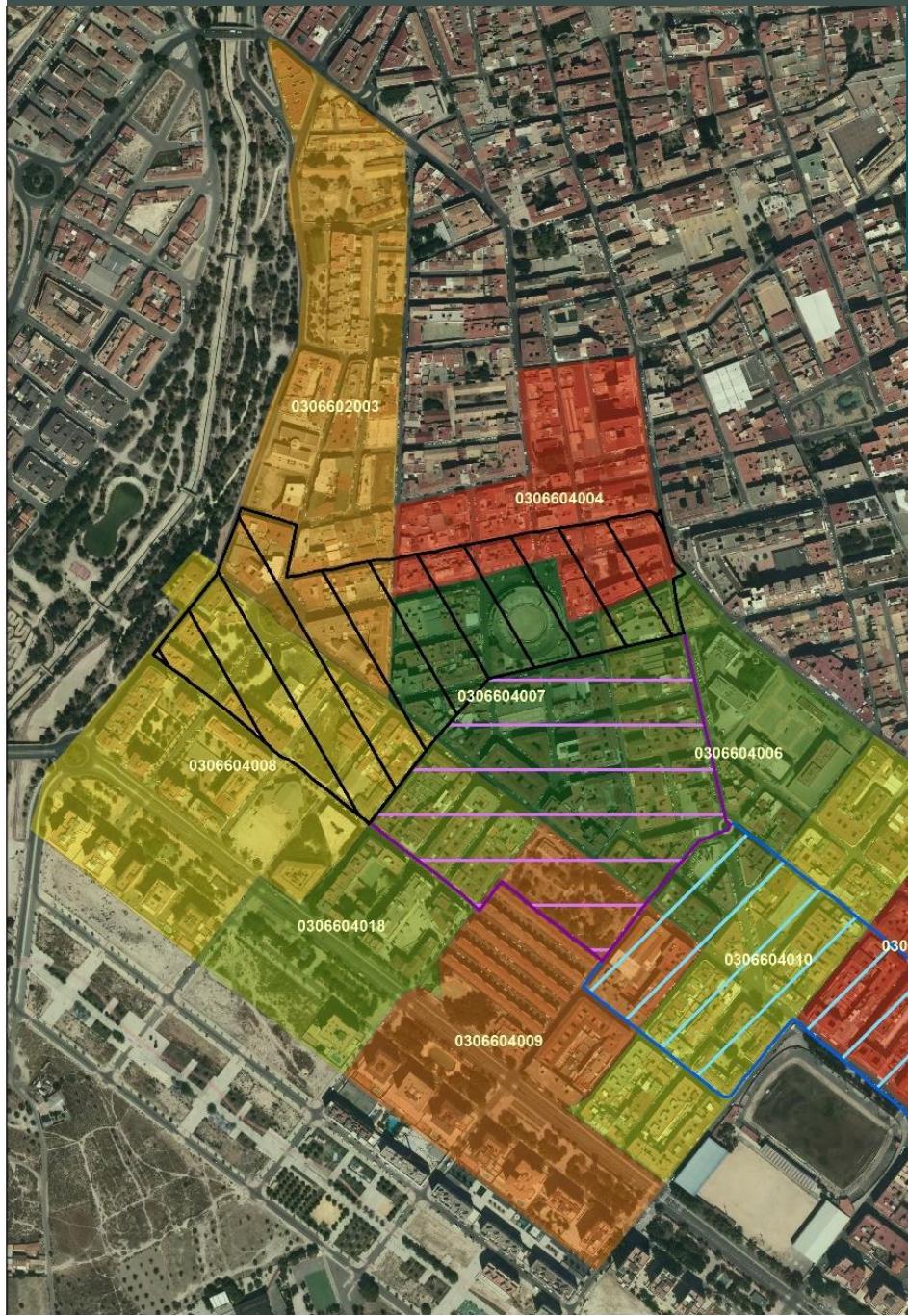
Base: 63 casos

- **Bienes diarios:** productos de alimentación y bebidas, perfumería y droguería y establecimientos en régimen de libre servicio tales como autoservicios, supermercados o similares.
- **Equipamiento personal:** prendas de vestir, calzados y complementos.
- **Equipamiento hogar:** mobiliario, menaje, decoración y otros artículos.
- **Otros productos/Bienes ocasionales:** ocio y cultura, productos consumo ocasional.
- **Servicios personales:** servicios que demanda un consumidor particular como puede ser una peluquería o un dentista.
- **Servicios profesionales:** servicios demandados tanto por particulares como por empresas como pueden ser talleres.
- **Hostelería:** cafeterías, bares y restaurantes.

# Establecimientos por categoría



## Densidad Comercial por sección



### Leyenda

Z.Estudio 1	432 com/km <sup>2</sup>	157 com/km <sup>2</sup>	56 com/km <sup>2</sup>
Z.Estudio 2	205 com/km <sup>2</sup>	102 com/km <sup>2</sup>	0 com/km <sup>2</sup>
Z.Estudio 3	176 com/km <sup>2</sup>	75 com/km <sup>2</sup>	

Teniendo en cuenta las tres zonas de estudio previamente señalizadas, vemos que la avenida tiene tramos en los que la **densidad comercial es elevada (indicador\* de 432 comercios por Km<sup>2</sup>)** y oscila entre los valores intermedios. Uno de los tramos de 56 comercios por km<sup>2</sup>, es debido a la localización del polideportivo y el parque.

Por lo que podemos decir que la Avenida Alfonso XIII tiene una **alta densidad y continuidad comercial**.

