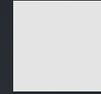




Ayuntamiento de
Castelló de la Plana

PLA D'ACCIÓ COMERCIAL
CASTELLÓ DE LA PLANA



LA DINÁMICA ECONÓMICA Y TERRITORIAL



I-01. La dinámica económica y territorial de Castelló. Evolución 2001-2012.

Durante los más de diez años transcurridos desde la finalización del Plan de Acción Comercial de Castelló en 2001¹ se han producido importantes cambios en la actividad económica y comercial de la ciudad, así como también en ciudades del entorno próximo, con la consiguiente incidencia en la capitalidad provincial de Castelló y en su posicionamiento como cabecera comercial del Área Comercial Castelló.

En este capítulo se analiza los aspectos que han incidido en la dinámica territorial y económica durante los últimos años y las actuaciones realizadas en el municipio que han potenciado su capitalidad provincial o su posición de cabecera en su contexto territorial más próximo.

I-01-01. Las áreas comerciales de la Comunitat Valenciana.

Las áreas comerciales se han delimitado a partir de un conjunto de municipios que se sitúan próximos unos de otros y cuya población se siente atraída comercialmente por el municipio que ejerce mayor centralidad comercial. Generalmente éste se corresponde con el municipio de mayor tamaño poblacional del entorno y mayor dinamismo comercial, en cuyo término se localizan grandes equipamientos comerciales y/o áreas de mayor concentración comercial. Los residentes de los municipios más pequeños se desplazan con cierta frecuencia al municipio con la oferta comercial más atractiva que ejerce de cabecera comercial dando lugar a la generación de flujos de gasto entre los distintos municipios del área comercial delimitada.

La delimitación de un área comercial y su integración en ella de un número determinado de municipios depende de múltiples aspectos. Los factores que incrementan la atracción comercial de la cabecera de área son, entre otros, la dimensión poblacional, la dotación comercial, la especialización de la oferta comercial, la presencia de equipamientos comerciales reconocidos, etc. En sentido contrario inciden variables como la distancia y accesibilidad entre los municipios y la cabecera o el nivel de competencia con otras áreas y aspectos orográficos, históricos o socioculturales.

¹ En adelante PAC Castelló 2001.



Torre campanario El Fadri

TABLA 01:
Características
generales de las
áreas comerciales
de la Comunitat
Valenciana.

Áreas comerciales	Número de municipios	Población (2011)		Puntos de venta		Superficie de venta		Tamaño medio	Índice de dotación	Índice de superficie
		Nº	%	Nº	%	m ²	%			
Els Ports-Baix Maestrat	34	92.295	1,8	1.807	2,6	169.083	2,4	93,6	19,6	1.832,00
Castelló	71	485.700	9,5	7.389	10,8	743.572	10,7	100,6	15,2	1.530,90
El Valle del Palancia	46	116.599	2,3	1.483	2,2	124.662	1,8	84,1	12,7	1.069,20
Valencia	90	1.785.295	34,9	23.764	34,8	2.334.572	33,6	98,2	13,3	1.307,70
La Ribera del Xúquer	32	258.622	5,1	3.234	4,7	335.779	4,8	103,8	12,5	1.298,30
Requena-Utiel	25	55.215	1,1	784	1,1	58.392	0,8	74,5	14,2	1.057,50
Xàtiva	41	123.027	2,4	1.619	2,4	160.985	2,3	99,4	13,2	1.308,50
La Vall d'Albaida	27	80.005	1,6	1.019	1,5	107.614	1,5	105,6	12,7	1.345,10
La Safor	35	186.305	3,6	2.189	3,2	255.775	3,7	116,8	11,7	1.372,90
La Marina Alta	31	171.537	3,4	2.436	3,6	296.885	4,3	121,9	14,2	1.730,70
La Marina Baixa	19	223.632	4,4	3.602	5,3	349.863	5	97,1	16,1	1.564,50
Alcoi	32	139.521	2,7	2.177	3,2	198.759	2,9	91,3	15,6	1.424,60
El Vinalopó	18	227.127	4,4	3.471	5,1	288.838	4,2	83,2	15,3	1.271,70
Veja Baja	27	398.684	7,8	4.029	5,9	474.972	6,8	117,9	10,1	1.191,30
Alacant-Elx	14	773.626	15,1	9.368	13,7	1.047.181	15,1	111,8	12,1	1.353,60
Comunitat Valenciana	542	5.117.190	100	68.371	100	6.946.933	100	101,6	13,4	1.357,60

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística y "Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana", Oficina Comercio y Territorio, 2011.

