



**PLAN LOCAL DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL
ALHAMA DE ARAGÓN
2007**





INDICE

- Objetivos y Metodología
- Información del Municipio
- Información urbanística
- Información comercio
- Análisis de la demanda
- Información turismo
- Escenario actual. Diagnóstico
- Plan de Actuaciones

Objetivos y Metodología

- Objetivos
- Metodología

Información del municipio

- Datos demográficos
- Composición de la población
- Empleo
- Actividades económicas

Información Urbanística

- Morfología
- Equipamientos
- Viales
- Edificios

Información comercio y hostelería

- Oferta comercial
- Características de los establecimientos
- Clientes actuales y potenciales
- Problemática
- Oferta hostelería
- Características de la hostelería

Análisis de la demanda

- Características
- Hábitos de compra de los residentes
- Nivel de desplazamiento
- Lugares de compra
- Frecuencia de compra

Información turismo

- Recursos del municipio
- Recursos del entorno
- Sector turístico como elemento potenciador

Escenario actual. Diagnóstico

Plan de Actuaciones

- Territorio
- Entorno
- Comercio
- Comerciantes
- Hostelería
- Dinamización social
- Comercialización de la zona - Turismo
- Estructura de coordinación y seguimiento
- Priorización de las acciones



Objetivos y Metodología

Objetivos
Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA



OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Objetivos y Metodología

Objetivos Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

OBJETIVOS:

- REFERENCIA AL PLAN GENERAL DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE ARAGON.
- CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA
- ESTUDIO DE LA OFERTA COMERCIAL
- EVASIONES DE GASTO COMERCIAL
- DEFICIT SECTORIAL
- ANALISIS DE LOS INSTRUMENTOS DE PLANTEAMIENTO URBANISTICO LOCAL
- ANALISIS DEL SECTOR TURISTICO:
 - Recursos de Alhama
 - Recursos del entorno
 - Posibilidades futuras
- SITUACION ACTUAL Y DIAGNOSTICO DEL COMERCIO – SECTOR TURISTICO:
 - Escenario actual
 - Matriz DAFO
 - Conclusiones

PLAN DE ACTUACIONES:

- TERRITORIAL
- COMERCIO:
 - Estructura
 - Gestión
 - Estrategia
- COMERCIANTES:
 - Formación
 - Competitividad
- TURISMO – HOSTELERIA:
 - Modernización
 - Formación
 - Gestión
 - Especialización
- DINAMIZACIÓN SOCIAL:
 - Implicación de la población
 - Canales de participación
- COMERCIALIZACION DE LA ZONA:
 - Campaña de promoción
 - Catálogo de recursos comerciales y turísticos
 - Diseño de rutas y productos turísticos.
 - Folletos divulgativos
 - Presentación a agencias y operadores turísticos
- ESTRUCTURA DE COORDINACION:
 - Creación de una comisión
 - Establecimiento de objetivos y plazos de ejecución.
 - Búsqueda de financiación



OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Objetivos y Metodología

Objetivos Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

PLANTEAMIENTO METODOLOGICO

- RECOPIACION DE INFORMACION ESTADISTICA Y DOCUMENTAL
- ENTREVISTAS ABIERTAS CON PERSONAS CUALIFICADAS:
 - Alcalde
 - Organización de empresarios
 - Monasterio de Piedra
 - Termas de Alhama y Jaraba
 - Comerciantes de Alhama
 - Etc.
- ENCUESTA A COMERCIANTES (20)
- ENCUESTA A RESIDENTES DE ALHAMA (200 entrevistas)
- VISITAS A AREAS URBANISTICAS, TURISTICAS Y COMERCIALES DEL MUNICIPIO
- VISITAS A RECURSOS TURÍSTICOS Y COMERCIALES DE LA COMARCA
- ANALISIS DE LA INFORMACIÓN
- ELABORACIÓN DE UN DIAGNÓSTICO
- FORMULACIÓN DE PROPUESTAS
- ELABORACIÓN DEL INFORME FINAL



Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Datos demográficos
Composición de la población
Empleo
Actividades económicas

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

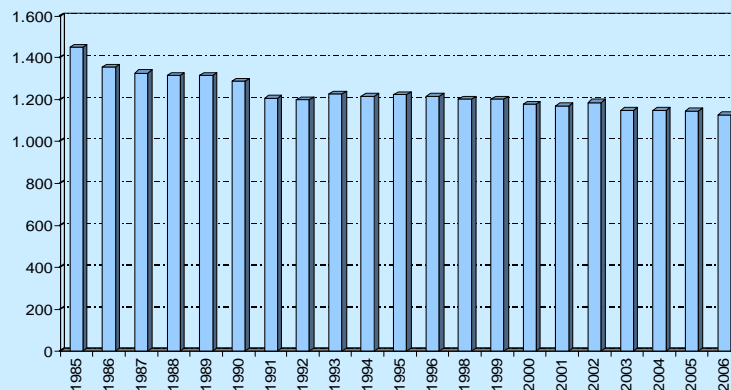
Plan de Actuaciones

INFORMACION DEL MUNICIPIO



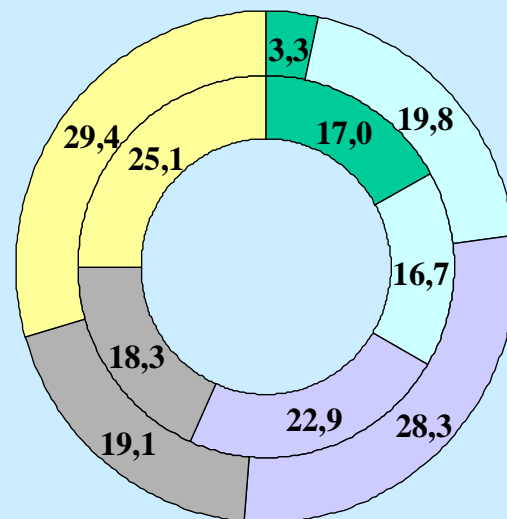
INFORMACIÓN DEL MUNICIPIO

DATOS DEMOGRÁFICOS



EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN
 DECRECIENTE PERIODO 1985-2006
 DESCENSO DE UN 22,2%

NOTA: EN LOS ÚLTIMOS AÑOS PUEDE HABERSE
 INCREMENTADO EL MUNICIPIO EN 200
 PERSONAS INMIGRANTES SIN EMPADRONAR



■ -16 Años □ 16-29 Años □ 30-49 Años □ 50-64 Años □ 65 y + Años

PRINCIPALES CAMBIOS:

DECRECIMIENTO NOTABLE ENTRE LOS
 MENORES DE 16 AÑOS

INCREMENTO EN EL RESTO DE
 INTERVALOS DESTACANDO:

INTERVALO DE 30 A 49 AÑOS
 (INMIGRACIÓN)

INTERVALO 65 Y MÁS AÑOS
 (ENVEJECIMIENTO)

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Datos demográficos

Composición de la
 población

Empleo

Actividades económicas

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN DEL MUNICIPIO

COMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Datos demográficos
Composición de la población

Empleo
Actividades económicas

Información urbanística

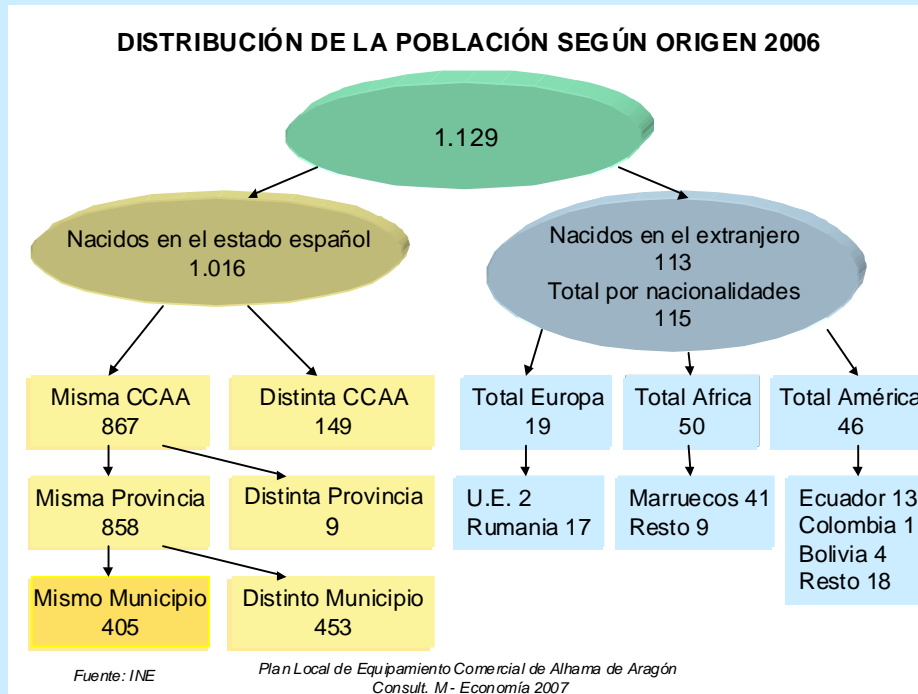
Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones



EN FUNCIÓN DEL ORIGEN LA DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN ACTUAL ES:

- 40,1% SON DE MUNICIPIOS DE LA MISMA PROVINCIA
- 35,0% SON AUTOCTONOS
- 13,9% SON DE OTRA CCAA
- 10,2% OTRA NACIONALIDAD
- 0,8% SON DE OTRA PROVINCIA

NOTA: PUEDE HABER 200 INMIGRANTES SIN CONTRATAR

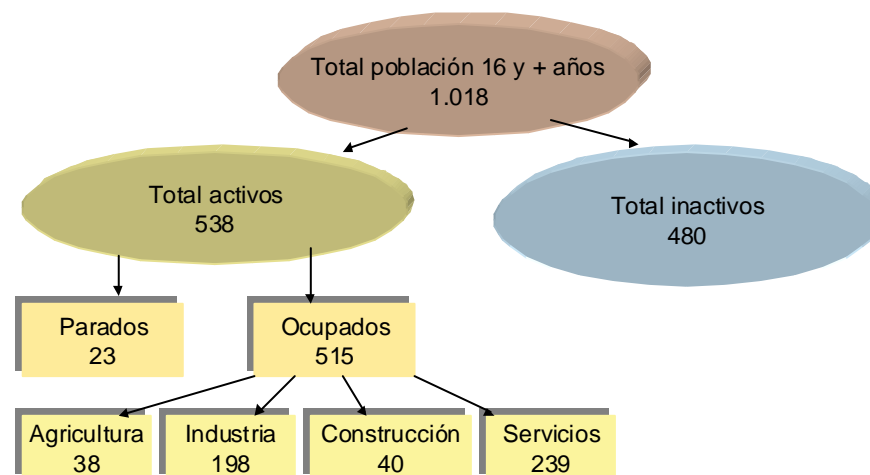
ALHAMA DE ARAGÓN ACTÚA COMO POLO DE ATRACCIÓN DE LOS MUNICIPIOS PRÓXIMOS DE LA PROVINCIA



INFORMACIÓN DEL MUNICIPIO

EMPLEO

DISTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA POBLACIÓN DE 16 Y+ AÑOS (2001)



Fuente: INE

Plan Local de Equipamiento Comercial de Alhama de Aragón
Consult. M - Economía 2007

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE 16 Y+ AÑOS:

INACTIVOS 47,2%

ACTIVOS 52,8%

PARADOS 4,3%

OCUPADOS 95,7%

OCUPADOS POR SECTORES:

SERVICIOS 46,4%

INDUSTRIA 38,4%

CONSTRUCCIÓN 7,8%

AGRICULTURA 7,4%

DESTACA EL BAJO PORCENTAJE DE PARO Y LA PREPONDERANCIA DEL SECTOR SERVICIOS ENTRE LOS OCUPADOS

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Datos demográficos

Composición de la población

Empleo

Actividades económicas

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN DEL MUNICIPIO

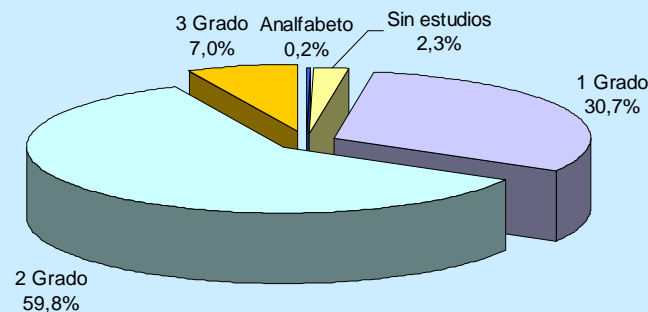
EMPLEO

SITUACIÓN PROFESIONAL POBLACIÓN 16 Y + AÑOS

	Empresario o profesional que emplea personal	Empresario o profesional que no emplea personal	Trabajador cuenta ajena fijo	Trabajador cuenta ajena eventual
Total	35	78	269	133
Agricultura	1	17	3	17
Industria	4	12	148	34
Construcción	4	10	11	15
Servicios	26	39	107	67

EL 52,2% DE LOS OCUPADOS SON TRABAJADORES POR CUENTA AJENA FIJOS,
UN 25,8% EVENTUALES
Y UN 22,0% EMPRESARIOS O PROFESIONALES

NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS OCUPADOS



DESTACA EL BAJO PORCENTAJE DE TERCER GRADO (7,0%) EN COMPARACIÓN CON LA PROVINCIA (22,9%) Y LA CCAA (21,9%)

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Datos demográficos

Composición de la población

Empleo

Actividades económicas

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN DEL MUNICIPIO

ACTIVIDADES ECONÓMICAS

ACTIVIDADES INDUSTRIALES Y CONSTRUCCIÓN	38
ACTIVIDADES INDUSTRIALES	16
ENERGÍA Y AGUA	1
EXTRACCIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE MINERALES, ENERGÍA Y DERIVADOS	3
INDUSTRIA QUÍMICA	6
INDUSTRIA TRANSFORMACIÓN DE METALES	6
MECÁNICA DE PRECISIÓN	6
INDUSTRIA MANUFACTURERA	6
CONSTRUCCIÓN	22
ACTIVIDADES COMERCIALES MAYORISTAS	7
ACTIVIDADES COMERCIALES MINORISTAS	30
ACTIVIDADES DE RESTAURACIÓN Y BARES	13

LA MAYORÍA DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS CORRESPONDEN A ACTIVIDADES INDUSTRIALES (18,2%) Y CONSTRUCCIÓN (25,0%), ENCONTRÁNDOSE BAJO ESTE EPÍGRAFE EL 43,2%, SEGUIDO DE ACTIVIDADES COMERCIALES MINORISTAS CON UN 34,0%, ACTIVIDADES DE RESTAURACIÓN Y BARES 14,8% Y POR ÚLTIMO ACTIVIDADES COMERCIALES MAYORISTAS 8,0%

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Datos demográficos

Composición de la población

Empleo

Actividades económicas

Información urbanística

Información comercio

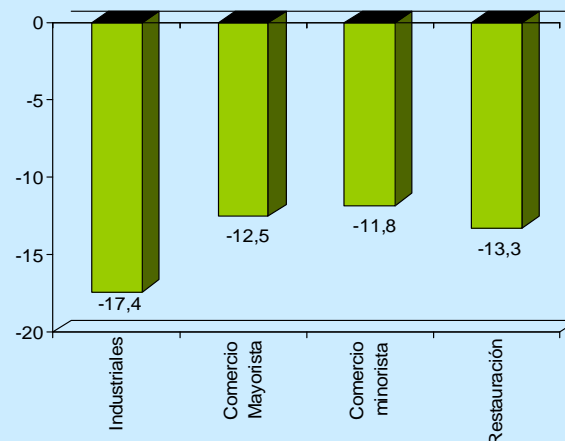
Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual. Diagnóstico

Plan de Actuaciones

EVOLUCIÓN ACTIVIDADES ECONÓMICAS 2000-2005



EN EL ÚLTIMO QUINQUENIO SE HA PRODUCIDO UN DESCENSO NOTABLE DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS QUE SE DESARROLLABAN EN EL MUNICIPIO



Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Morfología
Equipamientos
Viales
Edificios

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

INFORMACION URBANÍSTICA



INFORMACIÓN URBANÍSTICA

MORFOLOGÍA

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Morfología

Equipamientos

Viales

Edificios

Información comercio

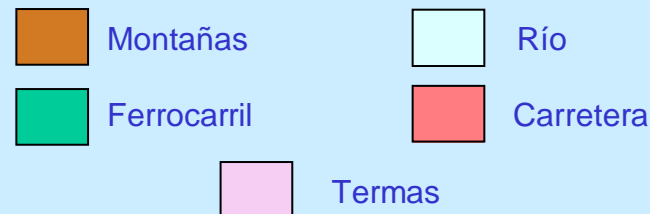
Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



LA TRAMA URBANA SE ENCUENTRA CONSTREÑIDA POR LAS MONTAÑAS QUE LA RODEAN Y FRACCIONADA POR EL RÍO Y LAS DIFERENTES VÍAS DE COMUNICACIÓN, CARRETERA Y FERROCARRIL QUE LA ATRAVIESAN, LO QUE CONLLEVA UN ALTO NIVEL DE CONTAMINACIÓN ACÚSTICA.

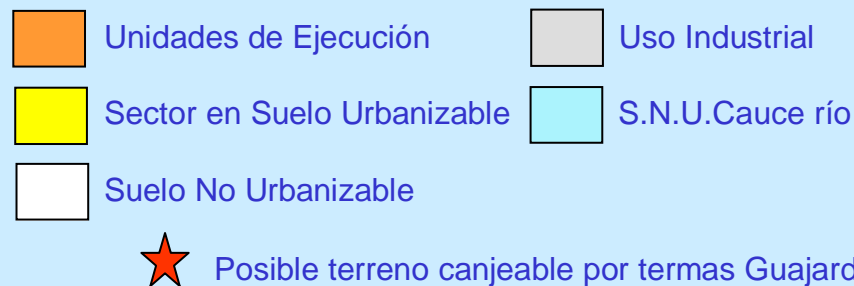
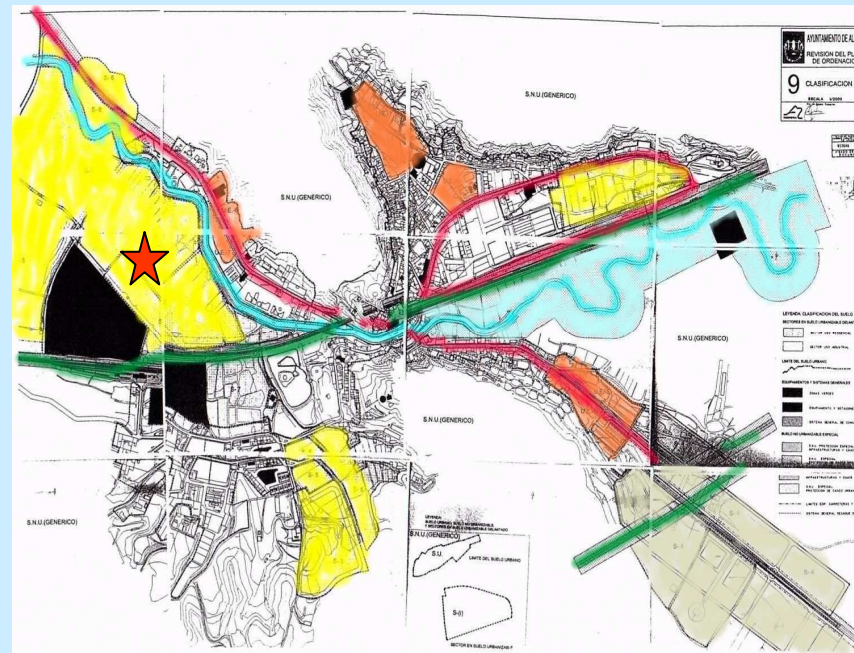
EL DESARROLLO URBANO SE HA REALIZADO EN PARALELO A LA CARRETERA EN LAS FALDAS DE LAS MONTAÑAS QUE COMPONEN EL DESFILADERO.

PARALELAMENTE SE OBSERVAN NÚCLEOS DE POBLACIÓN ALEJADOS DEL NUCLEO CENTRAL



INFORMACIÓN URBANÍSTICA

MORFOLOGÍA



LA DISTRIBUCIÓN DEL SUELO DEL MUNICIPIO ESTA DETERMINADA POR EL PLAN GENERAL DE ORDENACIÓN URBANA.

LAS UNIDADES DE EJECUCIÓN EN SUELO URBANO SE ENCUENTRAN EN ESPACIOS INTERSTICIALES DEL SUELO URBANO CONSOLIDADO Y EN ESPACIOS ADYACENTES A LA CARRETERA.

EN ESTOS ESPACIOS SE CONTEMPLA LA CONSTRUCCIÓN DEL NUEVO COLEGIO.

LOS SECTORES EN SUELO URBANIZABLE DEBEN CONTEMPLAR UN PLANEAMIENTO DE SEGUNDO GRADO.

EN EL SECTOR ESTE SE ESTUDIA UNA POSIBLE PERMUTA POR LAS TERMAS GUAJARDO.

LA PLANIFICACIÓN DEL SUELO INDUSTRIAL, LIMITA POR EL SURESTE LA POSIBILIDAD DE UN DESARROLLO RESIDENCIAL.

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Morfología

Equipamientos

Viales

Edificios

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN URBANÍSTICA

EQUIPAMIENTO URBANO

EL EQUIPAMIENTO EXISTENTE POSEE UNA SERIE DE DEFICIENCIAS:



FAROLAS: DIVERSIDAD DE MODELOS, ANTICUADAS.

BANCOS: DIVERSIDAD DEMODELOS.

PAPELERAS: DIVERSIDAD DE MODELOS.

FUENTES: DETERIORADAS, ESCASO MANTENIMIENTO.

MARQUESINA AUTOBÚS: FALTA DE MANTENIMIENTO

SEÑALES DE TRÁFICO Y SEÑALES INFORMATIVAS: CORRECTAS.

AJARDINAMIENTOS: FALTOS DE MANTENIMIENTO, INEXISTENCIA DE JARDINES Y PARQUES INFANTILES.

