



Síntesis del Plan de Acción Comercial

Sant Joan d'Alacant

Introducción.

- ▶ El **Plan de Acción Comercial de Sant Joan d'Alacant** se enmarca dentro del conjunto de Planes impulsados por la Conselleria de Economía, Industria y Comercio y las Administraciones locales y se ha realizado durante el período 2010/2011. Ha sido financiado conjuntamente por la Conselleria de Economía, Industria y Comercio y el Ayuntamiento de Sant Joan d'Alacant.
- ▶ El **Plan de Acción Comercial** ha sido elaborado por la Oficina de Comercio y Territorio del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana. Se realiza por un **equipo multidisciplinar**, que ha afrontado su elaboración desde una **perspectiva integral** abordando todos los aspectos que afectan a la actividad comercial del municipio.

Objetivos y metodología del Plan de Acción Comercial de Sant Joan.

Los objetivos planteados en el Plan han estado condicionados por los siguientes factores:

- 1) **Situación de Sant Joan d'Alacant en su área comercial.** El municipio pertenece al área comercial Alacant-Elx¹ en la que las dos ciudades más importantes, Alacant y Elx, concentran el 73% de la población. Sant Joan, con un 3% de la población del área comercial, **es el municipio del área con mayor densidad de habitantes, con 2.270 habitantes por kilómetro cuadrado.**
- 2) **Población joven, formada y con mayor capacidad de gasto y de desplazamiento que condiciona los estilos de compra.** Es un municipio con población joven – media de 39,2 años inferior a la media de 41 años obtenida para la provincia de Alicante-. Además, es una población con más poder adquisitivo que la media y con más residentes con estudios universitarios. También es cierto que más de la mitad de la población ocupada trabaja fuera de Sant Joan, mostrando cierta tendencia al desplazamiento en el trabajo y las compras.

¹ Esta división territorial se basa en la determinación de áreas de influencia o centralidades comerciales que ejercen unos núcleos urbanos sobre los municipios o asentamientos de su entorno aplicando un criterio de dependencia comercial y generación de flujos de atracción y evasión de gasto. El área Comercial Alacant-Elx está integrada por los municipios: Agost, Aigües, Alacant, Busot, El Campello, Crevillent, Elx, Xixona, Mutxamel, Sant Vicent del Raspeig, Sant Joan d'Alacant, Santa Pola, Tibi, Torremanzanas.

- 3) **Economía de Sant Joan d'Alacant basada en el sector servicios.** El 54% de las actividades económicas censadas en el municipio son comerciales, mostrando la importancia del sector en la estructura productiva de Sant Joan d'Alacant.
- 4) **Aumento de la competencia.** La competencia comercial que ejercen Alacant y Elx se ha incrementado en los últimos años, de modo que se produce una mayor fuga de gasto hacia el comercio de estas ciudades, no sólo por parte de los residentes de Sant Joan d'Alacant sino también por los residentes de los municipios del entorno. Esta situación se ha producido, entre otros motivos, por la expansión de la oferta comercial en las grandes ciudades donde se han implantado equipamientos comerciales de atracción supramunicipal.
- 5) Buenas comunicaciones con municipios del entorno que favorecen la movilidad de compradores entre Sant Joan y sus municipios vecinos.
- 6) **Concentración comercial importante de medianas y grandes superficies especializadas en Sant Joan que ejercen de polos comerciales de atracción.** El municipio cuenta con la presencia de una agrupación de medianas y grandes superficies especializadas, así como del hipermercado Carrefour Planet, que ejercen de equipamientos atractores del gasto de residentes de Alacant y otros municipios del entorno, así como de turistas de la playa de Sant Joan. Esta atracción de gasto de residentes de otros municipios, compensa, en cierto modo, la evasión de gasto que realizan los residentes fuera de Sant Joan.
- 7) **Valores en alza asociados comercio tradicional de Sant Joan** como el trato amable y personalizado, el conocimiento y la calidad de los productos y las facilidades de pago y/o personalización de la situación del cliente, hacen que los residentes tengan en buena consideración el comercio local.
- 8) **Centro urbano activo.** Se detecta la existencia de una oferta comercial concentrada en siete ejes comerciales en los que se ubica cerca de la mitad de comercios del municipio (42%). El nivel de agrupación incide en el mayor atractivo comercial del centro urbano.
- 9) **Carencia de locomotoras comerciales** de bienes ocasionales y, sobre todo, de ocio para todos los segmentos de población que contribuyan a complementar la oferta existente en el núcleo urbano y a consolidar el centro como un área urbana de atracción.
- 10) **Carencia de imagen de marca comercial del municipio** que potencie Sant Joan como ciudad de servicios.
- 11) **Puesta en marcha de procesos de renovación y mejora del espacio urbano** que pueden contribuir a la dinamización económica y comercial del municipio.