TABLA 02:
Número de
establecimientos
comerciales
minoristas por áreas
comerciales.
1996-2005-2011.

Áreas comerciales	Puntos de venta 1996		Puntos de venta 2005		Puntos de venta 2011	
	Nº	%	Nº	%	m ²	%
Els Ports-Baix Maestrat	1.521	2,3	2.049	2,8	1.807	2,6
Castelló	6.835	10,5	7.860	10,6	7.389	10,8
El Vall de Palancia	1.652	2,5	1.705	2,3	1.483	2,2
València	25.091	38,4	26.457	35,7	23.764	34,8
La Ribera del Xúquer	3.432	5,3	3.347	4,5	3.234	4,7
Requena-Utiel	1.163	1,8	1.002	1,4	784	1,1
Xàtiva	2.158	3,3	2.147	2,9	1.619	2,4
La Vall de Albaida	1.050	1,6	1.043	1,4	1.019	1,5
La Safor	2.851	4,4	2.650	3,6	2.189	3,2
La Marina Alta	2.001	3,1	2.587	3,5	2.436	3,6
La Marina Baixa	2.739	4,2	3.645	4,9	3.602	5,3
Alcoi	1.878	2,9	1.966	2,7	2.177	3,2
El Vinalopó	2.520	3,9	3.387	4,6	3.471	5,1
Vega Baja	2.385	3,7	3.628	4,9	4.029	5,9
Alacant-Elx	8.064	12,3	10.577	14,3	9.368	13,7
COMUNITAT VALENCIANA	65.340	100,0	74.055	100,0	68.371	100,0

Fuente: "Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana", Oficina Comercio y Territorio, 2011.

La localización de grandes equipamientos comerciales, zonas de concentración comercial especializada y de oferta de ocio complementaria contribuyen a una mayor atracción comercial del municipio en el que se ubican. Paralelamente, la mejora de las infraestructuras de comunicación que implican reducción de los tiempos de desplazamientos puede originar cambios en las gravitaciones o flujos comerciales.

En la Comunitat Valenciana se identifican 15 Áreas Comerciales. El Área Comercial de Castelló es la segunda área con mayor número de municipios de la Comunitat Valenciana. Cuenta con 71 municipios concentrando el 13% de todas las poblaciones censadas en la Comunitat Valenciana. Únicamente el Área Comercial Valencia, con 90 municipios concentra el 16,6% de los municipios, superior al del Área Comercial de Castelló.

TABLA 03:
Evolución del número de establecimientos comerciales minoristas por áreas comerciales. Variación absoluta y relativa 1996-2005-2011.

Áreas comerciales	Período 1996-2005		Período 2005-2011		Período 1996-2011	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Els Ports-Baix Maestrat	528	34,7	-242	-11,8	286	18,8
Castelló	1.025	15,0	-471	-6,0	554	8,1
El Vall de Palancia	53	3,2	-222	-13,0	-169	-10,2
València	1.366	5,4	-2.693	-10,2	-1.327	-5,3
La Ribera del Xúquer	-85	-2,5	-113	-3,4	-198	-5,8
Requena-Utiel	-161	-13,8	-218	-21,8	-379	-32,6
Xàtiva	-11	-0,5	-528	-24,6	-539	-25,0
La Vall de Albaida	-7	-0,7	-24	-2,3	-31	-3,0
La Safor	-201	-7,1	-461	-17,4	-662	-23,2
La Marina Alta	586	29,3	-151	-5,8	435	21,7
La Marina Baixa	906	33,1	-43	-1,2	863	31,5
Alcoi	88	4,7	211	10,7	299	15,9
El Vinalopó	867	34,4	84	2,5	951	37,7
Vega Baja	1.243	52,1	401	11,1	1.644	68,9
Alacant-Elx	2.513	31,2	-1.209	-11,4	1.304	16,2
COMUNITAT VALENCIANA	8.715	13,3	-5.684	-7,7	3.031	4,6

Fuente: "Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana", Oficina Comercio y Territorio, 2011.

Es también la segunda área comercial según la concentración de población y la tercera por la oferta comercial y la superficie de venta después del Área Comercial Valencia y el Área Comercial Alacant-Elx. En las tres áreas comerciales reside el 59,5% de la población valenciana y, de acuerdo con el desarrollo de la oferta comercial ligado a las grandes concentraciones poblacionales, se concentra el 59,3% de los establecimientos comerciales y el 59,4% de la superficie comercial.

Si se analiza la evolución de la oferta comercial por áreas comerciales se puede observar que, durante un período de 16 años (1995-2011) la distribución territorial de la oferta comercial no ha variado sustancialmente.