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Morfología

Equipamientos

Viales

Edificios

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN URBANÍSTICA

EQUIPAMIENTOS SOCIALES

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Morfología

Equipamientos

Viales

Edificios

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones

ENSEÑANZA:

ESCUELA INFANTIL

COLEGIO DE PRIMARIA

INSTITUTO ESTABA PROGRAMADO PERO SE UBICO EN ATECA

ESCUELA TALLER (CERRADA)

SALUD:

AMBULATORIO

CENTRO DE URGENCIAS DE LA ZONA

OCIO, CULTURA Y DEPORTES

PISCINA Y CANCHAS DE TENIS

PABELLÓN POLIDEPORTIVO (EN CONSTRUCCIÓN)

LUDOTECA MUNICIPAL

BIBLIOTECA

ALBERGUE (CERRADO)

EL MUNICIPIO ACTÚA COMO REFERENTE DE LAS LOCALIDADES PRÓXIMAS (DE MENOR TAMAÑO) EN LAS ÁREAS DE ENSEÑANZA Y SALUD.

NO EXISTEN EQUIPAMIENTOS ESPECÍFICOS PARA LOS JÓVENES.

SE OBSERVAN EQUIPAMIENTOS EXISTENTES CERRADOS: ESCUELA TALLER Y ALBERGUE.



INFORMACIÓN URBANÍSTICA

VIALES

NO EXISTE UNA ORDENACIÓN DE LOS VIALES EN EL MUNICIPIO. RECIENTEMENTE SE HA MODIFICADO LA SEÑALIZACIÓN HACIA EL MONASTERIO DE PIEDRA, HECHO QUE INCIDE EN UN MAYOR TRÁFICO EN LA AVENIDA DE ARAGÓN ELIMINÁNDOLO DE LA CALLE CONSTITUCIÓN.

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Morfología
Equipamientos
Viales
Edificios

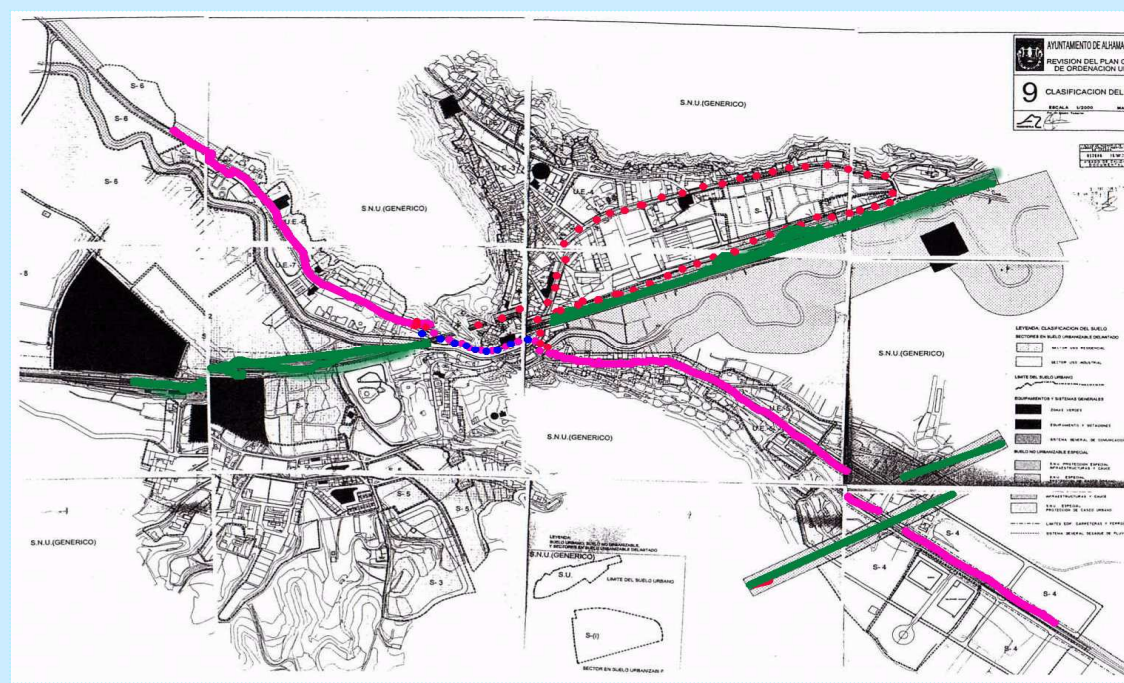
Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones



..... Recorrido actual después de la modificación de la señalización al Monasterio de Piedra
- - - - - Recorrido anterior con la señalización al Monasterio de Piedra
Ambos recorridos se realizan en sentido de entrada y salida del municipio



INFORMACIÓN URBANÍSTICA

VIALES

EL FIRME DE LOS VIALES ES DESIGUAL, ALTERNÁNDOSE ZONAS ASFALTADAS CON OTRAS CEMENTADAS.



LAS ACERAS PRESENTAN UNA SERIE DE DEFICIENCIAS:

SON INEXISTENTES DEBAJO DE LOS PUENTES DEL FERROCARRIL Y EN ALGUNAS CALLES.

EN GENERAL SE ENCUENTRAN EN MAL ESTADO, SIN MANTENIMIENTO.

PRESENTAN BARRERAS ARQUITECTÓNICAS AL ENCONTRARSE EN ALGUNAS ZONAS BAJO EL NIVEL DEL VIAL SIN EXISTIR RAMPAS.

EL PUENTE ROMANO EXISTENTE HA SIDO SUSTITUIDO POR OTRO METÁLICO QUE ROMPE LA ARMONÍA VISUAL DEL CAUCE DEL RIO Y SU ENTORNO.

EL ACCESO DE LOS PEATONES AL CASCO DEL MUNICIPIO DESDE TERMAS PALLARÉS, SE ENCUENTRA EN MAL ESTADO.

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Morfología
Equipamientos
Viales
Edificios

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

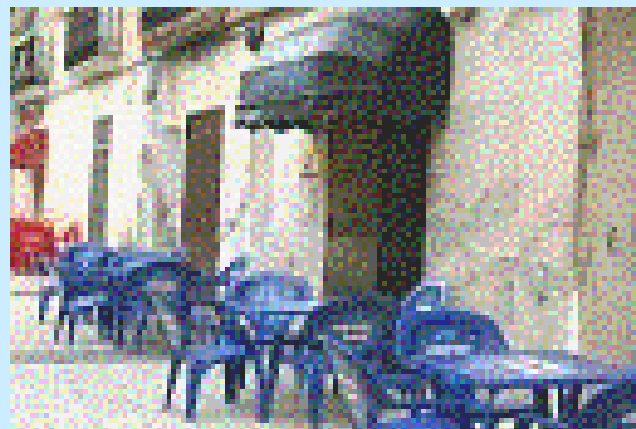
Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN URBANÍSTICA

EDIFICIOS

LOS EDIFICIOS DEL MUNICIPIO HABITUALMENTE SON DE UNA PLANTA, PUDIENDOSE OBSERVAR ALGUNOS DE TRES PLANTAS.

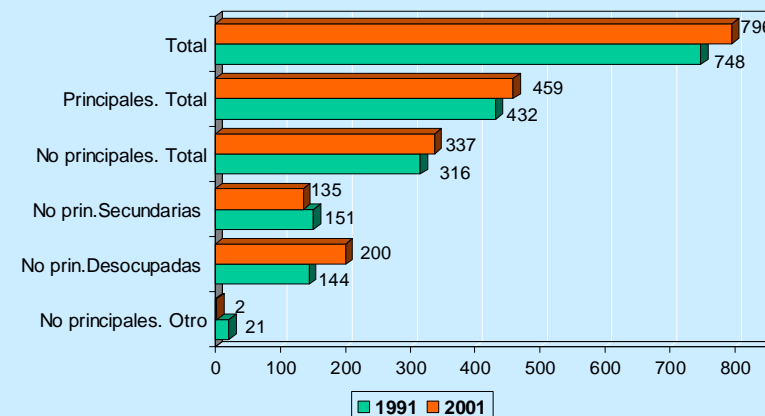


EL ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LAS EDIFICACIONES EN TÉRMINOS GENERALES NO ES BUENO.

GRAN PARTE DE LA PLANTAS BAJAS DE LOS EDIFICIOS UBICADOS EN LA CARRETERA SE DEDICAN A HOSTELERÍA O LOCALES COMERCIALES.

NO SE OBSERVA REHABILITACIÓN DE EDIFICIOS A PESAR DE EXISTIR SUBVENCIONES PARATAL FIN.

EVOLUCIÓN VIVIENDAS POR CLASE 1991-2001



ALGO MENOS DE LA MITAD (42,3%) DEL PARQUE DE VIVIENDAS CORRESPONDEN A LA CATEGORÍA NO PRINCIPALES, Y DE ESTAS UN 59,3% SE ENCUENTRAN DESOCUPADAS.

EXISTE UN NÚCLEO IMPORTANTE DE VIVIENDAS PERTENECIENTES A PROPIETARIOS QUE HABITAN FUERA DEL MUNICIPIO.

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Morfología
Equipamientos
Viales
Edificios

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN URBANÍSTICA

EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES SINGULARES

LOS EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES SINGULARES DEL MUNICIPIO PRESENTAN DIFERENTES SITUACIONES:



BUEN ESTADO DE CONSERVACIÓN:

AYUNTAMIENTO

ESCUELA

REHABILITADO:

CASONA ARAGONESA PARA CASA RURAL

TERMAS PALLARÉS

EN REHABILITACIÓN:

BALNEARIO SAN ROQUE

PENDIENTES DE MANTENIMIENTO:

FUENTE

LAVADERO

CASONA ARAGONESA

IGLESIA

TORRE (TERMAS PALLARÉS)

DEMOLIDOS Y SUSTITUIDOS:

PUENTE ROMANO POR PUENTE METÁLICO

CAPILLA (TERMAS PALLARÉS) POR PISTAS

DE PADLE

PENDIENTES REHABILITACIÓN:

CASINO-TEATRO (TERMAS PALLARÉS)

BALNEARIOS: SAN FERMÍN Y GUAJARDO

BAÑO DEL REY (TERMAS PALLARÉS)

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Morfología

Equipamientos

Viales

Edificios

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Oferta comercial

Características de los establecimientos

Clientes actuales y potenciales

Problemática

Oferta hostelería

Características de la hostelería

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones

INFORMACION COMERCIO



INFORMACIÓN COMERCIO

OFERTA COMERCIAL

EN EL PERIODO 2000-2005 EL COMERCIO MINORISTA HA DESCENDIDO UN 11,8%.

LA OFERTA COMERCIAL DEL MUNICIPIO ES ESCASA DEBIDO A LA MOVILIDAD DE LA POBLACIÓN QUE REALIZA LA MAYORÍA DE SUS COMPRAS EN CENTROS COMERCIALES DE LA COMARCA.

LOS COMERCIOS EXISTENTES OFRECEN SERVICIO A LOS HABITANTES DE MAYOR EDAD CON ESCASA MOVILIDAD Y HABITUALMENTE BAJO NIVEL DE RENTA, Y A DEMANDAS ESPORÁDICAS DEL RESTO DE LA POBLACIÓN.

ESTA OFERTA COMERCIAL SE VE COMPLEMENTADA POR EL MERCADILLO DE LOS VIERNES, CON PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS, TEXTIL Y COMPLEMENTOS.

PARALELAMENTE SE OBSERVA CON ESCASA INCIDENCIA LA VENTA DIRECTA DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DE LOS AGRICULTORES A LOS CONSUMIDORES.

EL MUNICIPIO ES UN REFERENTE DE LOS MUNICIPIOS ADYACENTES DE MENOR TAMAÑO AL POSEER ESTANCO Y FARMACIA.