\*Indicador: Tipo de densidad de comercio por Km<sup>2</sup>

ATRIBUTOS LOCALES	MM	M	N	B	MB
<b>FACHADA:</b> Estado conservación y limpieza					
<b>FACHADA:</b> información del comercio mostrada					
<b>RÓTULOS:</b> Disponibilidad Rótulos frontales					
<b>RÓTULOS:</b> Disponibilidad Rótulos bandera					
<b>RÓTULOS:</b> Estado conservación y limpieza					
<b>ESCAPARATES:</b> Disponibilidad escaparates por local					
<b>ESCAPARATES:</b> Número y longitud					
<b>ESCAPARATES:</b> Valoración global					
<b>PUERTA ACCESO:</b> Visión disponible interior local					
<b>PUERTA ACCESO:</b> Adaptación a Ras de Suelo					
<b>PUERTA ACCESO:</b> Estado de conservación y Limpieza					

\*MM: MUY MEJORABLE; M:MEJORABLE; N:NEUTRO; B:BIEN; MB: MUY BIEN

# **RESULTADOS ENCUESTAS**

## **COMERCIANTES**

## **RESIDENTES**

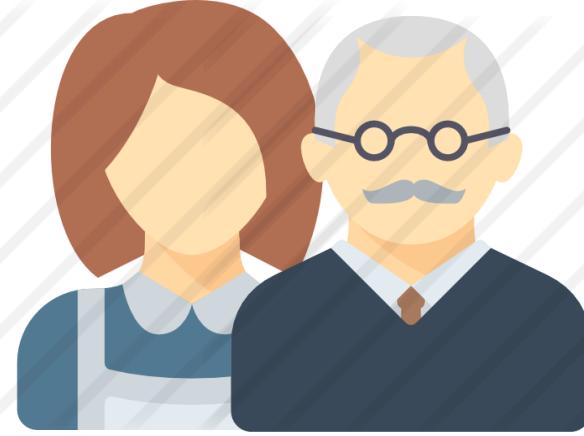
# Perfil Residente y Comerciante

## RESIDENTES



- **Mujer de 60 años, cabeza de familia, española.**
- Formación: **2 grado.**
- Hogar de 3 personas **sin hijos en casa.**
- 45,6% Jubilados / 38,9% Trabajando actualmente
- NPS Eje: **4,6**
- NPS por tipología: **Bienes diarios 25,6**
- Valoración Eje: **7,82**

## COMERCIANTES



- **Mujer de 43 años, con un negocio de Equipamiento personal/hogar y 2 trabajadores en tienda. Formación: 2 grado.**
- **Autónomo (77,1%) o Independiente (85,6%)**
- No tiene pensado dejarse el negocio (82,9%)
- No han realizado cursos en los últimos años (74,3%) y solicitan cursos de **Informática y Escaparatismo**
- Sólo el **54%** de los que tienen perfil en **Facebook lo actualiza** con frecuencia
- Antigüedad Negocio: 10 años
- Horario: Jornada Partida. Abre de lunes a sábado

# Residentes vs. Comerciantes: Comportamiento y demandas

## RESIDENTES- COMERCIANTES: COMPORTAMIENTO Y DEMANDAS

### RESIDENTES



### COMERCIANTE



### COMPORTAMIENTO EN LA AVENIDA

- **Visitan** el eje para **Comprar** en los **comercios** (92,2%), principalmente de **bienes diarios** (100%) y **servicios profesionales** (82,2%)

- **No** prevén un crecimiento de las ventas
- **Diciembre** es el mes de mayor volumen de ventas (24,3%)
- El 86,6% de los clientes proceden de **Elda**.

### DINAMIZACIÓN, Y TURISMO

- **Demandas dinamización:** Actividades de promoción conjunta (44,4%), Tarjeta de Fidelización (38,9%) y actividades de animación y eventos para adultos (35,6%)

- **Dinamización:** Campañas/ publicidad y promoción (34,3%), página web venta online, catálogo ofertas conjunto (22,9%), animación y eventos para adultos (22,9%)

# Residentes vs. Comerciantes: Urbanización

## RESIDENTES

RESIDENTES-  
COMERCIANTES:  
MEJORAS EJE



## COMERCIANTE

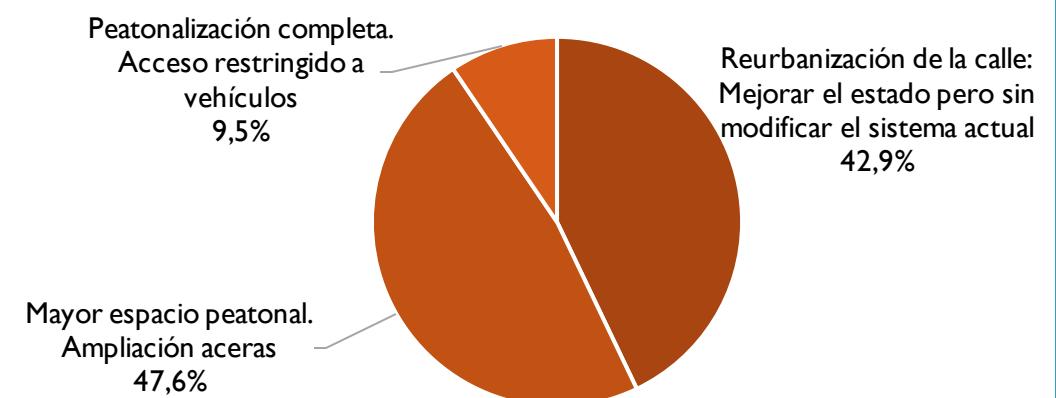


### CIUDAD

-Mejorar la **limpieza** (65,6%) y  
**ampliar aceras** (33,3%), **seguridad**  
(25,6%) y **alumbrado** (25,6%)

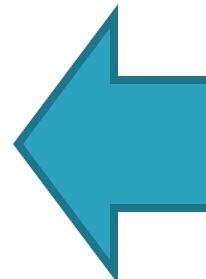
-Mejorar **estado aceras** (60%) y **ampliación**  
(47,6%). Mejorar **alumbrado** (54,3%) y  
**limpieza** (37,1%)

### GRADO DE PEATONALIZACIÓN



P10.A ¿Qué grado de peatonalización de la calle le gustaría que se realizase?

Base: 21 casos



**6 DE CADA 10 COMERCIANTES  
ENCUESTADOS SOLICITAN UNA  
MEJORA DE LAS ACERAS DE LA  
AVDA. ALFONSO XIII  
LO MÁS SOLICITADO ES  
DISPONER DE UN MAYOR  
ESPACIO PEATONAL, seguido de  
una mejora del estado sin modificar  
el sistema actual**

# Residentes – hábitos según tipología comercial

## BIENES DIARIOS

- Principales: **Mercadona y Consum** (+82%)
- Motivo: **Cercanía**,
- Sinergias: visitan una media de 3 comercios.

