



Redacción del Estudio para la  
Equipamiento Comercial de FRAGA



# Análisis Urbanístico y Comercial

Redacción del Estudio para la Elaboración del Plan Local de  
Equipamiento Comercial de FRAGA

## Análisis Urbanístico y Comercial

### METODOLOGÍA

- 1) Primera fase de **análisis de las distintas zonas comerciales**; donde se tienen en cuenta factores como pueden ser
  - Accesos rodados y dotación de aparcamientos
  - Circulación interior
  - Peatonalización
  - Señalización. Iluminación. Mobiliario urbano
  - Análisis del planeamiento actual
  
- 2) Posteriormente se ha establecido un **diagnóstico** con el fin de detectar las carencias del municipio y establecer los puntos fuertes que es necesario potenciar
  
- 3) A partir de esta detección de carencias y con el fin de llegar a una serie de mejoras , se proponen un relación de **propuestas de actuación**



## Análisis Urbanístico y Comercial

### ZONAS COMERCIALES

- 1) **Casco Antiguo:** dentro de esta zona consideramos el "Casco Histórico" de Fraga formado fundamentalmente por las calles de Paseo Barrón, C/ Mayor, Pº Reyes Católicos fundamentalmente
- 2) **Zona del Ensanche:** formado por la Avda. Aragón y Avda. Madrid y las calles adyacentes, además de la incipiente zona alrededor del Centro de Salud y la calle Huesca.



### Caracterización comercial

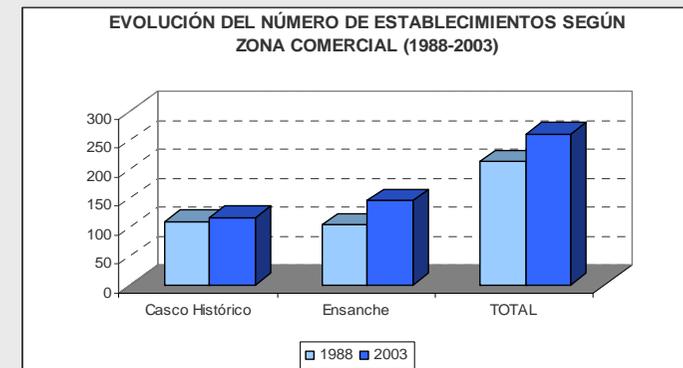
Los establecimientos se encuentran repartidos de forma bastante homogénea en ambas zonas, siendo algo superior en la zona del Ensanche contando con unos 145 establecimientos.

Utilización de "Estudio de Equipamiento Comercial de Fraga de 1988" de la Cámara de Comercio de Huesca.

Resultado de una evolución positiva para la zona del Ensanche ya que en el año 1988, el número de establecimientos comerciales era menor en la zona del Ensanche que en la del Casco Antiguo.

El **crecimiento de establecimientos** en conjunto es de un 22%, desigual por zonas comerciales.

Zona del Ensanche : crecimiento de un 39,4%  
 Casco Antiguo: ralentizado, 6,2%.





## Análisis Urbanístico y Comercial

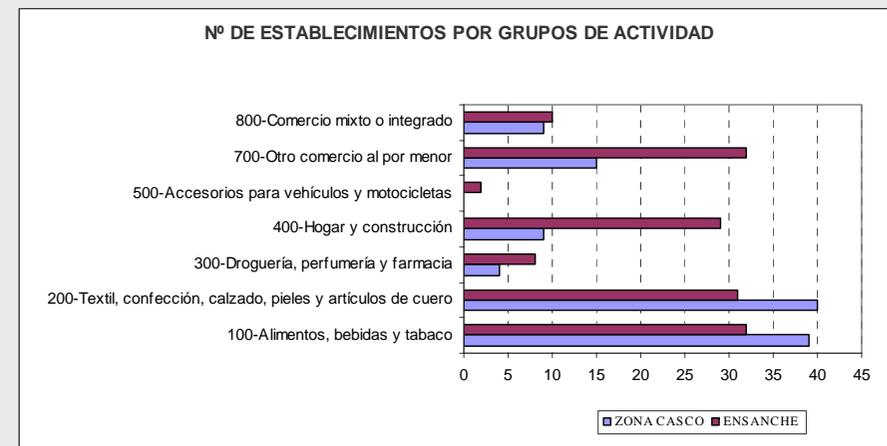
### ZONAS COMERCIALES

#### Número de establecimientos por tipo de actividad

- *Hogar y construcción* es el que más ha crecido en los últimos años, aumento de 111,11%.
- *Ropa y calzado*, la evolución positiva. Crecimiento de un 54,35% desde el año 1988
- *Otro comercio al por menor*, crecimiento de un 30,56%.
- *Droguería y perfumería*, crecimiento de un 20%.
- *Alimentación, bebidas y tabaco*, el de menor crecimiento 10,94%.

- *Comercio mixto o integrado*, crecimiento de un 5,26% en cuanto a número de establecimientos desde 1988.

Su influencia sobre el resto del comercio es importante. En este grupo podríamos localizar a SABECO, CONSUM...



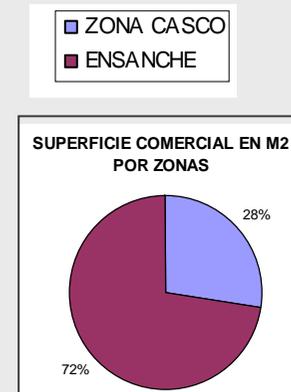


## Análisis Urbanístico y Comercial

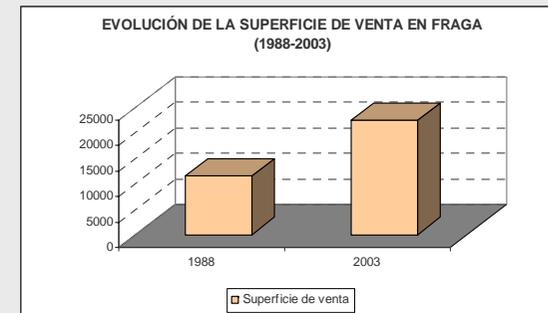
### ZONAS COMERCIALES

#### Superficie comercial

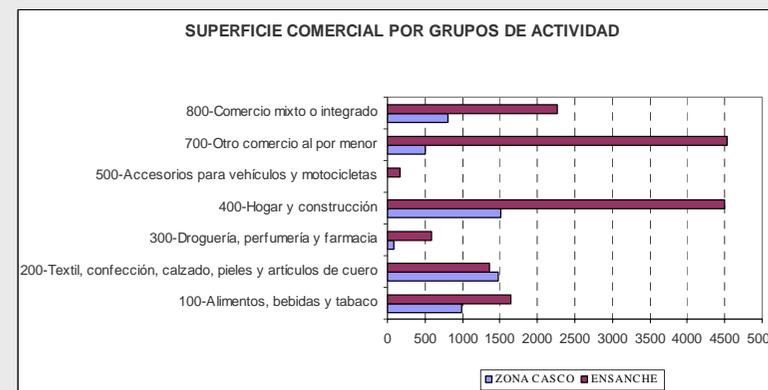
El Casco Antiguo pierde participación frente al Ensanche, siendo en esta zona donde se concentra la mayor parte de la superficie comercial de Fraga con el 72% del total. (sin considerar SABECO)