- 5 COMERCIOS VARIADOS INCLUSO ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS
- 3 MUEBLES Y CHATARRAS
- 2 FRUTAS
- 2 TEXTIL HOGAR
- 2 PESCADERÍAS
- 1 PANADERÍA, LECHERÍA
- 1 VINOS Y VINAGRES
- 1 FARMACIA
- 1 GALERIA ARTE Y REPARACIÓN
- 1 CARNICERÍA
- 1 FERRETERÍA
- 1 ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS
- 1 COMERCIO AL POR MAYOR ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS
- 1 COMERCIO FUERA DE ESTABLECIMIENTOS

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Oferta comercial

Características de los establecimientos
 Clientes actuales y potenciales
 Problemática
 Oferta hostelería
 Características de la hostelería

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN COMERCIO

OFERTA COMERCIAL

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Oferta comercial

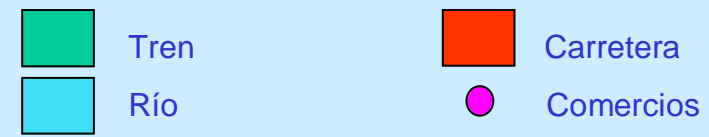
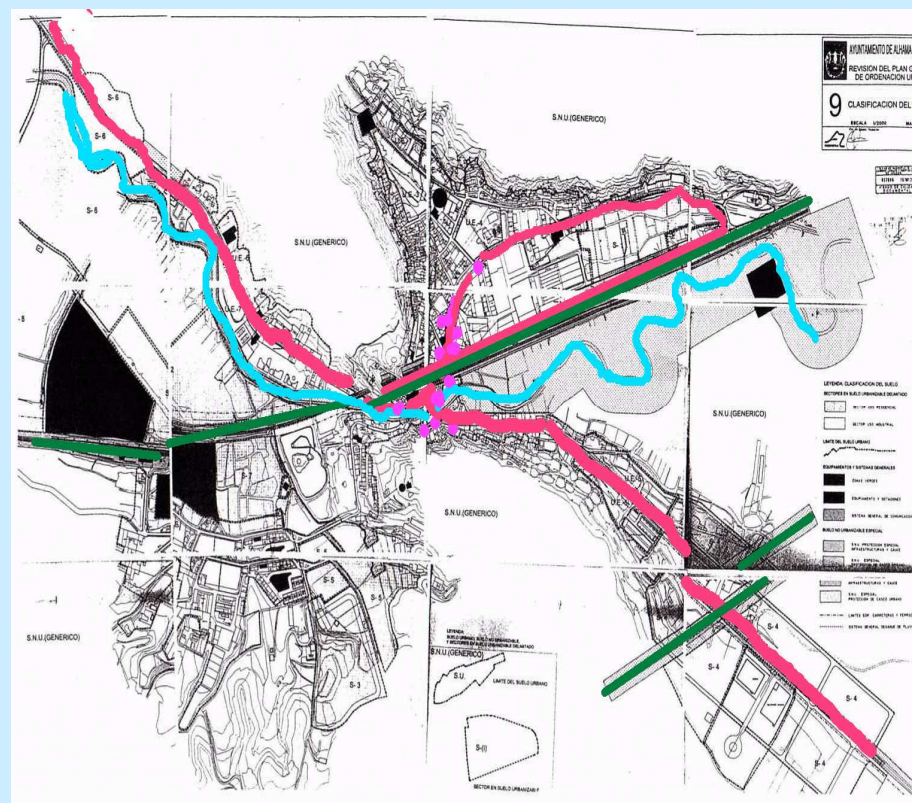
- Características de los establecimientos
- Clientes actuales y potenciales
- Problemática
- Oferta hostelería
- Características de la hostelería

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones



LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES SE UBICAN EN AMBOS LADOS DE LA CARRETERA, EN EL NÚCLEO URBANO.

LAS MAYORES CONCENTRACIONES CORRESPONDEN A LA AVENIDA DE ARAGÓN Y LA CALLE DE LA CONSTITUCIÓN.

LA NUEVA SEÑALIZACIÓN DEL MONASTERIO DE PIEDRA PERJUDICA A LOS ESTABLECIMIENTOS UBICADOS EN LA CALLE CONSTITUCIÓN.

LOS ESTABLECIMIENTOS MÁS ALEJADOS DE LA CARRETERA SON LAS ANTIGÜEDADES.



INFORMACIÓN COMERCIO

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Oferta comercial

Características de los establecimientos

Clientes actuales y potenciales

Problemática

Oferta hostelería

Características de la hostelería

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones

CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS

LA MAYORÍA DE LOS ESTABLECIMIENTOS TIENEN UNA ANTIGÜEDAD SUPERIOR A 20 AÑOS.



ESTÁN REGENTADOS POR LOS PROPIETARIOS Y SUS FAMILIAS, EN ALGÚN CASO TIENEN UN EMPLEADO.

EI TAMAÑO MEDIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS RONDA LOS 40 M2.

LA MODALIDAD DE VENTA ES UN MIX ENTRE AUTOSERVICIO Y COMERCIO TRADICIONAL.

LA DISTRIBUCIÓN INTERIOR PRESENTA UN GRAN ACOPIO DE PRODUCTOS DIFICULTANDO LA MOVILIDAD INTERNA

LOS ESCAPARATES SON POCO ATRACTIVOS, DEBIDO AL ABIGARRAMIENTO DE PRODUCTOS, EN ALGUNOS CASOS TAMBIEN SE EXPONEN PRODUCTOS EN LA CALZADA.

POSEEN SEÑALIZACIÓN EXTERIOR CON RÓTULOS Y TOLDOS SOBRE LA PUERTA SIN HOMOGENEIDAD.

LA MODERNIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS ES ESCASA.



INFORMACIÓN COMERCIO

CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES

LAS CARACTERÍSTICAS PECULIARES DEL MUNICIPIO, HACEN QUE COEXISTAN DIFERENTES SEGMENTOS DE CLIENTELA.

SEGMENTOS DE CLIENTELA



*Plan Local de Equipamiento Comercial de Alhama de Aragón
Consult. M - Economía 2007*

LA CLIENTELA ENDÓGENA ESTA CONSTITUIDA POR LA POBLACIÓN DEL MUNICIPIO Y DE LOS MUNICIPIOS ADYACENTES DE MENOR TAMAÑO.

EN UN FUTURO PRÓXIMO CON LA APERTURA DE LAS NUEVAS TERMAS, SE PUEDE VER LIGERAMENTE INCREMENTADA POR LOS TRABAJADORES DE LAS MISMAS.

LA POBLACIÓN FLOTANTE COMPUESTA POR LOS VISITANTES DEL MONASTERIO DE PIEDRA, RUTAS Y CAMINODEL CID, PUEDEN TENER UN LIGERO INCREMENTO CON EL MAYOR AUJE DEL CAMINO DEL CID.

LA CLIENTELA TERMALISTA QUE AGRUPA TANTO LOS CLIENTES INDIVIDUALES COMO DEL INSERSO, SE INCREMENTARÁ NOTABLEMENTE CON LA APERTURA DE NUEVAS TERMAS.

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Oferta comercial
Características de los establecimientos
Clientes actuales y potenciales
Problemática
Oferta hostelería
Características de la hostelería

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN COMERCIO

CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES

EL COMPORTAMIENTO DE LA CLIENTELA, SUS EXPECTATIVAS Y DEMANDAS SON DIVERSAS Y DIFERENCIADAS.



LOS CLIENTES ENDÓGENOS, REALIZAN HABITUALMENTE SUS GRANDES COMPRAS EN GRANDES SUPERFICIES DE CALATAYUD O ZARAGOZA.

RECURREN AL COMERCIO LOCAL PARA REALIZAR LAS COMPRAS DIARIAS O MARGINALES.

LAS FRUTAS Y VERDURAS EN OCASIONES SE COMPRAN DIRECTAMENTE AL AGRICULTOR.

EN EL MERCADILLO SE ADQUIEREN FRUTAS, VERDURAS, TEXTIL Y COMPLEMENTOS.

LOS CLIENTES FLOTANTES DEMANDAN REGALOS, RECUERDOS Y PRODUCTOS TÍPICOS.

LOS CLIENTES TERMALISTAS INDIVIDUALES CON ALTO NIVEL ADQUISITIVO DEMANDAN PRODUCTOS TÍPICOS Y PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD.

LOS CLIENTES TERMALISTAS DEL INSERSO CON UN NIVEL ADQUISITIVO MEDIO BAJO DEMANDAN REGALOS, RECUERDOS Y PRODUCTOS TÍPICOS.

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Oferta comercial

Características de los establecimientos

Clientes actuales y potenciales

Problemática

Oferta hostelería

Características de la hostelería

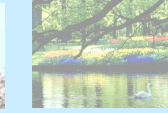
Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN COMERCIO

PROBLEMÁTICA DEL COMERCIO

EXISTEN UNA SERIE DE FACTORES EXTERNOS AL COMERCIO QUE INCIDEN NEGATIVAMENTE EN SU DESARROLLO:



MORFOLOGÍA DEL MUNICIPIO:
DISTRIBUCIÓN ESPACIAL ALREDEDOR DE LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN (CARRETERAS)

ENTORNO: ALTA CONTAMINACIÓN ACÚSTICA (TREN, CARRETERAS), DETERIORO DE LA RIBERA DEL RÍO CON AGUAS NEGRAS Y EN CONSECUENCIA MALOS OLORES Y PARÁSITOS

TRANSPORTES: AUSENCIA DE SALIDA DIRECTA DE LA AUTOVÍA, TREN: ELIMINACIÓN DE LA ESTACIÓN DE LARGO RECORRIDO

MASA CRÍTICA: ESCASA POBLACIÓN PERMANENTE

DEPENDENCIA: DE LA POBLACIÓN FLOTANTE Y SOBRE TODO TERMALISTA

CONFLUENCIA DE DIFERENTES TIPOLOGÍAS DE CLIENTELA

TEMPORALIDAD: MAYOR VOLUMEN DE VENTAS EN LOS MESES DE VERANO

COMPETENCIA: PROXIMIDAD DE GS EN CALATAYUD, MERCADILLO DE LOS VIERNES

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Oferta comercial

Características de los establecimientos

Clientes actuales y potenciales

Problemática

Oferta hostelería

Características de la hostelería

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN COMERCIO

PROBLEMÁTICA DEL COMERCIO

SE DAN UNA SERIE DE FACTORES INTERNOS EN EL COMERCIO DEL MUNICIPIO QUE INCIDEN NEGATIVAMENTE EN SU DESARROLLO:



AUNQUE EXISTE UN ALTO NIVEL DE ASOCIACIONISMO, SE OBSERVA UNA BAJA PARTICIPACIÓN EN LAS ACTIVIDADES.

EN GENERAL LA EDAD DE LOS COMERCIANTES ES ELEVADA, CONLLEVANDO EN UN ESPACIO CORTO DE TIEMPO LA DESAPARICIÓN POR JUBILACIÓN, ASÍ MISMO HAY UN ESCASO DINAMISMO Y NO SE ACOMETEN REFORMAS NI MODERNIZACIONES, RESULTANDO COMERCIOS POCO ATRACTIVOS.