## RESIDENTES



## SERVICIOS PROFESIONALES Y PERSONALES

- Visitan los **bancos** (92,4%), y los **centros de estética y peluquería** (55,7%)
- Consumen por **cercanía**, y **no consumen por poca variedad de establecimientos** o por atención y prestaciones.

## EQUIPAMIENTO PERSONAL, HOGAR Y BIENES OCASIONALES

- Acuden por **textil y calzado** por la **cercanía**, visitan **1-2 tiendas**
- Los **no clientes** no compran porque hay pocas tiendas y/o surtido.
- **No encuentran** electromésticos y mobiliario. Acuden al **centro** o al **Carrefour de Petrer**.

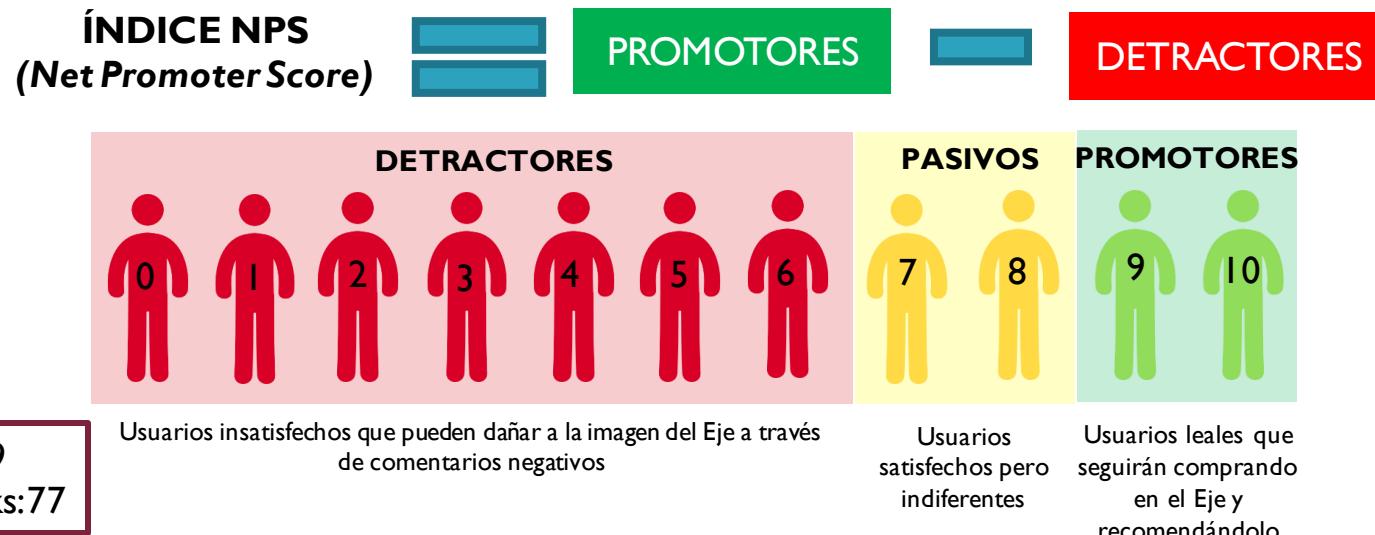
## HOSTELERÍA

- Las **Cafeterías** son el local más visitado (75%)
- El 34,6% no consumen por tener **poco surtido de establecimientos**
- Acuden por estar **cerca de su domicilio/trabajo** (92,2%)

## Recomendación del EJE – NPS (Net Promoter Score) de los RESIDENTES

El índice NPS (índice para medir la recomendación) es de 4,6, EXISTEN MÁS PROMOTORES QUE DETRACTORES RESPECTO A LA OFERTA COMERCIAL DEL EJE ALFONSO XIII, pero hay que tener en cuenta que se trata de una CALIFICACIÓN NEGATIVA porque la mayoría de la población se encuentra en el sector pasivo, usuarios satisfechos pero indiferentes.

Por tipologías destacan los bienes diarios con un NPS de 25,6.