El reparto de esta superficie comercial por tipo de actividad refleja una distribución desigual a uno y otro lado del río Cinca. Solamente en *textil, confección, calzado, pieles y artículos de cuero* supera el Casco al Ensanche, aunque con una diferencia muy pequeña.



En las demás actividades, el Ensanche siempre supera en superficie comercial al Casco Antiguo llegando a grandes diferencias en algunos tipos de productos, como pueden ser *otro comercio al por menor*. Destaca el grupo de *hogar y menaje* que más importante en la zona del Ensanche.





## Análisis Urbanístico y Comercial

### ZONAS COMERCIALES

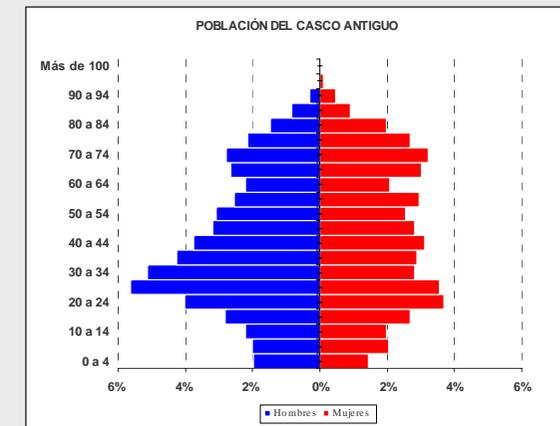
#### Descripción de las zonas comerciales

##### ❖ Casco Antiguo

Se concentra entorno a la C/ Mayor, Paseo Barrón y Pza España aunque también aparecen otras pequeñas concentraciones en el Paseo Reyes Católicos y en la C/ Quintín.

Presenta una estructura de población bastante envejecida, más de un cuarto del total de población, un 26,85% tiene más de 60 años de edad.

El desequilibrio entre sexos es mayor entre en intervalo de personas de 10 y 40 años, donde casi el 24% de la población total, son hombres mientras que únicamente el 17,58% son mujeres. Esta situación puede estar relacionada con el importante número de inmigrantes que recoge esta zona.





## Análisis Urbanístico y Comercial

### ZONAS COMERCIALES

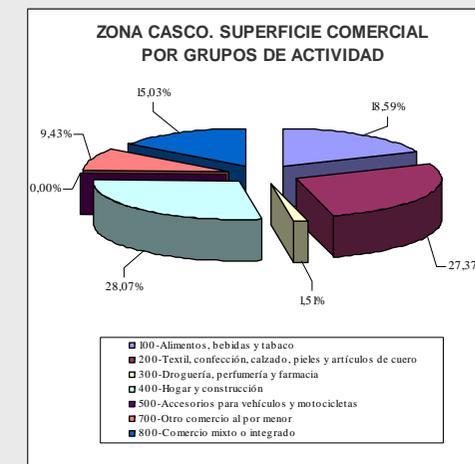
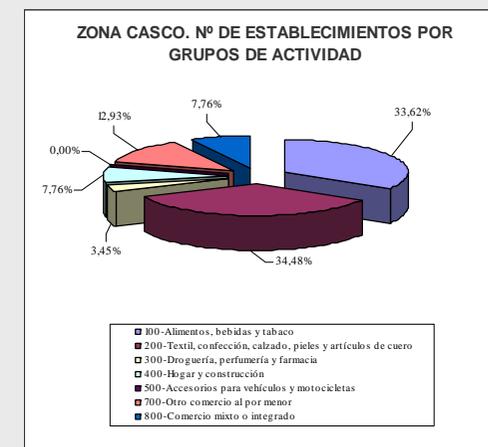
#### Descripción de las zonas comerciales

##### ❖ Casco Antiguo

Concentra el **45%** del total de establecimientos sin embargo en cuanto a la **superficie comercial** solamente representa el 28% del total de la superficie comercial de Fraga.

La estructura comercial de la zona es básicamente de tipo tradicional, **casi el 70%**, están relacionados con la **alimentación y con la ropa y calzado**. Casi un **13%** de los establecimientos están dedicados a otro **comercio al por menor**, relacionados con joyerías, relojerías ó bazares

La **mayor parte de la superficie es ocupada por hogar y construcción**, si bien en número de establecimientos representa el 7,76%. Después, los grupos de alimentación y textil, que son los más abundantes en la zona, los que ocupan mayor superficie comercial





## Análisis Urbanístico y Comercial

### ZONAS COMERCIALES

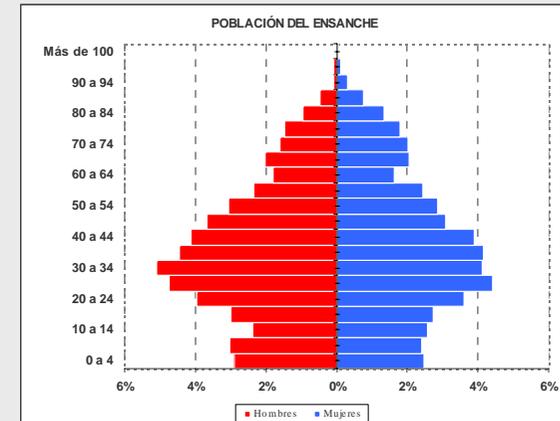
#### Descripción de las zonas comerciales

##### ❖ Ensanche

La estructura poblacional indica un mayor relevo poblacional así como un mayor dinamismo lo que favorece a una mayor movilidad de población y la existencia de un mayor abanico de necesidades de compra.

Se distinguen dos áreas diferenciadas:

- **Zona Aragón- Avda Madrid (A):** Avda. Madrid y la Avda. Aragón y calles adyacentes. Forma la zona comercial más consolidada del Ensanche.
- **Prolongación Avda Aragón (B):** Prolongación de la Avda. de Aragón desde el cruce con Avda. de Madrid y por las calles Maestro Falla, Manuel Alabart y Agustina de Aragón y calles adyacentes. Es una zona más nueva, se sitúa entorno al Centro de Salud y todavía no está terminada la urbanización de algunas calles.