- 12) **Implicación de los agentes públicos y privados** que consideran necesario la puesta en marcha de un conjunto de actuaciones dirigidas a dinamizar el comercio de Sant Joan d'Alacant con el objetivo de mantener su posición competitiva.

Considerando estos factores, el Plan se planteó con los siguientes objetivos:

- ▶ Determinar qué papel desempeña Sant Joan d'Alacant en su área de influencia comercial y en su entorno territorial.
- ▶ Cuantificar y caracterizar la oferta comercial de Sant Joan 'Alacant.
- ▶ Analizar los hábitos de consumo de los residentes en Sant Joan d'Alacant, así como los hábitos de los visitantes y turistas, con el fin de detectar la adecuación de la estructura comercial existente a la demanda e identificar las posibles carencias.
- ▶ Identificar y cuantificar los flujos de gastos que se producen en el municipio analizando el gasto atraído por el comercio de Sant Joan d'Alacant procedente de la población del entorno, así como la evasión de gasto hacia otros municipios o equipamientos comerciales próximos que representan la principal competencia.
- ▶ Realizar un análisis urbano-comercial de los principales ejes comerciales de Sant Joan d'Alacant con el fin de determinar su nivel de adecuación a la función comercial que deben desempeñar.
- ▶ Diagnosticar la situación del sector comercial y proponer medidas para su modernización y profesionalización.

Metodología del Plan de Acción Comercial.

La elaboración del Plan de Acción Comercial se ha estructurado en tres fases:

- a) **Análisis y caracterización de la economía local y, específicamente, de la actividad comercial minorista** del municipio, describiendo el comercio y al comerciante y analizando la actividad en el territorio.
- b) **Cuantificación y caracterización de la demanda comercial** de la población residente en Sant Joan d'Alacant así como de la población visitante y turista que acude al municipio durante días o momentos puntuales.
- c) **Análisis de las características físicas del municipio como soporte de la actividad comercial** que comprende el estudio de las pautas de localización del comercio y de las características y problemática urbanística de sus zonas comerciales.

A partir de los análisis y diagnósticos realizados en estas tres fases se ha definido **un conjunto de actuaciones que conforman la parte propositiva y fundamental del Plan y que comprenden dos tipos de acciones:**

- 1) Acciones dirigidas a la **mejora interna de la actividad comercial y de dinamización** y, por tanto, que compete fundamentalmente a los empresarios del municipio ponerlas en marcha.
- 2) Acciones **dirigidas a la mejora de la ciudad como espacio urbano comercial, que comprende actuaciones de mejora de las calles comerciales, accesibilidad, conexión peatonal, cuyo desarrollo compete a la Administración.**

Para la realización del Plan de Acción Comercial se han realizado diversos **trabajos de campo:**

- ▶ Un cuestionario **a personas residentes en Sant Joan d'Alacant** que ha constado de una muestra de **175 encuestas**. (Julio 2011).
- ▶ Un cuestionario **a visitantes y turistas del municipio** para conocer los hábitos de compra y ocio en Sant Joan con una muestra de **175 encuestas**. (Julio 2011).
- ▶ **Dinámicas de grupo con comerciantes y empresarios del sector comercial de Sant Joan d'Alacant.** Con el objetivo conocer con mayor profundidad la opinión de los empresarios del sector y complementar la información cuantitativa del estudio.