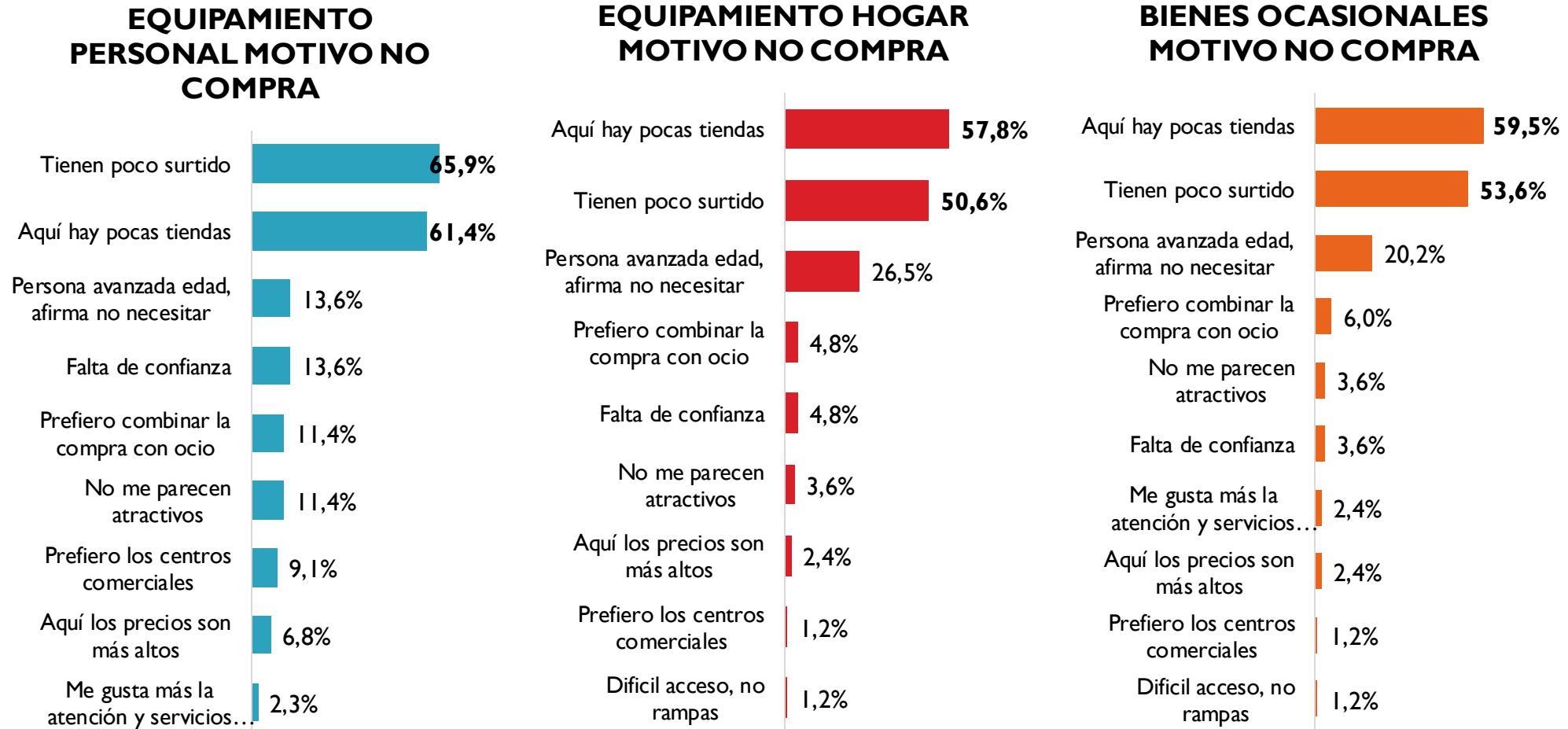
CONCEPTO A RECOMENDAR	ÍNDICE NPS	D	P	PR	PROBABILIDAD RECOMENDACIÓN (Media)
EJE ALFONSO XIII (base: 90 casos)	4,5	16,6%	62,2%	21,1%	7,77
Bienes diarios (base: 90 casos)	25,6	7,7%	58,8%	33,3%	8,17
Equipamiento personal, hogar y Bienes ocasionales (base: 50 casos)	-4	36,0%	32,0%	32,0%	7,36
Servicios personales/profesionales (base: 79 casos)	5,1	16,5%	62,0%	21,5%	7,75
Hostelería (base: 64 casos)	4,7	20,3%	54,7%	25%	7,73

En general, los encuestados de 65 años o más son los que dan una mayor probabilidad de recomendación, frente a los más jóvenes (entre 18-39 años)

P10, P16, P21, P26, P29. ¿Qué probabilidad existe de que recomendará la realización de las compras de bienes diarios/ equipamiento personal, hogar y bienes ocasionales/servicios/hostelería GENERAL en la zona de la Avenida Alfonso XIII? Utilice para ello una escala de 0 a 10 siendo 0 la puntuación más baja y 10 la más alta.

## Motivo no compra

**DE LOS MOTIVOS DE NO COMPRA EN EL EJE ALFONSO XIII DE EQUIPAMIENTO PERSONAL, HOGAR Y BIENES OCASIONALES DESTACAN EL DISPONER DE POCAS TIENDAS Y SURTIDO**



Base: 44 casos

Base: 83 casos

Base: 84 casos

P3. ¿Por qué motivo no consume en los establecimientos de productos ubicados en la avenida y calles adyacentes?

No destaca ningún cruce

## PUNTOS FUERTES

- Tipologías de los comercios: Posibilidad de abrir un total de comercios con diferentes tipologías, atendiendo a la demanda, de calidad y que generen atracción, dado que hay bastantes locales disponibles.
- Locomotora de atracción: Consum y Mercadona.
- Accesibilidad Rodada y a Pie: Buena
- Comerciantes: No piensan cerrar en los próximos años

## PUNTOS DÉBILES

- Locales vacíos y tipologías minoritarias: Los residentes se desplazan fuera del eje para encontrar productos de electrodomésticos, moda y mobiliario que no encuentran en él.
- Alumbrado: Se percibe poca luz a la noche
- Limpieza: Mejorable. Contenedores insuficientes y falta de opciones de reciclaje
- Comercios: Presentación muy mejorable
- Imagen Eje: No hay elementos decorativos
- Comerciantes: Poca evolución y/o desarrollo digital del comercio
- Estado de las Aceras: Poca amplitud, limpieza y estado

## OPORTUNIDADES

- Dos locomotoras en el eje. Crear una diferenciación de la oferta en base vía surtido: calidad, mix, imagen y servicios
- Mejora accesibilidad: mejora comodidad accesibilidad al eje con reformas en las aceras
- Mayor nivel de comunicación: Diseño e imagen aceras, comercios, imagen del eje, elementos decorativos, etc.
- Elementos del eje: Respecto a la limpieza, incrementar el número contenedores, mejorar el alumbrado y adaptación del espacio a personas con movilidad reducida
- Mezcla Comercial: Potenciar la ocupación de los locales vacíos, adecuar la oferta a la demanda y variar en tipologías
- Evolución competitiva: Adaptarse a nuevas tendencias y tecnologías, incorporar servicios para clientes y tender a la peatonalización.

## AMENAZAS

- Mezcla comercial nueva que no aporte posicionamiento/diferenciación.
- Variedad puestos y profundidad surtido.
- Diferentes visiones: No existe una conciencia de proyecto común y visión compartida entre los comerciantes.
- Tendencia Compra fuerte. La gente tiende a realizar una compra completa a la semana.
- Variedad y cantidad competencia: Mayor reparto y captación de gasto.
- Falta de hábito de realizar las compras en el mercado.
- Comodidad/agilidad en la compra: sistemas de pago, envío domicilio, etc.
- Ritmo implantación de nuevas técnicas de gestión y servicios.