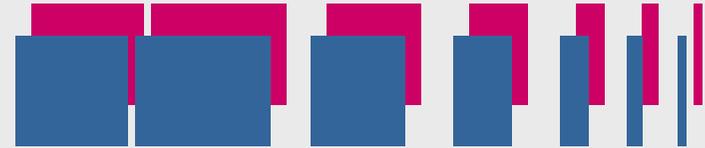
# Diagnóstico Urbanístico y Comercial

Redacción del Estudio para la Elaboración del Plan Local de  
Equipamiento Comercial de FRAGA

## Diagnóstico Urbanístico y Comercial

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Inexistencia de zonas definidas comercialmente</li> <li>➤ Desequilibrio en la distribución de comercios</li> <li>➤ Desajuste en calidad-precio de la oferta</li> <li>➤ Dificil identificación de las zonas comerciales</li> <li>➤ Desconocimiento de programas de ayuda</li> <li>➤ Carencia de cooperación entre comerciantes</li> <li>➤ Inexistencia de actividades promotoras del comercio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Proximidad de Lérida</li> <li>➤ Preferencia de los consumidores por la comodidad del Centro Comercial</li> <li>➤ Precios más competitivos de Lérida</li> <li>➤ Próxima apertura de un nuevo centro comercial en Lérida</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Amplia oferta de productos</li> <li>➤ Buena valoración por parte del consumidor de la oferta comercial</li> <li>➤ Reducido gasto evadido en la mayoría de los artículos</li> <li>➤ Poder de atracción a la comarca en determinados servicios</li> <li>➤ Propósitos de cooperación entre comerciantes</li> <li>➤ Aparición de las grandes superficies</li> <li>➤ Proximidad entre las principales zonas comerciales</li> <li>➤ Larga trayectoria profesional de la mayoría de los comerciantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Constante crecimiento de la población en el municipio</li> <li>➤ Población joven en el Ensanche que demanda un comercio moderno y nuevo</li> <li>➤ Próxima apertura de nuevas superficies en Fraga</li> <li>➤ Buenas posibilidades de las zonas comerciales</li> <li>➤ Posibilidad de potenciar el atractivo comercial</li> <li>➤ Unión de los recursos de los comerciantes: la asociación de comerciantes</li> <li>➤ Gran número de población potencial que puede acudir a comprar a Fraga (más de 20.000 personas)</li> </ul>

## Diagnóstico Urbanístico y Comercial



DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de identificación y clara accesibilidad a las zonas comerciales</li> <li>➤ Deficiente conexión entre las principales zonas comerciales</li> <li>➤ Inexistencia de señalización de la oferta comercial</li> <li>➤ Ausencia de zonas peatonales que faciliten el acceso a los comercios</li> <li>➤ Necesidad creciente de zonas de aparcamiento</li> <li>➤ Falta de la coordinación en el sistema de circulación: excesivo uso del coche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Inmejorable comunicación con Lérida para los consumidores</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Construcción de viviendas en el Ensanche que generará nuevos núcleos de demanda</li> <li>➤ La existencia de grandes superficies o algunos otros elementos comerciales como el mercadillo pueden servir de atractivo para otros municipio próximos</li> <li>➤ La ciudad ofrece además una oferta monumental y natural que hará que atraiga a población de diferentes lugares</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Localización estratégica del municipio</li> <li>➤ Proyecto de renovación de la Avda. Madrid</li> <li>➤ Buena comunicación de Fraga con los municipios de la comarca natural, tanto dentro de la Comunidad como fuera</li> </ul>



# Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

Redacción del Estudio para la Elaboración del Plan Local de  
Equipamiento Comercial de FRAGA

### Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

#### OBJETIVOS

- ❖ Mejorar el nivel de dotación y el grado de equilibrio de la oferta comercial existente
- ❖ Mejorar el nivel de información y técnico y los sistemas de gestión en el sector comercial
- ❖ Favorecer la participación activa del comerciante en la puesta en marcha de las nuevas líneas de actuación y en los proyectos de reconversión inducidos por ellos
- ❖ Fomento del asociacionismo comercial
- ❖ Modernizar la oferta comercial y de servicios existente en el municipio de Fraga
- ❖ Adecuar la oferta comercial a las necesidades del consumidor
- ❖ Constituir actuaciones conjuntas que promocionen el comercio de forma global
- ❖ Crear un Centro Comercial Abierto



### Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

#### OBJETIVOS

- ❖ Integrar la actividad comercial en la estructura morfológica y funcional de la trama urbana
- ❖ Mejorar el entorno urbanístico y la accesibilidad
- ❖ Mejorar la accesibilidad peatonal dentro de la zona comercial
- ❖ Potenciar la aparición de aparcamientos en los accesos a la zona comercial
- ❖ Desarrollo de señas propias de identidad en ambas zonas comerciales

## Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

### Reestructuración de viales y peatonalización

Reordenación del tráfico rodado

Establecer zonas de aparcamiento

Reformas de fachadas y escaparates

Mobilización urbano y señalítica

### ❖ Reestructuración de viales y peatonalización

#### - Adecuación de viales

Su objetivo es hacer más cómodo al paseo y al tránsito peatonal un corredor que una el Ensanche con el Casco Antiguo.

Esta propuesta puede ir dirigida en torno a dos ideas principales:

**Ampliación de aceras;** como ejemplo se podrían estudiar propuestas orientadas a la reestructuración del vial de Avenida de Madrid, que puede permitir un ensanchamiento de aceras, así como en Paseo Reyes Católicos, donde la acera que cuenta con comercios se podría ampliar para facilitar el paseo, conectando además con la C/ San Quintín, donde se podría crear en esta esquina de encuentro una zona de esparcimiento.

**Reorganización del aparcamiento;** pudiéndose limitar el aparcamiento en algunas zonas del Casco Histórico y concentrándolo en algunas bolsas. La Avenida Madrid, en la zona del ensanche, también se podría ver afectada en este sentido.

## Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

### Reestructuración de viales y peatonalización

Reordenación del tráfico rodado

Establecer zonas de aparcamiento

Reformas de fachadas y escaparates

Mobilización urbano y señalítica

### ❖ Reestructuración de viales y peatonalización

#### - Peonalización

Esta actuación es importante, dado que ofrece una zona de ocio, paseo y comercio y además de facilitar la visibilidad de los diferentes comercios de la zona, así como de otros establecimientos de ocio.