- ▶ **Entrevistas a informantes clave:** representantes y técnicos municipales y representantes de las asociaciones empresariales y comerciales.
- ▶ Un **análisis sistematizado de los espacios comerciales urbanos** de la ciudad, que ha contemplado la recogida de un numeroso conjunto de datos urbanísticos de los principales ejes comerciales de Sant Joan d'Alacant.

Principales conclusiones del Plan de Acción Comercial.

- 1) Sant Joan d'Alacant pertenece al Área Comercial d'Alacant-Elx, el área más grande de la provincia de Alicante donde reside el 40% de la población de la provincia. El municipio contaba con una población de 22.138 habitantes en 2010.
- 2) Es un municipio en crecimiento y se ha convertido en receptor de familias jóvenes de modo que muestra una estructura demográfica moderadamente joven. El 52% tiene menos de 40 años.
- 3) Es el municipio de la provincia de Alicante que cuenta con mayor porcentaje de población con estudios universitarios.
- 4) El 77% de la población ocupada se dedica al sector terciario y el 82% de las actividades económicas corresponden al sector servicios.
- 5) Más de 5000 personas acuden diariamente a Sant Joan d'Alacant por motivos laborales y, en total, cerca de 15.000 están vinculadas al municipio, la mayoría porque poseen segunda residencia.
- 6) La oferta comercial la integran 235 establecimientos comerciales minoristas cuya superficie comercial suma 62.813 m². La oferta comercial² tiene un impacto directo sobre la economía del municipio:
 - ▶ El comercio minorista de Sant Joan da empleo directo a más 500 personas.
 - ▶ El gasto que los residentes de Sant Joan destinan al comercio minorista asciende a 79,5 millones de euros.
- 7) **Un tejido comercial basado en pequeño comercio especializado.** Concretamente el 90,7% de los puntos de venta son comercios de tamaño pequeño que venden productos de alimentación, droguería, perfumería, textil, zapatos, complementos, decoración, etc.
- 8) En Sant Joan hay **10,33 comercios por 1.000 habitantes. El resultado del índice de dotación comercial es inferior al de la Comunitat Valenciana** (13,0 establecimientos por 1.000 habitantes).
- 9) Con la superficie comercial computada de 65.083 m², el índice de superficie comercial resultante es de 2,8 m² por habitante, más del doble del que resulta para la Comunitat Valenciana (1,3 m² por habitante).

² Los datos de Oferta Comercial proceden del Registro de Actividades Comerciales de la Conselleria de Economía, Industria y Comercio. 2011

- 10) Las pautas de localización comercial permiten identificar **como principales ejes comerciales del Centro**: La Rambla, Jaime I, Tomás Capelo, Mossen Pedro Mena, L'Ordana, Doctor Ivorra, Del Mercado. En estos ejes se concentran 95 establecimientos comerciales equivalentes al 42% de la oferta comercial de Sant Joan y al 12% de la superficie comercial.
- 11) **El municipio cuenta también con una oferta comercial de atracción ubicada en la carretera de Valencia**. Pese a que la mayor parte de comercio es de formato pequeño, existe un 5,5% de comercio mixto por secciones y un 3,8% de medianas y grandes superficies especializadas que, de forma conjunta, concentran una superficie de venta equivalente al 77,3% de la superficie comercial de Sant Joan.
- 12) **La población residente del municipio destinó 79,5 millones de euros a la compra en establecimientos comerciales minoristas**. La mayor parte de este gasto se dirige a la compra de productos de alimentación, droguería e higiene (57%) y artículos de equipamiento personal (18%).
- 13) De cada diez euros que gastan los residentes en bienes de comercio, ocho los destinan al comercio de Sant Joan d'Alacant.
- 14) La situación geográfica de Sant Joan, ubicada junto a dos grandes ciudades como Alacant y Elx, que además ejercen de cabeceras del área, condicionan la centralidad comercial del municipio.
- 15) La capacidad de atracción comercial de Sant Joan, no obstante, se ve reforzada por la concentración comercial de medianas y grandes equipamientos comerciales localizados en la carretera. El mercadillo también se considera un polo comercial interesante para el municipio.
- 16) Los residentes en el resto de poblaciones pertenecientes al entorno de Sant Joan realizan un gasto en el comercio del municipio que supera los 38,6 millones de euros. La mayoría de visitantes compradores proceden de Alicante-Playa de San Juan, Mutxamel, El Campello y Sant Vicent del Raspeig.
- 17) El turismo, actualmente, es una actividad que tiene también incidencia en el comercio de la población, pero podría tener mayor repercusión si Sant Joan consigue mejorar las comunicaciones con las playas de Sant Joan y El Campello.