SE CONTEMPLA UN BAJO NIVEL DE EMPRENDEDORES DEBIDO BÁSICAMENTE AL PLENO EMPLEO DEL MUNICIPIO Y LAS PREFERENCIAS DE LOS JÓVENES A TRABAJAR POR CUENTA AJENA, LAS INICIATIVAS COMERCIALES PROVIENEN DE PERSONAS DE FUERA DEL MUNICIPIO.

ESCASA FORMACIÓN ESPECÍFICA, SOBRE TODO EN LO REFERENTE A GESTIÓN COMERCIAL E IMAGEN Y ATRACCIÓN.

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Oferta comercial

Características de los establecimientos

Clientes actuales y potenciales

Problemática

Oferta hostelería

Características de la hostelería

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN COMERCIO Y HOSTELERÍA

OFERTA HOSTELERÍA

EN EL PERIODO 2000-2005 HA DESCENDIDO LA ACTIVIDAD DE RESTAURACIÓN EL 13,3%.

CENTROS TERMALES

- 2 HOTELES 3*
- 1 HOTEL 5*
- 1 RESTAURANTE ΨΨΨ
- 1 RESTAURANTE ΨΨΨΨΨ
- 2 BARES CAFETERÍAS
- 1 SALA DE PROYECCIONES
- 1 SALA DE JUEGOS DE MESA
- 1 TEATRO (CERRADO)
- 1 CASINO (CERRADO)

LA OFERTA INTERIOR DE LOS CENTROS TERMALES JUNTO CON LA ESCASA OFERTA DEL MUNICIPIO, CONLLEVA UNA BAJA PERMEABILIDAD DE CLIENTES

LA OFERTA DE CENTROS TERMALES, SE INCREMENTARÁ EN UN FUTURO PRÓXIMO CON LA REHABILITACIÓN DE TERMAS SAN ROQUE Y LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO BALNEARIO QUE SUSTITUYA A GUAJARDO.

ABRIENDO TRES NUEVOS HOTELES, DOS DE CINCO ESTRELLAS Y UNO DE CUATRO.

LA OFERTA EN EL MUNICIPIO NO SE ADECÚA A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA CLIENTELA TERMALISTA, RESULTANDO POCO ATRACTIVA.

LA INEXISTENCIA DE OFERTA DE OCIO CONLLEVA QUE LA POBLACIÓN SE DESPLACE A OTROS MUNICIPIOS.

ESTABLECIMIENTOS EN EL MUNICIPIO

- 2 HOSTAL 2*
- 1 PENSIONES 2*
- 1 ALBERGUE (CERRADO)
- 1 CASA RURAL (CERRADA)
- 3 RESTAURANTES Ψ (MENÚ)
- 7 BARES CAFETERÍAS
- NO EXISTEN OFERTAS DE OCIO

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Oferta comercial

Características de los establecimientos

Clientes actuales y potenciales

Problemática

Oferta hostelería

Características de la hostelería

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



INFORMACIÓN COMERCIOY HOSTELERÍA

CARACTERÍSTICAS DE LA HOSTELERÍA

LA UBICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSTELERÍA DEL MUNICIPIO SE ENCUENTRA EN LA CARRETERA Y CALLES ADYACENTES.



PRACTICAMENTE LA TOTALIDAD DE LOS BARES CAFETERÍAS TIENEN TERRAZA EXTERIOR EN LAS PROXIMIDADES DEL RÍO (MALOS OLORES) Y ALTA CONTAMINACIÓN ACÚSTICA

EL MOBILIARIO EXTERIOR ES IGUAL PARA TODAS ELLAS, PROMOCIÓN DE UNA MARCA DE CERVEZA

MOBILIARIO INTERIOR ANTICUADO, POCO ATRACTIVO

CLIENTELA HABITUAL PERSONAS MAYORES DEL MUNICIPIO, VISITANTES DE MUNICIPIOS CERCANOS Y TERMALISTAS

ESCASA MODERNIZACIÓN

OFERTA NO DIFERENCIADA, NO EXISTE ESPECIALIZACIÓN

LOS RESTAURANTES SON DE MENÚ, SIN CARTA

EN GENERAL LA OFERTA ES DE ESCASA CALIDAD

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Oferta comercial

Características de los establecimientos

Clientes actuales y potenciales

Problemática

Oferta hostelería

Características de la hostelería

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones



Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Características

Hábitos de compra
de los residentes

Nivel de desplazamiento

Lugares de compra

Frecuencia de compra

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones

ANÁLISIS DE LA DEMANDA



ANÁLISIS DE LA DEMANDA

CARACTERÍSTICAS – HABITOS DE COMPRA

BASE: ENCUESTA A 200 RESIDENTES

- EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN: ÚLTIMOS 20 AÑOS HA DESCENDIDO UN 22,2%
- NO HAY MASA CRITICA PARA UN COMERCIO MÁS DESARROLLADO
- HÁBITOS DE COMPRA

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Características

Hábitos de compra de los residentes

Nivel de desplazamiento

Lugares de compra

Frecuencia de compra

Información turismo

Escenario actual.

Diagnóstico

Plan de Actuaciones

	Tienda aislada	Supermercado Autoservicio	C. Comercial A. Tiendas	G. Almacenes Hipermercado	Mercadillo	Otros
Fruta y verdura fresca	62,14	33,2	-	0,74	3,23	0,6
Lácteos, huevos y aves	54,02	44,89	-	0,74	-	0,35
Carne, charcutería, etc.	67,87	31,59	-	0,54	-	-
Pescados, mariscos frescos	64,27	35,19	-	0,54	-	-
Panadería, pastelería	68,87	30,59	-	0,54	-	-
Otros alimentos	53,42	45,84	-	0,74	-	-
Perfumería, droguería y farmacia	51,38	41	0,92	6,71	-	-
Prendas de vestir y calzado	57,48	7,04	3,25	26,63	5,62	-
Muebles	66,36	4,5	3,25	25,89	-	-
Electrodomésticos, informática	65,16	4,5	3,25	27,04	-	-
Ferretería, menaje, bazar	54,41	40,92	0,25	4,42	-	-



ANÁLISIS DE LA DEMANDA

NIVEL DESPLAZAMIENTO – LUGAR Y FRECUENCIA DE COMPRA

- Objetivos y Metodología
- Información del Municipio
- Información urbanística
- Información comercio
- Análisis de la demanda**
- Características
Hábitos de compra
de los residentes
**Nivel de
desplazamiento
Lugares de compra
Frecuencia de compra**
- Información turismo
- Escenario actual.
Diagnóstico
- Plan de Actuaciones

LA TIENDA AISLADA ESPECIALIZADA ES EL TIPO DE COMERCIO DONDE ACUDEN CON PREFERENCIA A COMPRAR

LE SIGUE EL AUTOSERVICIO SUPERMERCADO UBICADO EN CALATAYUD

UN 81,5% DE LOS ENTREVISTADOS SE DESPLAZA CON FRECUENCIA A HACER COMPRAS FUERA DE ALHAMA

LOS LUGARES DONDE SE DESPLAZAN SON:
 - Calatayud: 70%
 - Zaragoza: 30%

LOS ESTABLECIMIENTOS DONDE ACUDEN SON:
 - Sabeco (Calatayud): 79,1%
 - DIA: 17,1%
 - El Corte Inglés: 14,7%
 - CARREFOUR: 13,4%

LOS MOTIVOS POR LOS QUE SE DESPLAZAN A COMPRAR SON:
 - Precios más bajos: 42,1%
 - Escasez de oferta en Alhama: 25,5%
 - Mayor posibilidad de elección: 22,5%

EXISTE UNA FUERTE EVASIÓN DEL GASTO COMERCIAL. ESTIMACIÓN:

- Grupo de jubilados y personas sin coche, alrededor del 35%
- Grupo de jóvenes y personas con coche, alrededor del 65%

LA MAYORIA DE LOS COMERCIANTES DE ALIMENTACIÓN SEÑALAN QUE LOS HABITANTES SUELEN COMPRAR EN LOS COMERCIOS LAS FALTAS DE COMPRAS BÁSICAS

EL RESTO DE COMERCIANTES SEÑALAN QUE SUS PRINCIPALES CLIENTES SON VISITANTES Y TURISTAS QUE LLEGAN AL MUNICIPIO

ESTAS PRACTICAS COMERCIALES DE LOS HABITANTES DE ALHAMA DIFICULTAN UN MAYOR DESARROLLO DEL COMERCIO DE LA CIUDAD



Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Recursos del municipio
Recursos del entorno
Sector turístico como
elemento potenciador

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

INFORMACIÓN DE TURISMO



INFORMACIÓN TURISMO

RECURSOS DEL MUNICIPIO

SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO QUE AFECTA AL COMERCIO DE ALHAMA:

- Los visitantes de las Termas Pallarés acuden esporádicamente a visitar algunos comercios de la ciudad
- Un pequeño porcentaje de visitantes del Monasterio de Piedra también acude a visitar algún comercio
- Los residentes en municipios cercanos, suelen visitar Alhama y acuden a tiendas de la ciudad

ESTRUCTURA ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO:

- Alojamientos: sólo los ubicados en las Termas Pallarés reúnen condiciones adecuadas para el turismo
- El resto son hostales con deficiencias en la estructura y funcionamiento (ruido, etc.)
- Restauración: exceptuando Termas Pallarés (tiene dos restaurantes), el resto son casas de comida con menú.

Los Bares – cafeterías restantes presentan deficiencias de estructura y presentación

ACTUACIONES QUE HAN AFECTADO AL DESARROLLO TURÍSTICO

- Pérdida de la estación de RENFE – LARGO RECORRIDO con lo que se ha perdido potenciales visitantes y turistas
- Han preparado una casa rural que no está operativa
- Han perdido la ubicación de un instituto, lo que afecta a los pueblos cercanos
- No tienen salida directa a la autovía

DIAGNÓSTICO SOBRE EL TURISMO EN ALHAMA:

- Cuenta con diversos recursos turísticos que no están puestos en valor
- La infraestructura turística del municipio (salvo Termas Pallarés) adolece de deficiencias que deben corregirse para hacer una explotación racional de este recurso
- No están concienciados ni la población ni los comerciantes de las posibilidades del sector turístico
- Teniendo en cuenta la evolución económica del municipio, el sector turístico puede ser el sector dinamizador de la actividad comercial si se introducen las mejoras adecuadas

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Recursos del municipio

Recursos del entorno
Sector turístico como elemento potenciador

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones



- Objetivos y Metodología
- Información del Municipio
- Información urbanística
- Información comercio
- Análisis de la demanda
- Información turismo
- Recursos del municipio
- Recursos del entorno**
- Sector turístico como elemento potenciador
- Escenario actual. Diagnóstico
- Plan de Actuaciones

INFORMACIÓN TURISMO

RECURSOS DEL ENTORNO

EVOLUCIÓN ECONÓMICA DEL MUNICIPIO EN EL PERIODO 2000 - 2005:

ACTIVIDAD	EVOLUCION ENTRE 2000 - 2005 (%)
Industrial	-17,4
Comercio mayorista	-12,5
Comercio minorista	-11,8
Restauración	-13,3

ESTOS DATOS REFLEJAN LA TENDENCIA ECONÓMICA DEL MUNICIPIO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS Y LA FALTA DE INCIDENCIA DEL TURISMO PARA POTENCIAR EL DESARROLLO

SIN EMBARGO ALHAMA CUENTA CON RECURSOS TURÍSTICOS DE RELEVANCIA COMO SON:

- NATURALES: río Jalón, lago natural, Camino del Cid, Desfiladero del río Mesa, Ruta del Agua.
- CULTURALES: torreón del siglo XIV, iglesia del siglo XVII, Palacios aragoneses siglos XVI y XVII, Baño del Moro (1122) y Baño del Rey
- OCIO: Termas Pallarés (funcionando con 1 hotel de 5 estrellas, uno de cuatro y uno de tres), tres hostales, terma San Roque (en reconstrucción), 7 cafeterías y 2 restaurantes
- DEPORTIVOS: piscina y tenis

ADEMAS CUENTA CON IMPORTANTES RECURSOS TURÍSTICOS EN LA COMARCA (ENTORNO DE 20 KMS). ENTRE ELLOS DESTACAN LOS SIGUIENTES:

- NATURALES: Pantano de la Tronquera, Sierras Ibéricas, Ríos Mesa y Piedra, Grutas naturales en Ibdes
- CULTURALES: Monasterio de Piedra (300.000 visitantes anuales), Ruinas Romanas de Bilbilis, castillos, iglesias, casas palacio
- OCIO: Balneario Sicilia (Jaraba), Balneario de la Virgen (Jaraba), Balneario de Paracuellos (Jiloca)
- DEPORTIVOS: Augusta Golf (Calatayud)



INFORMACIÓN TURISMO

SECTOR TURÍSTICO COMO ELEMENTO POTENCIADOR

POSIBILIDADES TURISTICAS Y PLAN DE ACTUACION

PUESTA EN MARCHA DE LA TERMA SAN ROQUE (GENERARÁ MÁS DE 40 EMPLEOS Y 3.000 VISITANTES)

PUESTA EN VALOR DE LA RUTA DE LAS TERMAS ENTRE ALHAMA Y JARABA (ESTAN BIEN EQUIPADAS Y SON RECURSOS POTENCIALES)

PUESTA EN VALOR DE RUTAS TURÍSTIAS NATURALES, CULTURALES Y DE OCIO QUE PROMOCIONEN EL TRIANGULO: ALHAMA – JARABA – MONASTERIO DE PIEDRA

NATURALES

LAGO NATURAL
RIO JALON
CAMINO DEL CID
RUTA DEL AGUA
PANTANO DE TRONQUERA
ETC.

CULTURALES

MONASTERIO DE PIEDRA
TORREON SIGLO XIV
IGLESIAS SIGLO XVII
PALACIOS
ETC.

RECONSTRUCCIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL CAUCE DEL RIO JALON EN EL MUNICIPIO DE ALHAMA (pueden desarrollar paseo de interés turístico)

REMODELACIÓN DEL TEATRO CASINO DE TERMAS PALLARES Y ESTABLECER PROGRAMA DE ACTOS CULTURALES ENTRE ORGANISMOS (AYUNTAMIENTO, D.G.A., CAMARA, TERMAS PALLARES)

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Recursos del municipio
Recursos del entorno
Sector turístico como elemento potenciador

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones



Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

ESCENARIO ACTUAL - DIAGNOSTICO



ESCENARIO ACTUAL - DIAGNÓSTICO

DIAGNOSTICO SOCIO - ECONOMICO

- EVOLUCION DE LA POBLACION (periodo 1985 – 2006).
 - Descenso de un 22,2%
 - Ultimos años = aparece nueva población inmigrante
- EVOLUCION DE LAS ACTIVIDADES ECONOMICAS: 2000 – 2005 (descenso general)
 - Actividades industriales: -17,4%
 - Comercio mayorista: -12,5%
 - Comercio minorista: -11,8%
 - Restauración: -13,3%
- EVOLUCIÓN DE INFRAESTRUCTURAS:
 - Pérdida de la estación de RENFE
 - Lámparas ZALUX: la ampliación se ha ido a ATECA
 - Problema autovía: no tienen salida directa. Lo hacen por CONTAMINA.
 - Casa rural: han preparado casa rural que no han abierto
 - Han perdido el Instituto para niños: ha ido a ATECA
 - Están reconstruyendo las termas: SAN ROQUE Y GUAJARDO

RECURSOS TURISTICOS:

- NATURALES: RÍO JALÓN, LAGO NATURAL, RUTA DEL AGUA, ETC.
- CULTURALES: TORREÓN S. XIV, IGLESIAS XVII, BAÑO DEL REY, BAÑO DEL MORO...
- OCIO: BALNEARIO TERMAS PALLARES, 7 CAFETERIAS, 2 RESTAURANTES
- DEPORTIVOS: PISCINA, TENIS.

RECURSOS DEL ENTORNO:

- NATURALES: PANTANO DE LA TRONQUERA, SIERRA DE CETINA, RIOS MESA Y PIEDRA.
- CULTURALES: MONASTERIO DE PIEDRA, RUINAS ROMANAS DE BILBILIS, CASTILLOS, etc
- OCIO: BALNEARIO DE SICILIA, DE LA VIRGEN EN JARABA, PARACUELLOS EN JILOCA
- DEPORTIVOS: AUGUSTA GOLF EN CALATAYUD

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones



ESCENARIO ACTUAL - DIAGNÓSTICO

DIAGNOSTICO SOCIO - ECONOMICO

ESTRUCTURA DEL COMERCIO

OFERTA:

- 5 COMERCIOS VARIADOS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS
- 3 COMERCIOS MUEBLES Y CHATARRAS
- 2 COMERCIOS DE FRUTAS
- 2 COMERCIOS TEXTIL – HOGAR
- 1 COMERCIO PANADERÍA
- 1 COMERCIO FARMACIA
- 1 COMERCIO VINOS Y VINAGRES
- 1 COMERCIO AL POR MAYOR
- 1 COMERCIO FUERA ESTABLECIMIENTOS

CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO:

- COMERCIO ANTICUADO
- DEFICIENTE ESTRUCTURA
- DEFICIENTE PRESENTACIÓN Y ESCAPARATES
- ALTO NIVEL DE ENVEJECIMIENTO
- NO HAY DESARROLLADAS ZONAS Y EJES COMERCIALES
- BAJO NIVEL DE PREPARACION DE COMERCIANTES

DEMANDA:

- FUERTE EVASIÓN DEL GASTO EN EL COMERCIO DE ALHAMA
 - Grupo de jubilados y personas sin vehículo: estimación evaden 35%
 - Grupo jóvenes y personas con coche: estimación evaden 65%
- COMERCIANTES DE ALIMENTACIÓN: SEÑALAN QUE COMPRAN LAS FALTAS DE COMPRAS EN OTRAS ZONAS
- RESTO DE COMERCIANTES: LOS PRINCIPALES CLIENTES SON VISITANTES Y TURISTAS

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones



ESCENARIO ACTUAL - DIAGNÓSTICO

DIAGNOSTICO DE LA SITUACION DEL COMERCIO DE ALHAMA

MATRIZ DAFO: DIAGNOSTICO: URBANÍSTICO - ESPACIAL

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

DEBILIDADES

ESTRUCTURA URBANÍSTICA COMPLICADA PARA EL DESARROLLO COMERCIAL

- La carretera, la vía del ferrocarril y el cauce del río dividen urbanísticamente la morfología de la ciudad.
- Ausencia de recorridos peatonales.
- Construcción anticuada con problemas de conexión entre ellos.
- Falta de caracterización de las calles y pavimentos que se asocien a la actividad comercial.
- Falta de equipamiento urbano que se relacione con la actividad comercial.
- Falta de zonas comerciales conectadas entre sí
- Deficiencias en la señalización de la actividad comercial

FORTALEZAS

**LA ESTRUCTURA URBANA ACTUAL
NO PERMITE SEÑALAR NINGUNA
FORTALEZA QUE FAVOREZCA EL
DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD
COMERCIAL**



ESCENARIO ACTUAL - DIAGNÓSTICO

DIAGNOSTICO DE LA SITUACION DEL COMERCIO DE ALHAMA

MATRIZ DAFO: DIAGNOSTICO: URBANÍSTICO - ESPACIAL

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

AMENAZAS

- FACILIDAD DE CONEXIÓN CON CALATAYUD Y ZARAGOZA: FAVORECE EL DESPLAZAMIENTO PARA REALIZAR COMPRAS
- FALTA DE UN PLAN DE MEJORA DE LOS EDIFICIOS PARA MEJORAR EL ATRACTIVO DE LOS COMERCIOS
- MAYOR PARQUE DE AUTOMÓVILES QUE FACILITA EL DESPLAZAMIENTO PARA REALIZAR COMPRAS FUERA

OPORTUNIDADES

- ALHAMA CUENTA CON NUMEROSOS RECURSOS TURISTICOS NATURALES Y CULTURALES QUE PUEDEN INFLUIR EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL
- RECONSTRUCCIÓN DE LAS TERMAS CERRADAS, PUEDE CAPTAR NUEVO EMPLEO Y NUEVOS TURISTAS QUE AFECTARÁN AL COMERCIO
- RECONSTRUCCIÓN DEL CAUCE DEL RIO QUE PUEDE FAVORECER LA VISITA DE TURISTAS
- RECONSTRUCCIÓN DEL TEATRO – CASINO DE TERMAS PALLARES, PUEDE POTENCIAR EL TURISMO Y EL COMERCIO



ESCENARIO ACTUAL - DIAGNÓSTICO

DIAGNOSTICO DE LA SITUACION DEL COMERCIO DE ALHAMA

MATRIZ DAFO: DIAGNOSTICO: SECTORIAL Y FORMATIVO

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

DEBILIDADES

- Falta de espíritu entre los comerciantes para desarrollar actividades comerciales conjuntas
- Falta de variedad de comercio, sólo el sector alimentario tiene más comercios.
- La mayoría cuentan con un equipamiento y escaparatismo anticuados
- Envejecimiento de los comerciantes que repercute en la actividad comercial
- Evasión de un elevado porcentaje de gasto comercial a Calatayud y Zaragoza. Cerca de un 35% entre jubilados y personas sin vehículo y cerca de un 65% entre jóvenes y grupos con coche.
- No han desarrollado zonas con atractivo comercial
- Falta de preparación comercial por responsables concretos

FORTALEZAS

- Cuenta con recursos turísticos:
 - Termas Pallares y las termas que están recuperando (San Roque y Guajardo) que tienen capacidad de atracción de visitantes.
 - Río Jalón y Ruta del Agua
 - Lago Natural y Camino del Cid
 - Torreón del siglo XIV e Iglesia del siglo XVII
 - Baño del moro y Baño del Rey
 - Recursos en el entorno: Monasterio de Piedra, Termas de Jaraba, Pantano de Tronquera, etc.
- Facilidad de contacto con Madrid – Zaragoza – Calatayud para captar visitantes y turistas.