A modo de ejemplo, se podrían plantear diversas líneas de estudio encaminadas a peatonalizar el acceso al Pº Barrón y facilitar el acceso a los vehículos relacionados con el comercio en la zona (mercadillo, para carga y descarga...), así el acceso para la mayoría de los vehículos a la zona del Pº Barrón se haría por la calle Santa Quiteria.

Acompañando a las acciones anteriores, se podría estudiar la propuesta de la **creación de una pasarela peatonal** que una el Ensanche (desde Vía Augusta), con el Casco Antiguo (entrada C/ San Quintín), donde durante el año podrían promoverse actividades como la feria del libro...

De este modo conseguiremos mantener la zona nueva con la más antigua del municipio de manera peatonal, facilitando el paseo y el esparcimiento, y contando con el río Cinca como principal protagonista.



## Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

Reestructuración de viales y peatonalización

Reordenación del tráfico rodado

Establecer zonas de aparcamiento

Reformas de fachadas y escaparates

Mobilización urbano y señalítica

### ❖ Reordenación del tráfico

#### - Restringir el tráfico pesado

La desviación de este tráfico ya es una realidad con la construcción de la variante.

#### - Adaptación de los sentidos de circulación

Para que la circulación del tráfico sea más fluida y más cómoda tanto para peatones como para vehículos se fomentarán las algunas calles con un sentido único de circulación, como ejemplo, estas podrían ser:

- Calle San Quintín; con dirección única de subida hacia el Casco Antiguo, lo que permitiría la ampliación de aceras. De este modo facilitamos el tráfico rodado al Casco.

- Calle Obradores, como calle de sentido único para que los vehículos pudieran salir del Paseo Barrón.



## Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

### Reestructuración de viales y peatonalización

Reordenación del tráfico rodado

### Establecer zonas de aparcamiento

Reformas de fachadas y escaparates

Mobilización urbano y señalítica

### ❖ Establecer zonas de aparcamiento

El principal objetivo perseguido es que los clientes encuentren y un lugar para estacionar cuando lleguen, con el coste estrictamente necesario.

En este sentido se priorizan las siguientes actuaciones:

**Reconversión de zonas de aparcamiento**, algunas de las principales líneas que pueden seguirse son:

- Aparcamiento en Avda. de Madrid ó posible ubicación de un parking subterráneo
- Aparcamientos en el Pº Reyes Católicos en el lado del río Cinca

**Construcción de nuevos aparcamientos**, como ejemplo podrían estudiarse diferentes posibilidades:

- Aparcamientos en la calle de las Arribas, con una capacidad de aproximadamente 20 plazas.
- Aparcamientos próximos al pabellón, donde puede crearse además un espacio polivalente para diferentes actividades (expositores,...). La capacidad sería de unas 500 plazas.
- Aparcamientos en la zona de la Pista





## Propuestas sectoriales de actuación

### Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

#### Reestructuración de viales y peatonalización

Reordenación del tráfico rodado

Establecer zonas de aparcamiento

#### Reformas de fachadas y escaparates

Mobilización urbano y señalítica

#### ❖ Reformas de fachadas y escaparates

Los principales objetivos están relacionados con:

- *Mejorar el primer impacto visual* que reciben los consumidores del conjunto de los establecimientos.
- *Conservar las calles principales* del Centro Comercial Abierto
- *Potenciar el comercio*
- *Evitar el abandono de edificios*, recuperando los edificios abandonados para actividades complementarias al comercio; ambulatorios, guarderías....
- *Salvaguardar el valor histórico del Casco Antiguo* de Fraga





## Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

### Reestructuración de viales y peatonalización

Reordenación del tráfico rodado

Establecer zonas de aparcamiento

Reformas de fachadas y escaparates

### Intervenciones que favorezcan la accesibilidad

Mobilización urbano y señalítica

### ❖ Intervenciones que favorezcan la accesibilidad

Estas intervenciones deben ir encaminadas a la supresión de barreras arquitectónicas, en relación con:

- Aceras
- Pasos peatonales
- Acceso a comercios y otros establecimientos

Llevadas a cabo mediante la creación de bordillos rebajados, el acceso a nivel a los comercios....

Esta medida facilitaría el acceso a la zona comercial a minusválidos, familias con niños, ....



### Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

#### Reestructuración de viales y peatonalización

Reordenación del tráfico rodado

Establecer zonas de aparcamiento

Reformas de fachadas y escaparates

Intervenciones que favorezcan la accesibilidad

Mobilización urbano y señalítica

#### ❖ Mobiliario urbano y señalítica

El mobiliario urbano debe ir destinado principalmente tanto a las proximidades de Avda Aragón y Avda. Madrid, como a la zona de Paseo Barrón y Calle Mayor y su principal objetivo es el de poner a disposición del ciudadano unos servicios complementarios.

Este mobiliario tiene que ver con la existencia de paneles de información con los comercios y principales zonas de ocio, los rótulos de las tiendas...

Además, este mobiliario tiene que ir en conjunción con elementos como la iluminación (farolas), papeleras o bancos, de tal manera que el peatón identifique enseguida la Zona Comercial en cuanto entre en ella.

Junto a este tratamiento, es importante tener en cuenta además el llevar a cabo otra serie de acciones paralelas

- Limpieza de calles
- Megafonía en las calles del Centro Comercial
- Retirada de cables en las fachadas del Centro Comercial

...



## Propuestas comerciales de actuación

### Crterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

#### Mejora de la oferta comercial y de servicios

Creación y promoción de una imagen comercial única  
 Delimitación del centro Comercial Abierto

Búsqueda de motores para la zona

Promoción de actividades: animación ciudadana

Programas de formación: relación comerciante-consumidor

### OBJETIVOS

- ✓ Potenciar la cooperación entre los comerciantes
- ✓ Promocionar de manera unitaria y centralizada los distintos establecimientos
- ✓ Incidir la necesidad de realizar actividades conjuntas entre los distintos tipos de comercios y entre diferentes áreas

#### ❖ Mejora de la oferta comercial y de servicios

##### - Explotar las posibilidades de un comercio tradicional y cercano

Mejorar la atención al cliente, tanto en el trato personal como en la mejora de las condiciones de compra y su promoción.

##### - Rehabilitación de fachadas

Mejorar el estado de las fachadas de los comercios ya que constituyen la primera impresión del consumidor hacia el establecimiento. Una zona preferente de rehabilitación de fachadas es el Casco Antiguo, su mejora proporcionaría una sensación más agradable a la hora de pasear por las calles y por tanto fomentaría el paseo por ellas.





### Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

#### Mejora de la oferta comercial y de servicios

Creación y promoción de una imagen comercial única

Delimitación del centro Comercial Abierto

Búsqueda de motores para la zona

Promoción de actividades: animación ciudadana

Programas de formación: relación comerciante-consumidor

#### ❖ Mejora de la oferta comercial y de servicios

##### - Recuperación de escaparates

De esta manera, el comerciante presenta los artículos de los que dispone en su establecimiento. Además estos consiguen que el paseo por las calles comerciales sea más agradable.

##### - Limpieza de calles

Es fundamental para que las zonas inviten al paseo, relacionado con este tema, se encuentra también la mejora de la iluminación contribuyendo a que en las zonas comerciales exista un ambiente homogéneo.

##### - Fomentar la existencia de zonas de ocio

Orientadas tanto a población mayor como joven, intentando evitar la evasión de la población hacia otros municipios. En estas zonas habría que prestar atención a la apertura de restaurantes, actividades orientadas a jóvenes, parques infantiles....



### Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

#### Mejora de la oferta comercial y de servicios

Creación y promoción de una imagen comercial única  
Delimitación del centro Comercial Abierto

Búsqueda de motores para la zona

Promoción de actividades: animación ciudadana

Programas de formación: relación comerciante-consumidor

#### ❖ Mejora de la oferta comercial y de servicios

##### - Desarrollar la prestación de los distintos servicios

Muchos clientes de la comarca se acercan a Fraga para contratar diversos servicios. El objetivo es consolidar e incrementar el número de este tipo de clientes, ya que supondrá un aumento de ventas en los comercios.

Teniendo en cuenta a la población joven, sería interesante centrar algunos servicios complementarios en las personas que acuden cada fin de semana para actividades relacionadas con el ocio.

##### - Facilitar la compra a los consumidores

Es necesario ofrecer a los consumidores facilidades cada vez más competitivas, por lo que se propone a la Asociación de Comerciantes establecer promociones asociadas con los modos de pago ( ejemplo: facilitar los pagos con tarjeta por acuerdos de la Asociación, promociones especiales, tarjeta de fidelidad..)





## Propuestas comerciales de actuación

### Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

Mejora de la oferta comercial y de servicios

Creación y promoción de una imagen comercial única

Delimitación del centro Comercial Abierto

Búsqueda de motores para la zona

Promoción de actividades: animación ciudadana

Programas de formación: relación comerciante-consumidor

#### ❖ Creación y promoción de una imagen comercial conjunta



- Incentivar la participación activa del comerciante en la puesta en marcha de nuevas líneas de actuación y en los procesos de reconversión

Realización de diversas actuaciones de tipo promocional y publicitario hacia Fraga y su mercado potencial

#### *Comunicar la idea de un comercio fuerte y unificado*

Que ofrece una gran diversidad de productos, promocionando además la zona comercial.

#### *Elaboración de una guía comercial*

Para mejorar el conocimiento que tienen usuarios de la oferta comercial, en la que se tengan en cuenta los empresarios además de otra oferta de servicios (restauración....). Tras su elaboración se debería proceder a su distribución masiva.

#### *Campañas publicitarias constantes y adecuadas*

Campañas de inauguración; para dar a conocer al cliente la nueva zona comercial.

Campañas publicitarias más especializadas

La publicidad debe adecuarse a los intereses del consumidor y a las posibilidades del comerciante.



## Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

### Mejora de la oferta comercial y de servicios

Creación y promoción de una imagen comercial única

### Delimitación del centro Comercial Abierto

Búsqueda de motores para la zona

Promoción de actividades: animación ciudadana

Programas de formación: relación comerciante-consumidor

### ❖ Delimitación del Centro Comercial Abierto

#### - La delimitación de un espacio comercial común

La zona comercial debe estar claramente identificada y delimitada, de tal modo que el espacio unido sería la zona del Casco Antiguo, con la zona del Ensanche localizada en la confluencia de Avda. Madrid y Avda. Aragón. El resto del municipio debe girar en torno a esta zona, consiguiendo que las avenidas confluyan hacia esta zona. Las propuestas urbanísticas deben ir unidades a esta idea.

Este espacio común, debe satisfacer algunas necesidades:

- o Búsqueda de ocio, sentido lúdico de compra...
- o Facilitar acciones promocionales conjuntas
- o Mayor amplitud de productos y marcas

Esta creación supondrá:

- o Mantener mas vivo y atractivo el Casco Antiguo
- o Fomentar el paseo gracias a la unión entre ambas orillas del río Cinca
- o Concentración de comercio muy variado y a la vez muy especializado
- o Mejorar accesibilidad de aparcamiento
- o Propuesta debe contar con un respaldo empresarial



## Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

### Mejora de la oferta comercial y de servicios

Creación y promoción de una imagen comercial única

### Delimitación del centro Comercial Abierto

Búsqueda de motores para la zona

Promoción de actividades: animación ciudadana

Programas de formación: relación comerciante-consumidor

### ❖ Delimitación del Centro Comercial Abierto

#### - Gestión coordinada de la nueva zona

Es necesario un buen sistema de gestión que coordine tanto las iniciativas municipales como privadas. Así es importante formar un equipo de trabajo con miembros de Ayuntamiento y con la Asociación de Comerciantes del municipio.

Algunas acciones deben ir relacionadas con:

- Presupuesto de acciones colectivas
- Presupuesto para publicidad y promoción
- Presupuesto para otros servicios (escaparatismo...)

#### - Desarrollar una ambientación adecuada de la zona comercial

Deben ser proyectos relacionados con:

- La ambientación de los establecimientos
- Publicidad conjunta: logotipo

Es importante además transmitir las mejoras a los consumidores mediante campañas de promoción. Tanto a los habitantes de Fraga como a los de su zona de influencia.





## Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

### Mejora de la oferta comercial y de servicios

Creación y promoción de una imagen comercial única  
 Delimitación del centro Comercial Abierto

### Búsqueda de motores para la zona

### Promoción de actividades: animación ciudadana

Programas de formación: relación comerciante-consumidor

#### ❖ Búsqueda de motores para la zona

Establecer una serie de establecimientos como impulsores de la nueva zona comercial, que tiren del resto de comercio.

#### ❖ Promoción de actividades: animación ciudadana

##### - Promocionar las propuestas comerciales con los principales actos y actuaciones en el municipio

Es necesario aprovechar la mayoría de los actos lúdicos para promocionar el nuevo centro, en especial la zona del Casco y combinarlo con promociones de productos típicos y tradicionales de la zona.