La provincia de Valencia acoge las áreas comerciales que han perdido algo de centralidad comercial en el conjunto autonómico durante el período analizado, tales como Valencia, Xàtiva y La Safor, al tiempo que las áreas comerciales de la provincia de Alicante han aumentado su representación o centralidad comercial. Por su parte, las áreas comerciales de la provincia de Castelló no han experimentado variación significativa en este sentido.

El Área Comercial de Castelló ha incrementado la oferta comercial un 8% durante el período comprendido entre 1996 y 2011, experimentando un incremento del 15% durante el primer período 1995-2005 y una reducción moderada del 6% durante la etapa posterior 2005-2011. Estos resultados muestran una evolución comercial del Área de Castelló acorde, en términos medios, a la que se ha producido en el contexto de la Comunitat Valenciana.

I-01-02. Las áreas comerciales de la provincia de Castelló.

Desde el año 2001, fecha en que se realizó el primer PAC Castelló, hasta la actualidad la delimitación territorial comercial de la provincia de Castelló ha experimentado algunos cambios, entre los que pueden destacarse:

- ♦ Intensificación del papel de Castelló de la Plana como capital comercial de la provincia.
- ♦ Aumento de la capacidad de atracción comercial de Castelló de la Plana en su área de influencia.
- ♦ Pérdida de la centralidad comercial de Onda y de Segorbe en sus respectivos entornos territoriales, tal y como se preveía en el PAC Castelló 2001, que ha provocado cambios en los flujos de gasto de algunos de los municipios integrados en su áreas comerciales a favor del municipio de Castelló de la Plana y de su área comercial en la que se han integrado.

Como consecuencia de los cambios, la división comercial de la provincia que se realizó en el año 2001 en seis áreas comerciales cuyas cabeceras eran: Vinaròs, Benicarló, Castelló de la Plana, Onda, Vall d'Uixó y Segorbe, se ha transformado en la actualidad en tres Áreas Comerciales ²:

- ♦ **Castelló.** Integrada por 71 municipios, cuenta con 485.700 habitantes³ que representan el 80,4% de la población de la provincia de Castelló. El territorio abarca una extensión de 323.263 kilómetros cuadrados.
- ♦ **Els Ports-Baix Maestrat,** con 34 municipios y una una población de 92.295, es el área con menor tamaño poblacional de toda la provincia de Castelló. Concentra el 15% del total de población.

² Oficina PATECO: Comercio y Territorio 2011. Plan Territorial Sectorial Comercial de la Comunitat Valenciana.

³ Fuente: Padrón Municipal de Habitantes actualizado a 2011. Instituto Nacional de Estadística.

TABLA 04:
Características
generales de las
áreas comerciales
de la provincia de
Castelló.

Áreas comerciales	Número de municipios	Población (2011)		Puntos de venta		Superficie de Venta		Tamaño medio	Índice de dotación	Índice de superficie
		Nº	%	Nº	%	m ²	%			
Els Ports-Baix Maestrat	34	92.295	15,3	1.807	19,0	169.083	18,1	93,6	19,6	1.832
Castelló	71	485.700	80,4	7.389	77,7	743.572	79,6	100,6	15,2	1.531
El Vall de Palancia	46	116.599	19,3	1.483	15,6	124.662	13,3	84,1	12,7	1.069
PROVINCIA CASTELLÓ	135	604.344	11,8	9.509	13,9	933.941	13,4	98,2	15,7	1.545
COMUNITAT VALENCIANA	542	5.117.190	100,0	68.371	100,0	6.946.933	100,0	101,6	13,4	1.358

Fuente: "Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana", Oficina Comercio y Territorio, 2011.



Carrer Alloza

- ♦ **El Vall de Palancia.** Pertenece a esta área 46 municipios que suman una población de 116.599 habitantes.

Este ajuste se realizó partiendo del criterio de otorgar más protagonismo a las áreas comerciales con mayor dinamismo comercial y sobre las que se planteaba la existencia de espacios de influencia mayores. De este modo se consideró también un segundo nivel territorial integrado por las subcabeceras de área comercial que se corresponden con ciudades de tamaño medio que también generan espacios de influencia propios aunque de menor incidencia que las cabeceras comerciales, con las que comparten el protagonismo pero que hay que considerar porque contribuyen a equilibrar comercialmente el territorio.