ESCENARIO ACTUAL - DIAGNÓSTICO

DIAGNOSTICO DE LA SITUACION DEL COMERCIO DE ALHAMA

MATRIZ DAFO: DIAGNOSTICO: SECTORIAL Y FORMATIVO

Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

AMENAZAS

- LOS HABITOS DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES DE ALHAMA DIRIGEN SUS COMPRAS HACIA EL COMERCIO DE CALATAYUD Y ZARAGOZA
- BUENA COMUNICACIÓN CON CIUDADES DE MÁS ATRACTIVO COMERCIAL

OPORTUNIDADES

- DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS, PUEDE AFECTAR AL DESARROLLO DEL COMERCIO:
 - Potenciar recursos naturales: pantano, senderismo, etc..
 - Potenciar rutas turísticas: termas, Monasterio de Piedra, etc.
 - Potenciar rutas turístico – culturales: concurso pintura, jornadas micológicas, etc
 - Apertura de nuevas termas que puedan captar nuevos trabajadores y turistas
- RECONSTRUCCIÓN DEL CAUCE DEL RÍO QUE PUEDE FAVORECER LA LLEGADA DE VISITANTES
- CONSEGUIR LA APERTURA DE LA ESTACIÓN PARA FAVORECER LA LLEGADA DE TURISTAS PARA TERMAS Y RUTAS TURÍSTICAS
- RECONSTRUCCIÓN TEATRO –CASINO DE TERMAS PALLARES



Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

ESCENARIO ACTUAL - DIAGNÓSTICO

DIAGNOSTICO ECONÓMICO - COMERCIAL

- LA EVOLUCION SOCIOECONOMICA Y COMERCIAL HA SIDO DECRECIENTE EN LOS ULTIMOS AÑOS
- LAS INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICO – COMERCIALES (EXCEPTO TERMAS PALLARES) NO ESTAN LO SUFICIENTEMENTE PREPARADAS PARA ACOGER UN DESARROLLO TURISTICO COMERCIAL RELEVANTE
- LA OFERTA COMERCIAL NO TIENE UNA ESTRUCTURA Y PREPARACION SUFICIENTE PARA POTENCIAR EL COMERCIO
 - No hay zonas comerciales ni comercios con atractivo (salvo alguna excepción)
 - La mayoría de los comercios tienen más de 20 años de antigüedad
 - El tamaño medio es pequeño
 - La presentación es deficiente y el interior abigarrado por los productos
 - Falta modernización
- LA DEMANDA TURISTICO COMERCIAL PRESENTA PECULIARIDADES:
 - Los jubilados y residentes sin coche evaden un gasto comercial del orden del 35%
 - El resto evaden cerca de un 65% del gasto comercial
 - En alimentación, los comerciantes subrayan que sólo completan faltas
 - Los clientes del resto de comercios suelen ser visitantes y turistas
- LOS PROBLEMAS EXTERNOS DEL COMERCIO SE CENTRAN EN:
 - Morfología del municipio: el comercio está alrededor de vías de comunicación: carreteras y ferrocarril
 - Alta contaminación acústica
 - Escasa población permanente y gran dependencia de población flotante y termalista
 - Gran competencia del comercio de Calatayud y Zaragoza
- LOS PROBLEMAS INTERNOS DEL COMERCIO:
 - Baja participación de los comerciantes en el desarrollo común
 - Elevada edad y escaso dinamismo
 - Bajo nivel de emprendedores (pleno empleo)
 - Escasa formación para gestión y promoción
- FALTA DE INTEGRACION DEL TURISMO Y EL COMERCIO PARA CONSEGUIR UN MAYOR DESARROLLO
- DIAGNOSTICO TURISTICO:
 - Salvo termas Pallarés el turismo carece de buenas infraestructuras y no está desarrollado
 - Alhama y su entorno cuentan con recursos turísticos naturales, culturales y de ocio de cierta entidad que puestos en valor pueden generar empleo y visitantes - turistas
 - El sector turístico puede ser el elemento dinamizador del comercio de Alhama si se ponen en valor algunos de los recursos que tiene el municipio y su entorno. Para ello es necesario mejorar las infraestructuras turístico comerciales de Alhama



- Objetivos y Metodología
- Información del Municipio
- Información urbanística
- Información comercio
- Análisis de la demanda
- Información turismo
- Escenario actual.
Diagnóstico
- Plan de Actuaciones**
- Territorio
- Entorno
- Comercio
- Comerciantes
- Hostelería
- Dinamización social
- Comercialización de la zona – Turismo
- Estructura coordinación y seguimiento
- Priorización de las acciones

PLAN DE ACTUACIONES



Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

Territorio

Entorno

Comercio

Comerciantes

Hostelería

Dinamización social

Comercialización de la
zona – Turismo

Estructura coordinación
y seguimiento

Priorización de las
acciones

PLAN DE ACTUACIONES

CONSIDERACIÓN GENERAL: LA EVOLUCIÓN SOCIOECONÓMICA DE ALHAMA (ULTIMOS 20 AÑOS) DETERMINA QUE SIN UN DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO, EL COMERCIO ES DIFÍCIL QUE PUEDA MEJORAR.

MOTIVOS:

- DESCENSO DE LA POBLACIÓN
- DESCENSO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA
- EVASIÓN DEL GASTO COMERCIAL A CALATAYUD Y ZARAGOZA

**EN FUNCIÓN DE ESTA SITUACIÓN PLANTEAMOS ACCIONES
CONJUNTAS TURÍSTICO – COMERCIALES DIFERENCIADAS PARA
ALHAMA Y SU ENTORNO**



Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

Territorio

Entorno

Comercio

Comerciantes

Hostelería

Dinamización social

Comercialización de la
zona – Turismo

Estructura coordinación
y seguimiento

Priorización de las
acciones

PLAN DE ACTUACIONES

SOBRE EL TERRITORIO

VIALES:

- ORDENACIÓN DEL TRÁFICO RODADO
- MODIFICACIÓN DE SEÑALIZACIÓN DEL MONASTERIO DE PIEDRA
- MEJORA DE PAVIMENTOS

ILUMINACIÓN:

- MODERNIZACIÓN
- HOMOLOGACIÓN DE LA ILUMINACIÓN EXISTENTE

MOBILIARIO URBANO:

- MODERNIZACIÓN
- HOMOLOGACIÓN MOBILIARIO EXISTENTE

ACERAS:

- ARREGLO DE PAVIMENTO ACTUAL
- ELIMINACIÓN DE BARRERAS ARQUITECTONICAS ACTUALES
- AMPLIACIÓN DE ACERA DE ENTRADA Y ALREDEDOR DEL CAUCE DEL RIO





Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

Territorio

Entorno

Comercio

Comerciantes

Hostelería

Dinamización social

Comercialización de la
zona – Turismo

Estructura coordinación
y seguimiento

Priorización de las
acciones

PLAN DE ACTUACIONES

SOBRE EL ENTORNO

RIO:

- MEJORA DEL CAUCE DEL RIO
- ELIMINACIÓN DE OLORES Y PARASITOS
- RECUPERACIÓN DE LA CUENCA

EDIFICIOS:

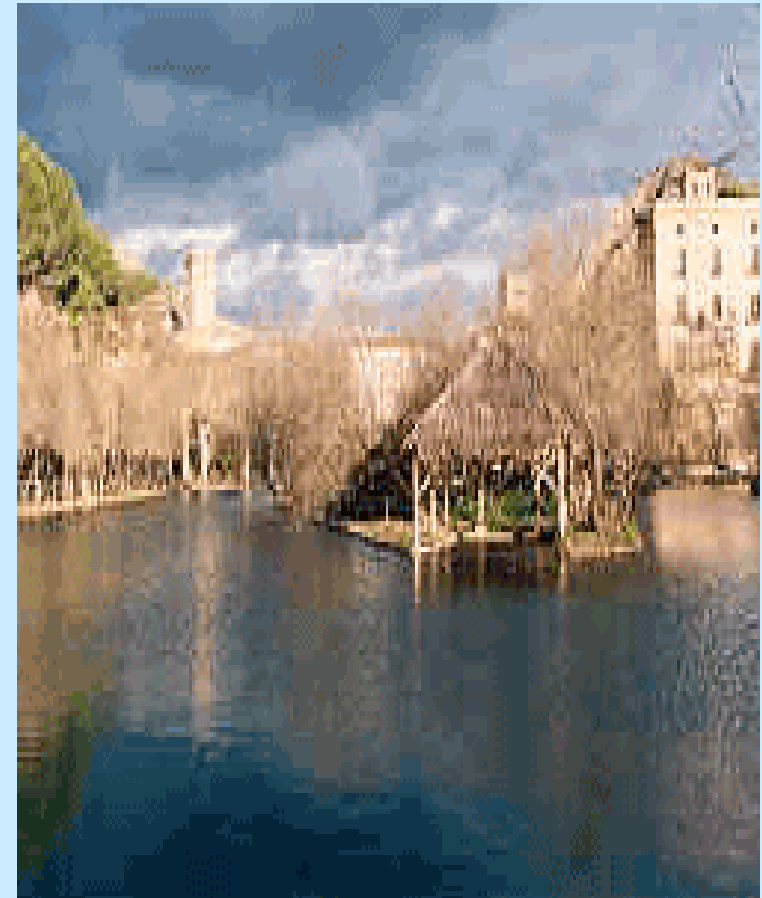
- REHABILITACIÓN DE EDIFICIOS
- ARREGLO DE FACHADAS

PUEDEN FACILITAR LA DEMANDA DE
ALQUILERES POR PARTE DE VISITANTES
Y TURISTAS

CONTAMINACIÓN ACUSTICA:

- PANELES AISLANTES SONOROS EN
FERROCARRIL Y CARRETERA ELEVADA:

PUEDEN MEJORAR LA CALIDAD DE LA
ESTANCIA DE VISITANTES Y TURISTAS





- Objetivos y Metodología
- Información del Municipio
- Información urbanística
- Información comercio
- Análisis de la demanda
- Información turismo
- Escenario actual. Diagnóstico
- Plan de Actuaciones
- Territorio
- Entorno
- Comercio**
- Comerciantes
- Hostelería
- Dinamización social
- Comercialización de la zona – Turismo
- Estructura coordinación y seguimiento
- Priorización de las acciones

PLAN DE ACTUACIONES

SOBRE EL COMERCIO

COMPETENCIA:

- CAMBIO DE DÍA DE MERCADILLO DEL VIERNES A OTRO DÍA (tratar de eliminar la fuga de ventas el día de afluencia de turistas)

ADAPTACIÓN A LAS DEMANDAS ACTUALES Y POTENCIALES:

Para evitar la evasión del gasto, deben adaptar precios y mercancías a la competencia (sobre todo de Calatayud)

ESTRUCTURACIÓN INTERIOR::

- MEJORA DE LA DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LOS LOCALES

Se observa gran acumulación de mercancías en poco espacio

INCORPORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS:

Faltan equipos informáticos y presentación de los productos

MODERNIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS

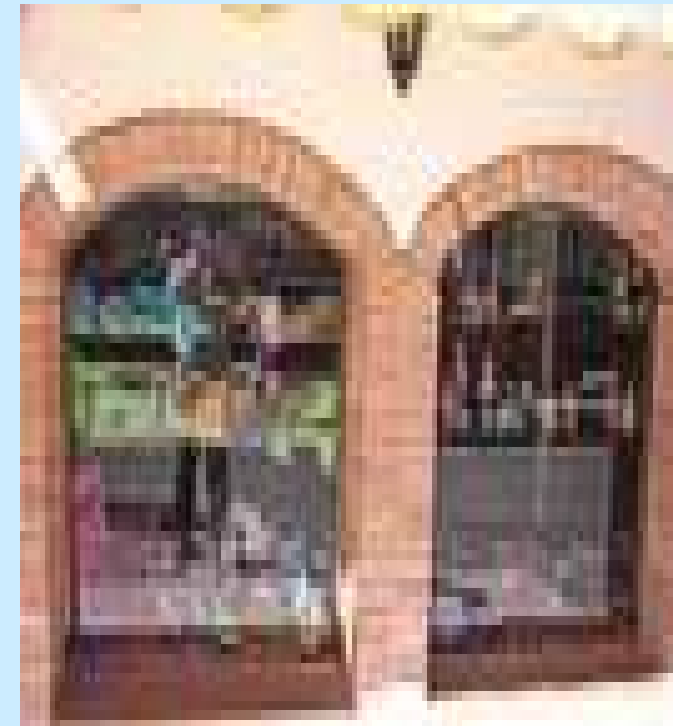
Sobre todo en presentación y escaparatismo