# PROPUESTAS ACTUACIONES URBANÍSTICAS Y DE IMAGEN COMUNICACIÓN

## Propuesta remodelación EJE ALFONSO XIII

Actuación	<b>Reurbanización Avenida Alfonso XIII</b>
<b>Propuesta</b>	Reurbanización de la Avenida Alfonso XIII, introduciendo sistema de plataforma única, mejorando espacio peatonal y pacificando el tráfico rodado.
<b>Detalle propuesta</b>	<p><b>Ampliación y homogeneización del espacio peatonal</b>, mediante sistema de plataforma única, reduciendo el espacio destinado a acera.</p> <p><b>Embellimiento de la calzada:</b> introducción de sistema de adoquinado, mejora de la iluminación, arbolado y descanso.</p> <p><b>Pacificación del tráfico rodado:</b> Reducción de la dimensión del carril para tráfico rodado y creación de zona de reducción de velocidad permitida (limitación 30 km/h) e inclusión por tanto de bicicletas al tráfico del eje gracias a su pacificación.</p> <p><b>Conservación de dos sentidos de circulación</b>, para conservar tráfico en ambos sentidos, permitiendo la adecuada conexión del eje</p> <p><b>Remodelación de la disposición de las plazas de aparcamiento y carga/descarga.</b> Reducción del número de plazas de aparcamiento (cordón o batería) para ganar espacio peatonal. Se recomienda añadir un parking disuasorio.</p> <p><b>Unificación de espacio destinado a terrazas:</b> Ubicándose (en los tramos donde sea posible) dentro del espacio destinado a calzada, armonizando su espacio y guardando un mínimo de 2 m. de circulación peatonal.</p>
<b>Objetivos</b>	Desarrollar mayor espacio en las aceras para los visitantes y peatones de la Avenida Alfonso XIII a la vez que un mayor atractivo comercial.
<b>Justificación</b>	Se necesita una ampliación de las aceras para el mejor acceso del cliente o residente que haga transitble y cómoda la Avenida Alfonso XIII y el acceso a sus comercios, para ello se ve necesario crear un espacio mas amplio con una mayor dotación de y una reurbanización del espacio dedicado a plazas de aparcamiento, carga/descarga y terrazas.

## Propuesta remodelación: Impacto en plazas de aparcamiento

Dada que la peatonalización total de la Avenida Alfonso XIII es una opción minoritariamente compartida se plantean las siguientes tres líneas de actuación en torno a la reorganización de las plazas de aparcamiento para la correcta ampliación de las aceras.

SISTEMA ACTUAL	OPCIÓN I:	OPCIÓN 2:
<b>TOTAL PLAZAS</b> de aparcamiento de turismo: 127	<b>TOTAL PLAZAS</b> de aparcamiento de turismo: +60 plazas	<b>TOTAL PLAZAS</b> de aparcamiento de turismos: +70 plazas
Aparcamiento en <u>ambos lados</u> de la calzada:  <u>Lado Par</u> : 71 plazas para turismos dispuestas en <b>BATERÍA</b> (includ. plaza personas movilidad reducida).  <u>Lado Impar</u> : 56 plazas dispuestas en <b>CORDÓN</b> .	Aparcamiento en un <u>único lado</u> en <b>CORDÓN</b> :  57 plazas para turismos (includ. para personas de movilidad reducida).	Aparcamiento en un <u>único lado</u> en <b>BATERÍA</b> :  71 plazas para turismos (includ. para personas de movilidad reducida).
<b>TOTAL 519,5 metros</b>	<b>TOTAL 239,7 metros</b>	<b>TOTAL 284,5 metros</b>

## ILUSTRACIÓN EJEMPLO



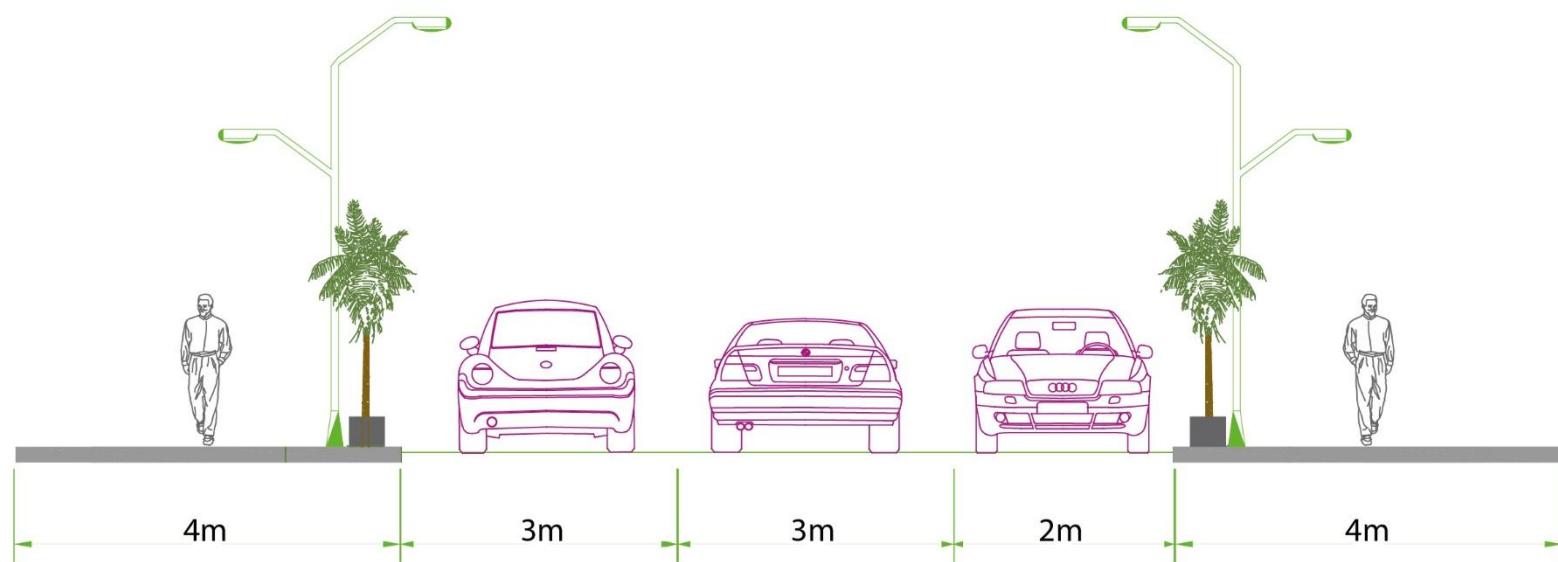
### OPCIÓN I (opción preferente):

**Aparcamiento en un único lado en CORDÓN:**

57 plazas para turismos  
(includ. Plaza personas con movilidad reducida).