##### - Iniciativas de mercadillos de productos varios y tradicionales que beneficien el comercio de la zona

Aprovechando el Casco Antiguo, donde estuvieron implantados los principales gremios de artesanos, sería interesante recuperar y agrupar algunos oficios tradicionales, relacionados en gran medida con la cerámica, los embutidos...

La relación de estos gremios y los mercadillos debe ser estrecha, ya que teniendo en cuenta el fuerte tirón del mercadillo de Paseo Barrón, podrían promocionarse otros con menor periodicidad



### Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

Mejora de la oferta comercial y de servicios

Creación y promoción de una imagen comercial única

Delimitación del centro Comercial Abierto

Búsqueda de motores para la zona

Promoción de actividades: animación ciudadana

Programas de formación: relación comerciante-consumidor

#### ❖ Promoción de actividades: animación ciudadana

##### - Elaboración de diferentes campañas promocionales estacionales

Sería interesante conseguir unir las diferentes campañas tales como las rebajas, campaña de navidad (feria de belenes, ...), de primavera (mercado de flores...), verano (desfiles de moda baño...) y otoño (productos para iniciar el colegio...).

##### - Aniversarios de la zona comercial

Es necesaria una buena puesta en escena del nuevo Centro Comercial, ya que su objetivo prioritario es darse a conocer y conseguir una posible base de datos de clientes interesados que quieran recibir información comercial

Este acto debe contar también con actuaciones infantiles, musicales... Respaldados tanto por el Ayuntamiento como por diferentes asociaciones del municipio

##### - Animación cultural

Coordinando actividades promovidas por diferentes grupos sociales como los jóvenes ( a través del Consejo de la Juventud) y los mayores (asociación de amas de casa...)

##### - Fomentar la colaboración entre restaurantes y hoteles

Es muy importante para atraer visitantes ofreciéndoles una óptima y variada oferta de actividades relacionadas con el comercio

##### - Promoción de estas actividades por la comarca y zonas próximas

## Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

### Mejora de la oferta comercial y de servicios

Creación y promoción de una imagen comercial única

Delimitación del centro Comercial Abierto

Búsqueda de motores para la zona

Promoción de actividades: animación ciudadana

Programas de formación: relación comerciante-consumidor

### ❖ Programas de formación: relación comerciante- consumidor

#### - Jornadas de formación

Se plantea la potenciación y apoyo a a medidas tendentes a:

- *Mejorar la información*
- *Mejorar la información sobre sobre el mercado*
- *Mejorar la información empresarial sobre la política comercial y trámites administrativos para la apertura de nuevos negocios*
- *Capacitar profesionalmente al comerciante mediante una formación general y específica*
- *Fomentar el asociacionismo empresarial*

#### - Incremento de la competitividad del comerciante

- *Creación de un grupo estable, dinámico y con capacidad de gestionar la actividad comercial del municipio.*
- *Conseguir un cambio de actitudes y un sentimiento de unidad.*
- *La formación estará dirigida a todos los operadores*

#### - Cursos de motivación

Estos cursos tendrán como objetivo proporcionar al empresario las bases y criterios en los que se están apoyando los nuevos cambios en el comercio e industria



## Criterios y Propuestas Urbanísticas y Comerciales

Mejora de la oferta comercial y de servicios

Creación y promoción de una imagen comercial única

Delimitación del centro Comercial Abierto

Búsqueda de motores para la zona

Promoción de actividades: animación ciudadana

Programas de formación: relación comerciante-consumidor

### ❖ Programas de formación: relación comerciante- consumidor

#### - Charlas sobre las experiencias entre ciudades/municipios

Tendrán como objetivo proporcionar unas referencias de partida sobre las actuaciones llevadas a cabo en otras ciudades españolas. En estas charlas se expondrán las ventajas de gestionar un conjunto de empresas y actividades de modo unitario y centralizado

#### - Jornadas sobre cómo promocionar los centros comerciales abiertos

Se pretende informar sobre las herramientas más utilizadas para promocionar una zona o área, indicando el mayor impacto que tienen las actuaciones promocionales realizadas de forma conjunta.





# Planos Anexos

Redacción del Estudio para la Elaboración del Plan Local de  
Equipamiento Comercial de FRAGA



- CONCENTRACION COMERCIAL ALTA
- CONCENTRACION COMERCIAL MEDIA
- CONCENTRACION COMERCIAL BAJA

5  
4  
3  
2  
1  
0  
metros

9606  
001

REV-A

A3  
1/7500  
A1  
1/3750  
DENSIDAD  
COMERCIAL

NOVIEMBRE 2003

9606  
ESTUDIO PARA LA  
ELABORACION DEL  
PLAN LOCAL DE  
EQUIPAMIENTO  
COMERCIAL DE FRAGA

CLIENTE  
CAMARA DE COMERCIO  
DE HUESCA

COLABORADOR  
autor  
Federico Pardos Auber





9606  
 002  
 REV-A  
 A3  
 1/2500  
 A1  
 1/1250  
 DENSIDAD COMERCIAL  
 ZONA ENSANCHE  
 NOVIEMBRE 2003  
 9606  
 ESTUDIO PARA LA  
 ELABORACION DEL  
 PLAN LOCAL DE  
 EQUIPAMIENTO  
 COMERCIAL DE FRAGA  
 CAMARA DE COMERCIO  
 DE HUESCA  
 colabora:  
 Federico Pardo Auber