Tabla resumen de los principales indicadores comerciales de Sant Joan d'Alacant				
OFERTA COMERCIAL	235 establecimientos comerciales	El 41,7% de los comercios y el 12,5% de la superficie comercial se concentra en 4 ejes comerciales (8 calles)	La Rambla	23
			Jaime I	21
			Tomás Capelo	13
			Mossen Pedro Mena	6
			L'Ordana	11
			Doctor Ivorra	5
			Plaza José Sala	3
			Del Mercado	16
	62.813 m² de superficie de venta			
	Gasto captable por la oferta comercial: 119 millones €.			
	INDICADORES COMERCIALES COMPARADOS			
		SANT JOAN D'ALACANT	AREA COMERCIAL ALACANT-ELX	COMUNITAT VALENCIANA
	Índice de Dotación Comercial (IDC)	10,6	12,0	13,0
	Índice de Superficie Comercial (ISC)	2.837	1.357	1.359
	Tamaño medio de los establecimientos comerciales	267	112	102
	CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIO DE SANT JOAN			
Antigüedad del establecimiento	El 27% de los establecimientos tienen un antigüedad máxima de 2 años			
	El 49% tiene menos de diez años			
Perfil del comercio	El 16% pertenece a una cadena sucursalista o franquicia			
	El 15% se ubica en el entorno del pasillo comercial situado en la N-Alicante-Valencia			
	El 7% son medianas y/o grandes (2,8%) superficies comerciales			
Tejido Asociativo comercial:	El 29% pertenece a alguna asociación de comerciantes			
DEMANDA COMERCIAL	Población de Sant Joan d'Alacant	22.697 habitantes		
	Gasto realizado por los residentes de Sant Joan d'Alacant en el comercio minorista:	72,768 millones euros		
	Gasto per cápita	3.206,2 € por persona y año.		
	Gasto atraído hacia el comercio de Sant Joan d'Alacant	El gasto atraído por Sant Joan d'Alacant se ha estimado en 38,66 millones de euros		
		El gasto atraído por Sant Joan d'Alacant procede, principalmente, de los residentes de Alicante, turistas de la playa de San Juan y de residentes de Mutxamel, El Campello y Sant Vicent del Raspeig		
	Flujo de gasto de los residentes de Sant Joan d'Alacant	El 82,5% del gasto se realiza en el comercio de Sant Joan d'Alacant		
		El 16,6% del gasto se realiza en Alicante		
		El 0,9% del gasto se realiza en otros municipios (Sant Vicent del Raspeig, Mutxamel y El Campello)		
El porcentaje de gasto evadido es del 17,5% del gasto total en bienes de comercio				



PRINCIPALES EJES COMERCIALES

01.- Eje La Rambla/José Sala/Jaume I
Número de Comercios: 46

02.- Eje Tomás Capelo/Pedro Mena
Número de Comercios: 19

03.- Eje l'Ortana/Dr. Iborra
Número de Comercios: 16

04.- Calle del Mercado
Número de Comercios: 16

MERCADO MUNICIPAL

MERCADILLO AMBULANTE

Plan de

Acción Comercial

de Sant Joan d'Alacant

PLANO

4

Análisis del municipio

Principales ejes comerciales

A partir del anterior análisis se obtienen las siguientes conclusiones:

Fortalezas	Debilidades
▶ Existencia de una población joven, formada y con poder adquisitivo medio-alto. ▶ Un solo municipio con dos áreas comerciales consolidadas. ▶ Existencia de una oferta comercial de atracción propia de un municipio de tamaño grande ▶ El comercio del centro urbano se concentra en 4 grandes ejes comerciales donde se ubica el 41,7% de la oferta comercial y el 12,5% de la superficie de venta ▶ El mercadillo de los sábados genera atractivo durante los fines de semana. ▶ La actividad de restauración del centro está bien valorada y se percibe como una actividad complementaria a la de la compra.	▶ El municipio carece de identidad comercial que permita dar a conocer la oferta comercial completa y variada. ▶ Ausencia de locomotoras comerciales en el centro urbano. ▶ Ausencia de cines y/o establecimientos de ocio familiar en el centro urbano. ▶ Poca incidencia del Mercado Municipal en la compra. ▶ Necesidad de profesionalizar la actividad del Mercado.
▶ El eje comercial de la carretera no se identifica con el municipio de Sant Joan d'Alacant. ▶ La falta de conexiones entre la carretera y el centro urbano constituyen una barrera física para el consumidor que podría disfrutar más del paseo comercial. ▶ Falta de atractivo del eje de la carretera. ▶ Escasa capacidad de atracción del Mercado Municipal como locomotora del centro urbano.	▶ Convertir la carretera de Valencia en el "Boulevard de Sant Joan" para que se identifique la actividad comercial con el municipio y no se la considere un continuo de Alicante. ▶ Actuaciones de urbanismo comercial dirigidas a poner en valor los principales ejes comerciales. ▶ Identificación de rutas gastronómico-comerciales que permitan aprovechar el atractivo de la restauración ▶ Consolidación del cluster de la salud que puede otorgar al municipio una identidad profesional. ▶ Profesionalización de los comerciantes. ▶ La población flotante: universitarios, profesionales de la salud que constituye un colectivo numeroso y son clientes potenciales.
Amenazas	Oportunidades

Principales propuestas del Plan de Acción Comercial de Sant Joan

Los distintos análisis realizados con motivo del Plan de Acción Comercial de Sant Joan d'Alacant, así como los resultados de los trabajos de campo desarrollados, nos permiten diseñar un conjunto de acciones que se estiman necesarias para alcanzar este objetivo a medio plazo.

Entre el conjunto de acciones propuestas se incluyen algunas dirigidas a mejorar la imagen física y los servicios ofrecidos por los establecimientos y otras a promocionar esa imagen y animar las zonas comerciales en la que se ubican los comercios, así como mejorar el mix comercial del municipio.

Con las acciones propuestas se pretenden alcanzar los siguientes objetivos específicos:

- ▶ **Tratar de retener un porcentaje del gasto que los residentes realizan en los equipamientos comerciales de municipios del entorno.**
- ▶ **Continuar realizando acciones de mejora del espacio urbano y de conexión entre las principales polaridades comerciales del núcleo urbano, con el fin de generar un espacio central cómodo, atractivo y comercialmente eficiente.**
- ▶ **Potenciar la implantación de tecnología, sistemas de calidad y de comercio sostenible** para conseguir un comercio adecuado a las tendencias del mercado y comprometido con su ciudad.
- ▶ **Fomentar la profesionalización y cooperación del sector** para la consecución de un comercio más moderno y competitivo.
- ▶ **Reforzar el papel de los agentes implicados en la actividad comercial** que ayudan a profesionalizar y modernizar el tejido comercial y velan por los intereses del comercio local y la ciudad.

Programas de intervención de urbanismo comercial

Las actuaciones de urbanismo comercial pueden agruparse en tres tipos, según el aspecto urbano al que afecte, en correspondencia con los criterios con los que se ha realizado el diagnóstico urbano comercial de la ciudad.