En ésta opción se conservan los dos sentidos de circulación y opta por un **mayor espacio para el peatón**, con un total aprox. de 4 metros para cada acera, reduciendo el espacio del carril de circulación + aparcamiento (de 12 m. actuales a 8 m., con franja estacionamiento de 2 metros) quedando un total aprox. de 57 plazas de aparcamiento.

En los metros destinado a la acera, se incluye el mobiliario de decoración.



coto  
consulting

## ILUSTRACIÓN EJEMPLO

**OPCIÓN 2 (opción alternativa): Aparcamiento en un único lado en BATERÍA:**

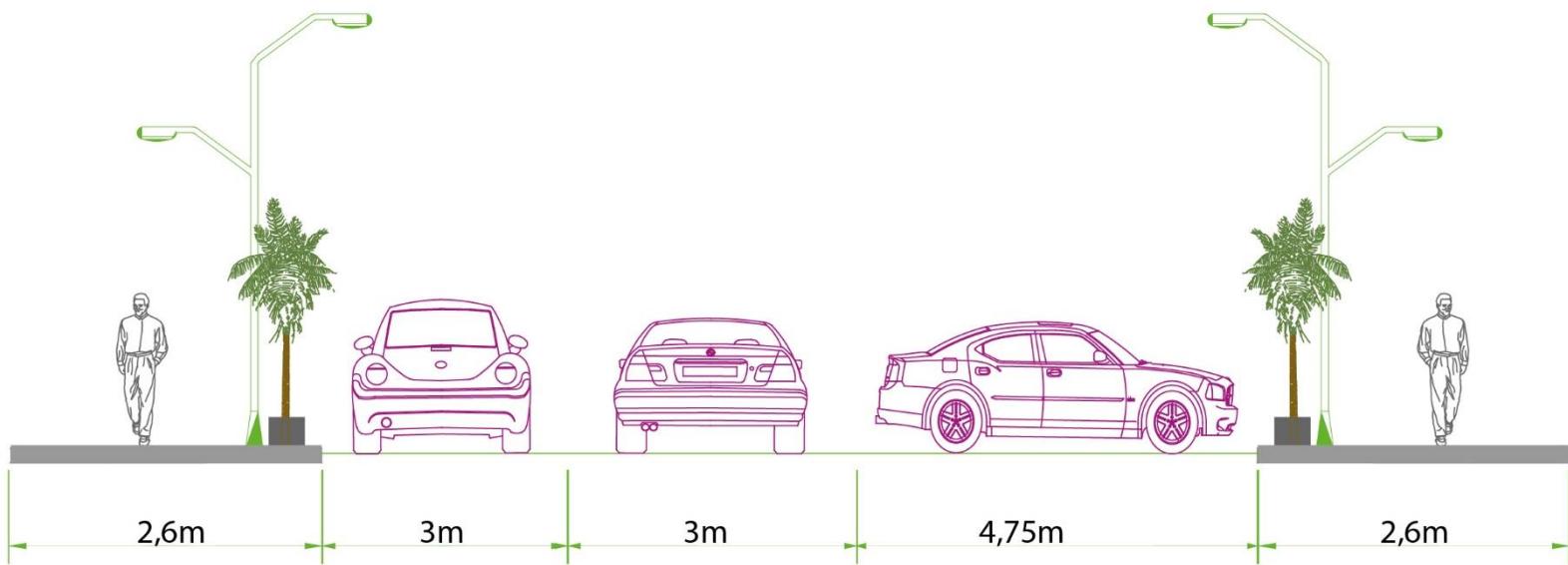
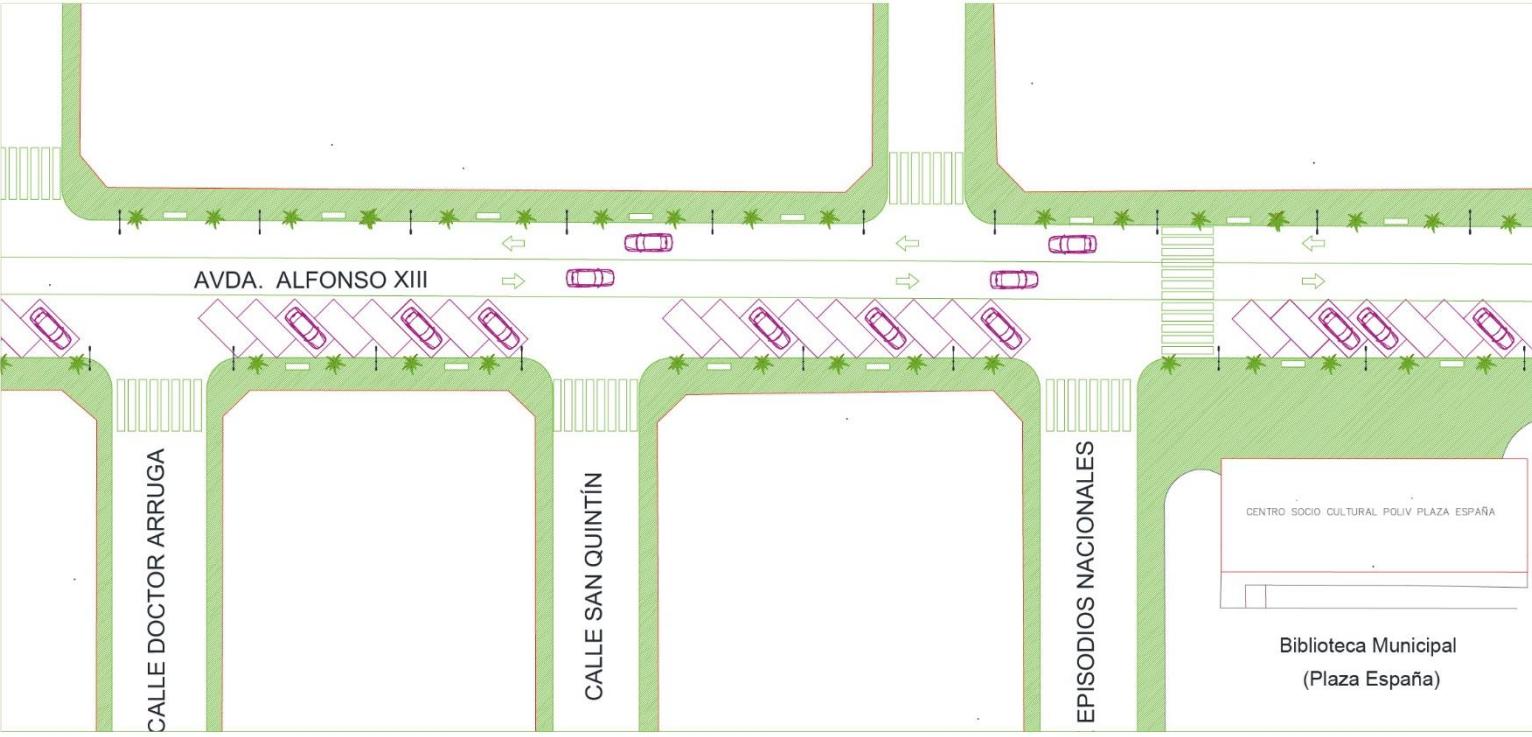
71 plazas para turismos  
(incluid. Plaza personas con movilidad reducida).