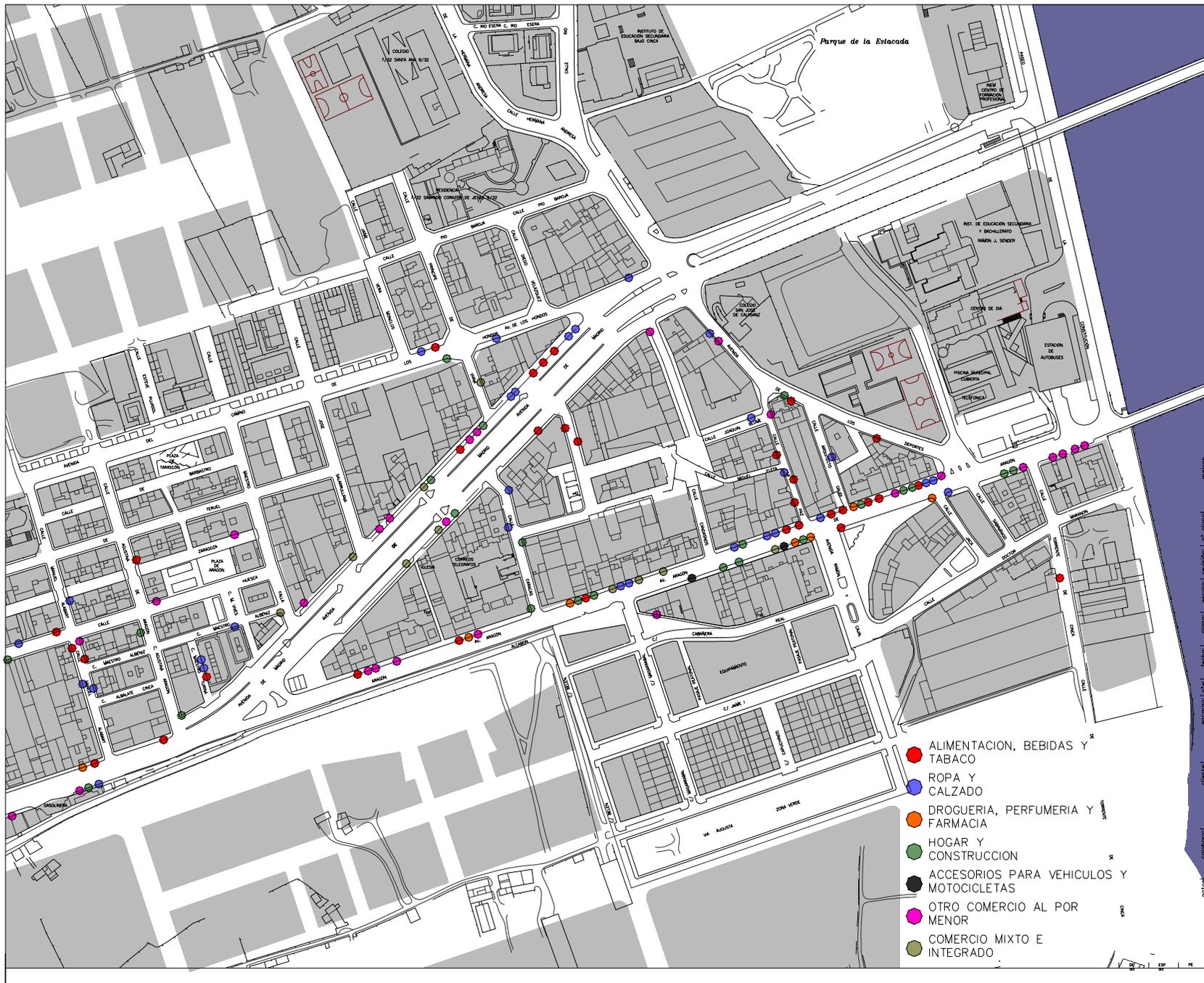




- CONCENTRACION COMERCIAL ALTA
- CONCENTRACION COMERCIAL MEDIA
- CONCENTRACION COMERCIAL BAJA

9606  
 003  
 REV-A  
 A3  
 1/2500  
 A1  
 1/1250  
 DENSIDAD COMERCIAL  
 ZONA CASCO VIEJO  
 NOVIEMBRE 2003  
 9606  
 ESTUDIO PARA LA  
 ELABORACION DEL  
 PLAN LOCAL DE  
 EQUIPAMIENTO  
 COMERCIAL DE FRAGA  
 CAMARA DE COMERCIO  
 DE HUESCA  
 Federico Pardos Auber





- ALIMENTACION, BEBIDAS Y TABACO
- ROPA Y CALZADO
- DROGUERIA, PERFUMERIA Y FARMACIA
- HOGAR Y CONSTRUCCION
- ACCESORIOS PARA VEHICULOS Y MOTOCICLETAS
- OTRO COMERCIO AL POR MENOR
- COMERCIO MIXTO E INTEGRADO

5  
4  
3  
2  
1  
0  
metros

9606  
004  
REV-A  
A3  
1/2500  
A1  
TIPOS DE COMERCIO  
ZONA ENSANCHE  
NOVIEMBRE 2003  
9606  
ESTUDIO PARA LA  
ELABORACION DEL  
PLAN LOCAL DE  
EQUIPAMIENTO  
COMERCIAL DE FRAGA  
CAMARA DE COMERCIO  
DE HUESCA  
Federico Pardo Auber