MEJORA DE LA GESTIÓN

Deben tener una mayor preparación para la gestión comercial

GENERACIÓN DE PRODUCTOS TÍPICOS

No hay productos típicos de Alhama. Deben potenciarse productos de alimentación y de artesanía





- Objetivos y Metodología
- Información del Municipio
- Información urbanística
- Información comercio
- Análisis de la demanda
- Información turismo
- Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

- Territorio
- Entorno
- Comercio
- Comerciantes**
- Hostelería
- Dinamización social
- Comercialización de la zona – Turismo
- Estructura coordinación y seguimiento
- Priorización de las acciones

PLAN DE ACTUACIONES

SOBRE LOS COMERCIANTES

FORMACIÓN:

MAYOR PREPARACIÓN SOBRE: TÉCNICAS DE VENTA, ESCAPARATISMO Y ORGANIZACIÓN INTERIOR, NUEVAS TECNOLOGÍAS (LA IMAGEN ACTUAL ES DE FALTA DE INTERÉS)

DINAMIZACIÓN:

BUSCAR ACCIONES ENCAMINADAS A UNA MAYOR PARTICIPACIÓN EN LA ASOCIACIÓN Y SUS ACTIVIDADES





Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

Territorio

Entorno

Comercio

Comerciantes

Hostelería

Dinamización social

Comercialización de la
zona – Turismo

Estructura coordinación
y seguimiento

Priorización de las
acciones

PLAN DE ACTUACIONES

SOBRE LA HOSTELERIA

ADAPTACIÓN A LAS DEMANDAS ACTUALES Y POTENCIALES

Clientes de Medio – Alto poder adquisitivo

ESTRUCTURACIÓN INTERIOR: MEJORA DE LA DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LOS LOCALES

Excepto Termas Pallarés, el resto de la
hostelería presenta aspecto anticuado

INCORPORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

MODERNIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS

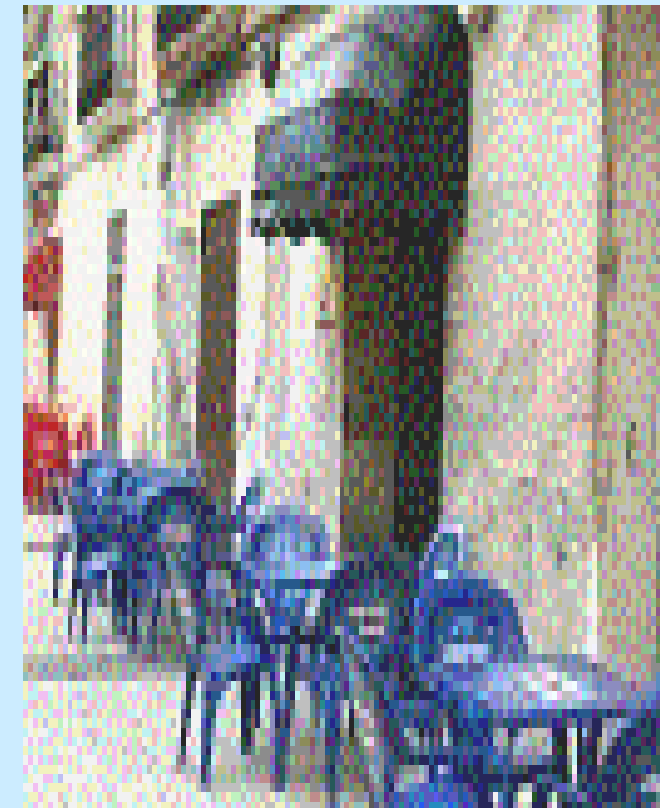
MEJORA DE LA GESTIÓN

GENERACIÓN DE PLATOS Y TAPAS TÍPICAS

Buscar productos de calidad que se identifiquen

MAYOR ESPECIALIZACIÓN

MEJORA DE LA CALIDAD





- Objetivos y Metodología
- Información del Municipio
- Información urbanística
- Información comercio
- Análisis de la demanda
- Información turismo
- Escenario actual. Diagnóstico

Plan de Actuaciones

- Territorio
- Entorno
- Comercio
- Comerciantes
- Hostelería
- Dinamización social**
- Comercialización de la zona – Turismo
- Estructura coordinación y seguimiento
- Priorización de las acciones

PLAN DE ACTUACIONES

DINAMIZACIÓN SOCIAL

PRESENTACIÓN PÚBLICA DEL PROYECTO A LOS AGENTES SOCIALES Y A LA POBLACIÓN:

En la actualidad, tanto la población, como hosteleros y comerciantes no están incentivados para una mejora turístico comercial

ESTABLECIMIENTO DE CANALES DE PARTICIPACIÓN EN EL PROYECTO DE LOS AGENTES SOCIALES Y PARTICULARES:

Convocatoria abierta para la generación del nombre comercial, eslogan y logotipo de la zona





- Objetivos y Metodología
- Información del Municipio
- Información urbanística
- Información comercio
- Análisis de la demanda
- Información turismo
- Escenario actual. Diagnóstico
- Plan de Actuaciones**
- Territorio
- Entorno
- Comercio
- Comerciantes
- Hostelería
- Dinamización social
- Comercialización de la zona – Turismo**
- Estructura coordinación y seguimiento
- Priorización de las acciones

PLAN DE ACTUACIONES

COMERCIALIZACIÓN DE LA ZONA - TURISMO

CREACIÓN DE UN NOMBRE COMERCIAL, ESLOGAN Y LOGOTIPO

Buscar nombre que correlacione la zona con atractivo turístico y comercial

ELABORACIÓN DE UN CATALOGO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS, COMERCIALES Y HOSTELEROS

BUSQUEDA DE ESPONSORS:

Empresas de la zona y de fuera que estén interesadas

CREACION DE PACKAGING HOMOGENEO PARA TODA LA ZONA, QUE DE APOYO A LAS ACTIVIDADES

DISEÑO DE RUTAS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS Y GASTRONOMICOS

ELABORACIÓN DE FOLLETOS DIVULGATIVOS

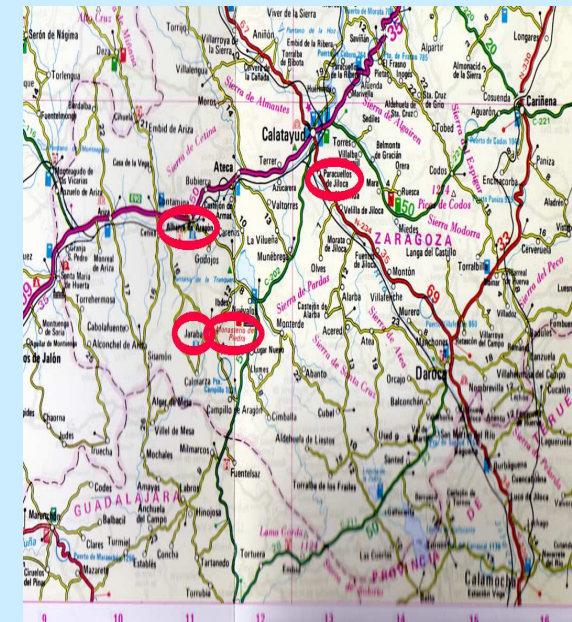
CREACIÓN DE UNA PAGINA WEB QUE DE APOYO A LAS ACTIVIDADES

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA ZONA

PRESENTACIÓN DE LA ZONA A LOS OPERADORES TURISTICOS

ESTABLECIMIENTO DE CONTACTOS CON LOS OPERADORES TURISTICOS

CREACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS (TRANSPORTE), ENTRE LOS DIFERENTES PUNTOS QUE INTEGRAN LA ZONA (ESTABLECER RUTAS TURISTICAS)





Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

Territorio
Entorno
Comercio
Comerciantes
Hostelería
Dinamización social
Comercialización de la zona – Turismo
**Estructura
coordinación
y seguimiento**
Priorización de las acciones

PLAN DE ACTUACIONES

ESTRUCTURA DE COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO

CREACIÓN DE UNA COMISIÓN CON ESTRUCTURA ESTABLE Y CON REUNIONES MÍNIMAS PERIODICAS (BIMENSUALES)

• COMPOSICIÓN DE LA COMISIÓN: PARITARIA CON REPRESENTANTES DE:

- AYUNTAMIENTOS
- PARTICIPACIÓN CIUDADANA
- AGENTES SOCIALES
- GOBIERNO DE ARAGÓN
- TERMAS
- CAMARA DE COMERCIO
- MONASTERIO DE PIEDRA

• FUNCIONES DE LA COMISIÓN:

- ESTABLECIMIENTO DE LOS OBJETIVOS: Turísticos, comerciales, actos culturales, etc.
- ESTABLECIMIENTO DE PLAZOS DE REALIZACIÓN
- SEGUIMIENTO DE LAS EJECUCIONES
- BUSQUEDA DE FINANCIACIÓN PARA LOS PROYECTOS Y SUS ACTIVIDADES:
Generación de comisiones con objetivos operativos concretos: financiación, dinamización social, diseño de productos turísticos, elaboración de catálogo de recursos.



Objetivos y Metodología

Información del Municipio

Información urbanística

Información comercio

Análisis de la demanda

Información turismo

Escenario actual.
Diagnóstico

Plan de Actuaciones

Territorio

Entorno

Comercio

Comerciantes

Hostelería

Dinamización social

Comercialización de la
zona – Turismo

Estructura coordinación
y seguimiento

**Priorización de las
acciones**

PLAN DE ACTUACIONES

PRIORIZACIÓN DE LAS ACCIONES

EL ORDEN DE EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES ESTIMAMOS QUE DEBERÍA SER:

- EN EL MUNICIPIO:

- ACTUACIONES DE DINAMIZACIÓN SOCIAL: presentación del proyecto a los distintos agentes sociales y a la población y establecimiento de canales de participación en el proyecto
- ACTUACIONES DE MEJORA DEL MUNICIPIO: urbanísticas y del entorno (una vez planificadas)
- INFORMACIÓN SOBRE LAS AYUDAS Y SUBVENCIONES PARA LA REHABILITACIÓN Y ARREGLO DE FACHADAS EXISTENTES
- ACTUACIONES SOBRE EL COMERCIO, COMERCIANTES Y HOSTELERIA
- INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS Y SUBVENCIONES EXISTENTES PARA LA REMODELACIÓN Y LA FORMACIÓN
- ACTUACIONES SOBRE EL TURISMO

- EN LA ZONA:

- CREACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA ZONA
- ACTUACIONES DE DINAMIZACIÓN SOCIAL, CONVOCATORIA ABIERTA PARA LA GENERACIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL, ESLOGAN Y LOGOTIPO DE LA ZONA
- COMERCIALIZACIÓN DE LA ZONA