En ésta opción se opta por un **mayor número de plazas de aparcamiento**, un total de 14 plazas más y un menor espacio peatonal.

Respecto al ancho de las aceras se quedaría con 2,6 metros para cada una.

Dos sentidos de circulación y un espacio de estacionamiento de 4,75 metros (quedando un espacio de calzada de aprox. 10,75 m.)

En los metros destinados a la acera, se incluye el mobiliario de decoración.



## Propuesta remodelación EJE ALFONSO XIII

<b>Actuación</b>	<b>Incluir Avenida Olimpiadas en la remodelación del Eje</b>
<b>Propuesta</b>	Reurbanización de la Avenida Olimpiadas, inclusión al plan propuesto para la Avenida de Alfonso XIII. introduciendo sistema de plataforma única, mejorando espacio peatonal y pacificando el tráfico rodado.
<b>Detalle propuesta</b>	<b>Idem propuesta a aplicar en Av. Alfonso XIII</b>
<b>Objetivos</b>	Mejorar la conexión entre la Avenida Alfonso XIII y el Barrio San Francisco gracias a la remodelación de la Avenida Olimpiadas.
<b>Justificación</b>	Teniendo en cuenta que la Avenida Olimpiadas está unida a la Avenida Alfonso XIII, entendemos que una remodelación de ésta, sin incluir a la Av. Olimpiadas, generaría un impacto negativo en la misma, por el cambio de estacionamiento, estética y demás elementos incluidos en la remodelación.

## Propuesta remodelación EJE ALFONSO XIII

Actuación	Nuevos elementos mejora eje
Propuesta	Inclusión y renovación de elementos del eje buscando una evolución del mismo.
Detalle propuesta	<p><b>Limpieza:</b> Incremento del número de <b>contenedores</b> y cambio de la <b>tipología</b>. Se recomienda utilizar <b>contenedores de reciclaje soterrados</b> para una mejor estética de la calle, evitar la movilización de los mismos y crear un hábito de reciclaje tanto en ciudadanos como en comercios.</p> <p><b>Alumbrado:</b> introducción de sistema de alumbrado diferente al actual en busca de una mejor iluminación del eje y evitar posibles zonas oscuras o mal iluminadas.</p> <p><b>Mobiliario de descanso:</b> Junto con la remodelación del tipo de acera del eje, incluir mayor mobiliario de descanso en diferentes zonas además de la acera anexa al parque.</p> <p><b>Elementos decorativos:</b> Añadir arbolado, maceteros y otros elementos decorativos para embellecer el eje.</p>
Objetivos	Desarrollar una evolución del eje para los visitantes y peatones de la Avenida Alfonso XIII a la vez que un mayor atractivo comercial.
Justificación	Junto con el concepto de remodelación del eje de Alfonso XIII, tras identificar aquellos puntos débiles del mismo, se recomienda añadir o mejorar aquellos elementos que a día de hoy presenten una valoración negativa. Se busca por tanto promover una mayor limpieza del mismo, una mejora de la iluminación y generar más zonas de posible descanso para los visitantes y/o residentes del eje.

## Propuesta remodelación EJE ALFONSO XIII: Maceteros y Arbolado



**Elementos embellecedores:** El **arbolado** o los **maceteros** son algunas de las opciones que se pueden colocar en el espacio urbano para embellecer la calzada y mejorar su imagen. Existen distintos tipos que dan una gran variedad de posibilidades.



## Propuesta remodelación EJE ALFONSO XIII: Alumbrado

**Alumbrado y elementos embellecedores:** Dentro de las posibilidades de un alumbrado más bajo que de mayor sensación de luz a los visitantes y residentes del eje, está la opción de alumbrado con maceteros colgantes, combinando así la necesidad de mejor iluminación con la necesidad de embellecer el espacio urbano.