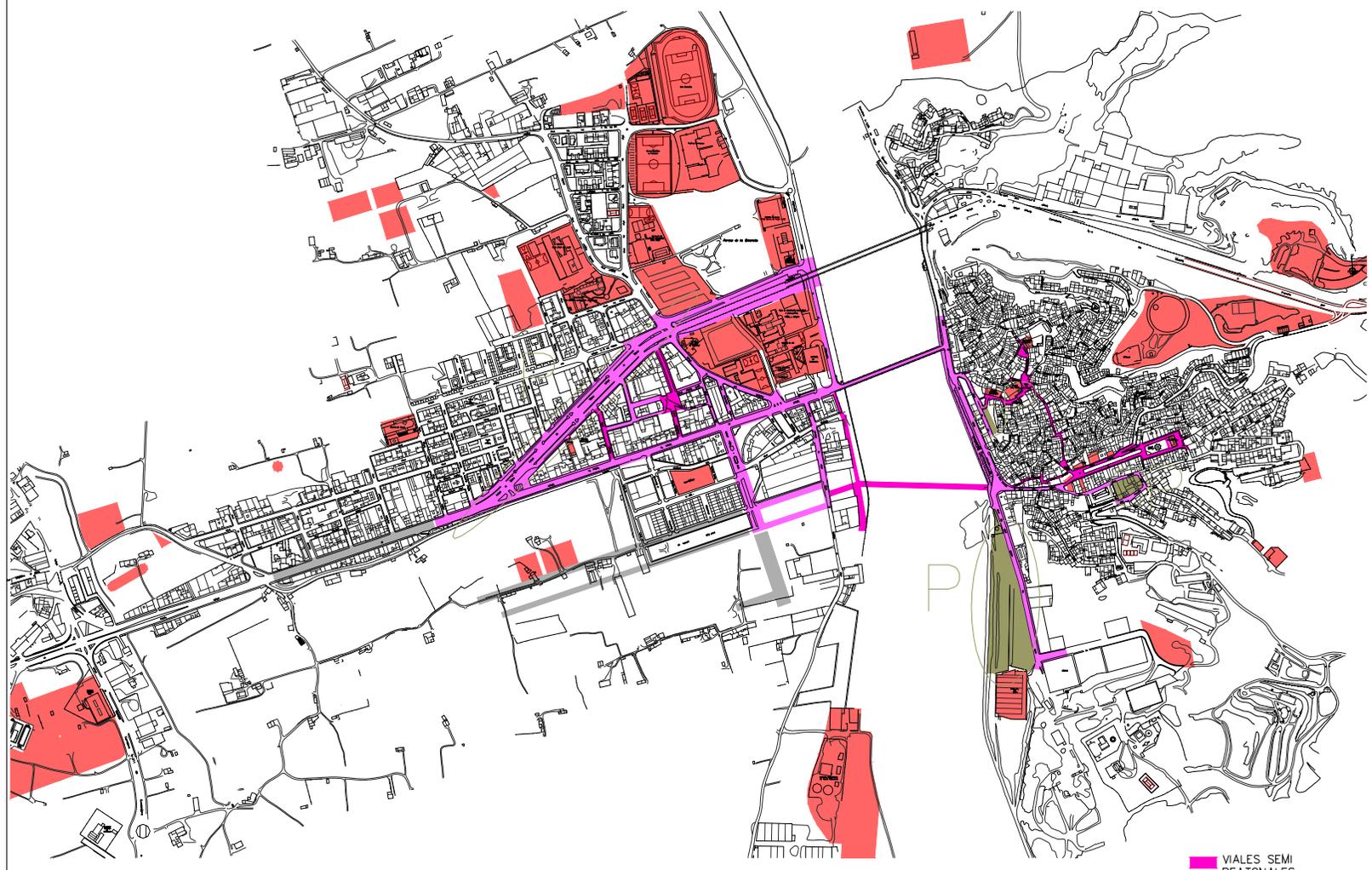




- ALIMENTACION, BEBIDAS Y TABACO
- ROPA Y CALZADO
- DROGUERIA, PERFUMERIA Y FARMACIA
- HOGAR Y CONSTRUCCION
- ACCESORIOS PARA VEHICULOS Y MOTOCICLETAS
- OTRO COMERCIO AL POR MENOR
- COMERCIO MIXTO E INTEGRADO

metros  
0  
1  
2  
3  
4  
5

9606  
005  
REV-A  
A3  
1/2500  
A1  
1/1250  
TIPOS DE COMERCIOS  
ZONA CASCO VIEJO  
NOVIEMBRE 2003  
9606  
ESTUDIO PARA LA ELABORACION DEL PLAN LOCAL DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE FRAGA  
CAMARA DE COMERCIO DE HUESCA  
Federico Pardas Auber  
ACXT  
dam



- VIALES SEMI PEATONALES O PEATONALES
- VIALES RE-ESTRUCTURADOS
- VIALES FUTUROS
- ZONAS VERDES
- EQUIPAMIENTOS / EDIFICIOS DE INTERES
- ZONAS DE APARCAMIENTO POTENCIADAS

5  
4  
3  
2  
1  
0  
metros

9606  
006

REV-A

A3  
1/7500  
A1  
1/3750  
PROPUESTA  
GENERAL

NOVIEMBRE 2003

9606  
ESTUDIO PARA LA  
ELABORACION DEL  
PLAN LOCAL DE  
EQUIPAMIENTO  
COMERCIAL DE FRAGA

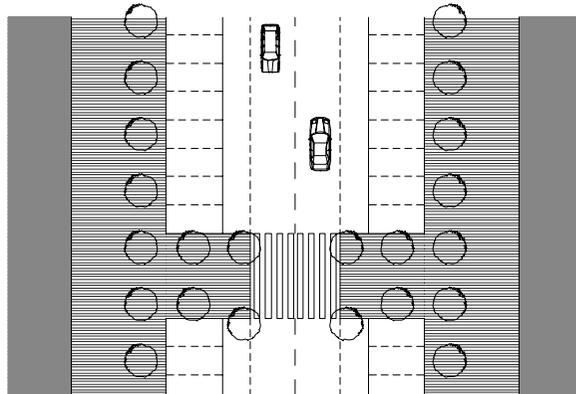
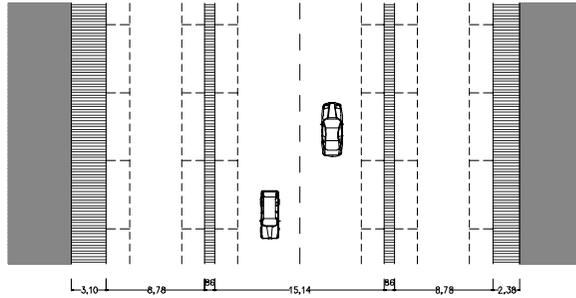
CLIENTE  
CAMARA DE COMERCIO  
DE HUESCA

COLABORACION  
Federico Pardos Auber

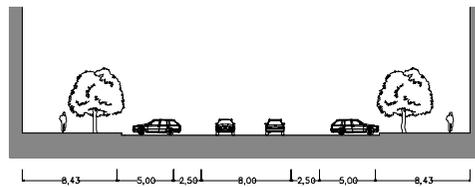
ACXT  
idom



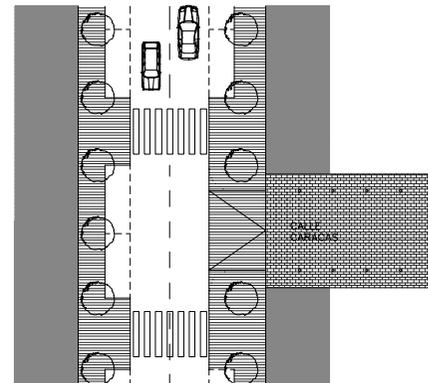
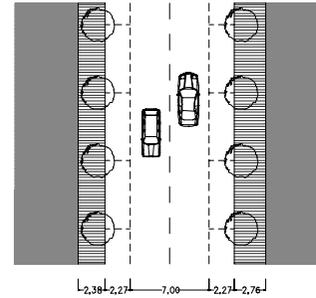
AVENIDA  
MADRID  
ESTADO ACTUAL



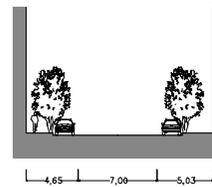
PROPUESTA DE  
TRATAMIENTO



AVENIDA  
ARAGÓN  
ESTADO ACTUAL



PROPUESTA DE  
TRATAMIENTO



5  
4  
3  
2  
1  
0  
metros

9606  
007

REV-A

A3 1/400  
A1 1/200

ESQUEMAS DE TRATAMIENTO  
DE VALES-ZONA ENSANDE

NOVIEMBRE 2003

9606

ESTUDIO PARA LA  
ELABORACION DEL  
PLAN LOCAL DE  
EQUIPAMIENTO  
COMERCIAL DE FRAGA

CAMARA DE COMERCIO  
DE HUESCA

autor  
colaborador

Federico Pardos Auber

ACXT  
idom

1:500