1- Propuestas en el ámbito de la movilidad y la accesibilidad. Integra los programas dirigidos a:

- ▶ Mejorar el tráfico y el estacionamiento.
- ▶ Mejorar la transitabilidad peatonal y la accesibilidad.
- ▶ Señalética urbano-comercial.

2- Propuestas relacionadas con la calidad de la escena urbana

- ▶ Mejora del mobiliario urbano.
- ▶ Mejora del alumbrado público.
- ▶ Arbolado viario.
- ▶ Recogida selectiva de residuos.

3- Propuestas relacionadas con los equipamientos comerciales.

En definitiva, este conjunto de actuaciones pretenden **reconciliar la planificación urbana con la actividad comercial** partiendo de que éste es uno de los principales motores de la economía local y debe considerarse también como equipamiento para la comunidad y elemento que estructura la ciudad.

La realización de este **ambicioso conjunto de actuaciones** debe basarse en la **participación, el compromiso y el consenso** entre las Administraciones, las asociaciones de comerciantes y los propios empresarios individuales y otras instituciones y colectivos comprometidos con la dinamización comercial de Sant Joan.

20 Propuestas para Sant Joan d'Alacant

Línea	Nº	Nombre propuesta	Objetivos
L1 Posicionamiento de Sant Joan d'Alacant como ciudad comercial			
L1	1	Creación de una imagen de marca comercial de Sant Joan	La construcción de la marca comercial como herramienta del marketing relacional puede constituir una pieza clave para mejorar la percepción que tienen de un municipio los residentes en su entorno próximo y puede ser la diferencia entre constituir un destino atractivo o pasar inadvertido.
L1	2	Desarrollo del eje comercial <i>Boulevard de Sant Joan</i>	Integra un conjunto de acciones dirigidas por una parte a la reconversión de esta carretera en un eje más atractivo, amable y conectado con el municipio y, por otro, a la creación de una marca y un posicionamiento como "El Boulevard de Sant Joan" tratando de fomentar una idea de espacio singular del municipio, diferenciado y complementario a la oferta restante
L1	3	Campaña de apertura los sábados por la tarde en Sant Joan d'Alacant.	El objetivo de esta acción es relanzar los sábados por la tarde como día de compras tratando de combatir la fuga de gasto que se produce mayoritariamente estos días a otros municipios del entorno. Debe partir del compromiso de los comerciantes y establecimientos de restauración y servicios que deberían adherirse a la apertura de modo que el número de negocios abiertos sea suficiente para generar atractivo.
L1	4	Campaña de fidelización de la población universitaria.	Teniendo en cuenta que la población universitaria está vinculada al municipio durante un período de tiempo, se plantea desarrollar un conjunto de acciones que pueden desarrollarse desde el sector empresarial de comercio, hostelería y otros servicios, dirigido a los estudiantes para tratar de fidelizarlos como posible clientela.

L2 Dinamización del centro urbano de Sant Joan d'Alacant			
L2	5	Programa de promoción y animación comercial de Sant Joan Centre	Pretende consolidar el centro urbano de Sant Joan d'Alacant como un centro comercial urbano con una imagen única y un posicionamiento, como una zona comercial diferenciada, con identidad propia y con una oferta atractiva. Esta propuesta debe ir dirigida a reforzar la actividad dentro del municipio, sobre todo en fines de semana que es cuando más fuga de gasto se produce, especialmente entre los consumidores más jóvenes y familias con niños.
L2	6	Modernización del tejido comercial del centro urbano	Se aconseja la realización de diversos diagnósticos del punto de venta que, en su conjunto, permiten al profesional del comercio conocer en qué medida su negocio es competitivo para poder hacer frente a las circunstancias del mercado actual.
L2	7	Profesionalización del Mercado Municipal	Recoge un conjunto de medidas dirigidas a reorientar la gestión y la estrategia del Mercado, para adaptarse a los nuevos tiempos y convertirse en un equipamiento de referencia, dada la ubicación céntrica y la conexión con el mercadillo.
L2	8	Fomento de la especialización comercial en equipamiento infantil.	Potenciar cierta especialización del municipio que se ha producido de forma natural para que se consolide y se de a conocer convirtiéndose en un elemento más de atracción de compradores.
L2	9	Adecuación del tráfico y mejora del estacionamiento.	La creación de zonas de estacionamiento de rotación ayuda a eliminar de la vía pública los vehículos que permanecen estacionados durante largas estancias y favorece el estacionamiento de corta duración vinculado a la actividad comercial y de servicios.
L2	10	Creación de bolsas de aparcamiento eventuales.	Dirigida a disponer de forma temporal de pequeñas bolsas de suelo en las que estacionar los vehículos de las zonas afectadas por las obras para mitigar el impacto derivado de la ejecución de las mismas.
L2	11	Transitabilidad peatonal y accesibilidad.	La escala urbana del casco de Sant Joan d'Alacant es muy cómoda, ya que cualquiera de los desplazamientos internos se pueden realizar bien a pie, en bicicleta o en cualquier otro medio de transporte no motorizado, sin necesidad de recurrir al vehículo privado. Las acciones aquí recogidas van dirigidas a potenciar estos desplazamientos no motorizados de los ciudadanos.
L2	12	Transitabilidad en bicicleta.	