## Propuesta remodelación EJE ALFONSO XIII: Contenedores



**Contenedores soterrados:**  
*Sustitución del sistema actual de contenedores por contenedores soterrados separados en las diferentes tipologías de reciclaje. Mejora estética del eje, eliminación de olores y creación de un lugar fijo. Instalar diferentes zonas a lo largo del eje.*



## Propuesta remodelación EJE ALFONSO XIII: Mobiliario Descanso



### **Mobiliario de Descanso:**

*Dado que sólo tenemos ubicados bancos en la acera anexa al parque del polideportivo municipal, se propone ubicar bancos/asientos de descanso en otras ubicaciones y espacios del eje.*



## Propuesta Dinamización Comercios EJE ALFONSO XIII

Actuación	Cursos Formación Comerciantes
Propuesta	Cursos de Formación para los comerciantes relacionados con las Nuevas Tecnologías.
Detalle propuesta	<p>Realizar cursos en diferentes materias que sirvan a los comercios del eje para su mejora. Los cursos propuestos en base a las necesidades serían:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cursos de Creación y Manejo de Perfil en Redes Sociales</li><li>• Cursos de Escaparatismo y merchandising</li><li>• Curso de Informática y nuevas tecnologías</li><li>• Cursos de marketing digital</li><li>• Otros cursos con temáticas similares cuyo objetivo sea ayudar a la mejora estética del comercio y temas relacionados con las nuevas tecnologías.</li></ul>
Objetivos	<p>Desarrollar conocimientos sobre las nuevas tecnologías aplicadas a su negocio. Manejo de las nuevas herramientas para la venta Posicionamiento del comercio y atracción de otros barrios de Elda</p>
Justificación	<p>El número de comercios que tienen presencia en medios digitales es muy bajo, y en aquellos que sí se da el caso, la frecuencia de actualización es mínima. Se trata de formar y hacer entender la importancia de los nuevos medios y canales de venta para así asegurar la estabilidad del negocio y buscar una evolución del mismo. Los comerciantes solicitan formación en materia de Marketing Digital</p>

## Propuesta Dinamización Comercios EJE ALFONSO XIII

<b>Actuación</b>	<b>Concurso Escaparaticismo Comercios Eje</b>
<b>Propuesta</b>	Concurso de Escaparaticismo a los comercios del eje, enlazado a algún motivo.
<b>Detalle propuesta</b>	Realizar un concurso entre los comercios del eje y que sean los visitantes y residentes de Elda los que voten a sus favoritos. Generar así una mayor interacción entre los clientes y los comercios. Se establecerán unas normas, así como un motivo, si se desea, para decorar los escaparates. El ganador y/o finalistas tendrán un premio y reconocimiento por el logro.
<b>Objetivos</b>	Mayor interacción entre los clientes y los comercios. Esfuerzo por parte de los comerciantes en la decoración y presentación de sus escaparates Actividad de comunicación para generar interés en la zona Actualización y mejora de la imagen y estética de los escaparates de los participantes. Dinamización del comercio de la zona.
<b>Justificación</b>	El estado de escaparates y fachada es uno de los aspectos más delicados de los comercios del eje, es por ello, que ésta campaña busca motivar a la buena presentación y con el motivo de ganar un reconocimiento y premio establecido por el ayuntamiento. Búsqueda de interacción con los visitantes a la zona, crear un mayor vínculo de inclusión con los mismos así como hacer eco de la noticia en otras zonas del municipio.

## Propuesta Imagen y Comunicación Comercios EJE ALFONSO XIII

### Concurso

#### Escaparates:

Ejemplo de  
escaparates  
decorados con motivo  
de la época de  
Navidad.



## Propuesta Imagen y Comunicación Comercios EJE ALFONSO XIII

<b>Actuación</b>	<b>Plan ayuda-promoción de los locales vacíos</b>
<b>Propuesta</b>	Campaña de comunicación por parte del ayuntamiento de los locales vacíos del eje
<b>Detalle propuesta</b>	Realizar unas lonas o vinilos decorativos para los locales que estén vacíos del eje. Mejora de la fachada y visión de los mismos. Identificación con la campaña. Visualmente llama más la atención para posibles interesados, además de ser promocionados en diferentes medios por parte del ayuntamiento para potenciar su pronta ocupación. Ofrecer ventajas desde el ayuntamiento, por ejemplo, con ayudas a la inversión en dichos locales.
<b>Objetivos</b>	Dinamización del comercio de la zona Ocupación locales vacíos Mejora estética del eje
<b>Justificación</b>	Hay un porcentaje de locales que pertenecen que se encuentran vacíos y en unas condiciones nada atractivas para nuevos inversores y emprendedores. Con ésta campaña se busca adecentar los mismos de forma externa, captar la atención de posibles interesados. Así como, mientras tanto, mejorar estéticamente el eje.



## Propuesta Imagen y Comunicación Comercios EJE ALFONSO XIII

<b>Actuación</b>	<b>Renovación de los establecimientos</b>
<b>Propuesta</b>	Renovación de los establecimientos comerciales
<b>Detalle propuesta</b>	Plan de renovación de los establecimientos mediante una mejora íntegra de los mismos, influyendo en aspectos de la imagen interior y exterior con el objetivo de conseguir una imagen armonizada con el entorno y una mejor percepción por parte de los clientes.
<b>Objetivos</b>	Actualización y mejora de la imagen de los comercios actuales Mejorar la percepción de los comercios del eje Dinamización del comercio de la zona Generar atracción a nuevos clientes
<b>Justificación</b>	La fachada es uno de los ítems a mejorar por parte de los comercios del eje. Además de las cuestiones que atienden a cada comercio según tipología y estilo, el tema del estado de la fachada en cuanto a limpieza, antigüedad e información importante del comercio como horario, teléfono de contacto, servicios/productos, web... son aspectos importantes a cuidar. Este plan desde el ayuntamiento puede potenciar a que el estado de la fachada, así como del rótulo, sean aspectos cuidados y que repercutan en una mejor aceptación de otras acciones, como por ejemplo, el concurso de escaparates.

# Coto Consulting S.L.

Pl. Mariano Benlliure 2,2  
46002 Valencia  
Telf. 96 394 2775  
Fax. 96 344 8131

**ALICANTE**  
C/ Sant Josep,23  
03760 Ondara (Alicante)

**DELEGACIÓN MADRID**  
C/ Príncipe de Vergara, nº 55 - 4º - C.  
28046 Madrid  
Telf. 91 250 00 00



@cotoconsulting



Find us on  
Facebook

[www.facebook.com/cotoconsulting](http://www.facebook.com/cotoconsulting)

[coto@cotoconsulting.com](mailto:coto@cotoconsulting.com) - [www.cotoconsulting.com](http://www.cotoconsulting.com)