L2	13	Señalética urbano-comercial.	El objetivo de la actuación es la implantación de nuevos equipos de señalización en los principales ejes comerciales y vías principales de acceso al municipio que proporcione información relacionada con temas de ámbito comercial, turístico, cultural y de localización urbana.
L2	14	Embelllecimiento de los ejes comerciales.	Aumentar las superficies peatonales mejorando estos espacios, así como renovar o incorporar elementos que contribuyan a hacer estos espacios sean más atractivos, agradables y accesibles para el peatón: mobiliario urbano, la iluminación, arbolado y jardinería, elementos de ornamentación, elementos de sombra.
L2	15	Mejora del Mercado ambulante.	Incluye una serie de recomendaciones de implantación, dimensiones y distancias que pretenden incorporar estándares de accesibilidad y "habitabilidad" a la implantación de los puntos de venta
L2	16	Mejora del entorno del Mercado Municipal.	La propuesta principal se realiza sobre el entorno del mercado, centrándose en la mejora de la imagen de las medianeras que conforman el perímetro del patio de manzana en el que se ubica, tanto desde el punto de vista estético como funcional.

L3 Especialización profesional de Sant Joan d'Alacant como ciudad de la salud			
L3	17	Captación de negocios especializados en la salud	Se basa en un conjunto de acciones dirigidas a dinamizar el tejido empresarial y fomentar una especialización profesional en torno a la idea de Sant Joan como Ciudad de la Salud como una oportunidad estratégica para el municipio.
L3	18	Recorridos saludables en Sant Joan d'Alacant.	El objetivo de esta propuesta es la identificación y desarrollo de un circuito o conjunto de recorridos que contribuyan a promocionar los hábitos saludables entre la población ayudando a prevenir el sobrepeso y las enfermedades cardiovasculares. Además de perseguir los beneficios de adquirir unos buenos hábitos entre la población, como es la realización de ejercicio físico adecuado a las condiciones personales de cada uno, se pretende hacer esta actividad más atractiva y contribuir generar flujos peatonales en la localidad, haciendo que estos paseos den vida al municipio a la vez que dan vida a los usuarios.
L3	19	Guía-web de establecimientos saludables.	Se propone la creación de una web-guía de establecimientos del municipio donde se vendan o se utilicen productos frescos y saludables y la promoción de estos establecimientos, creación de un distintivo, realización de jornadas y otras actividades complementarias.
L3	20	Feria de productos ecológicos.	Promover en la Feria de Comercio un espacio relacionado con el comercio saludable, que puede hacerse extensivo a cualquier otro espacio que se convoque periódicamente. El rincón del comercio y /o producto ecológico puede contribuir a transmitir valores medioambientales a la población residente y visitante, convirtiéndose en un espacio singular y diferenciador del comercio de Sant Joan d'Alacant.



Propuesta general
de intervención