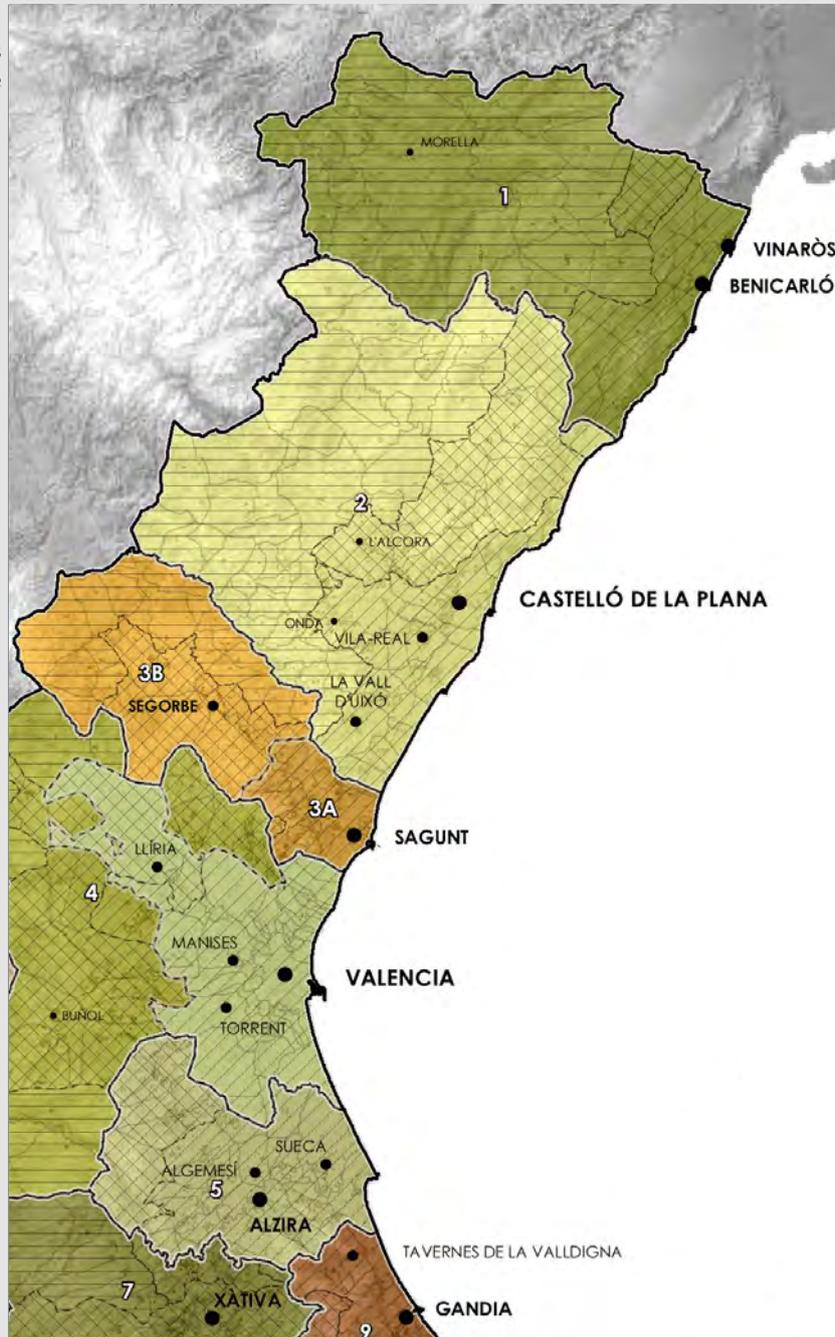
I-01-03. El Área Comercial de Castelló.

El Área Comercial de Castelló es un área integrada por la capital provincial y poblaciones de marcado carácter industrial, especialmente el cerámico, como Onda, Alcora, Vila-real o Nules, cuyo desarrollo industrial ha incidido en su desarrollo poblacional. El dinamismo poblacional de una ciudad juega un papel importante en la evolución de la oferta comercial local y su consolidación, especialmente de la oferta comercial de proximidad.

Además de concentrar el 80,4% de la población de la provincia, esta área comercial cuenta con el 77,7% de los comercios minoristas y el 79'6% de la superficie comercial, mostrando estos datos la centralidad comercial de este territorio con respecto a las otras áreas comerciales de Castelló, con menor tamaño poblacional y menor capacidad de atracción comercial.

Con 7.389 establecimientos comerciales minoristas y 743.572 metros cuadrados de superficie comercial, es la tercera área comercial en la Comunitat Valenciana por el número de puntos de venta y superficie comercial, lo que refleja el peso comercial del área en la Comunitat Valenciana y, especialmente, en la provincia de Castelló.

PLANO 02:
Àreas Comerciales
de la provincia de
Castelló.
PATSECOVA.



I-01-03-01. Grandes equipamientos comerciales en el Área Comercial de Castelló.

En el Área se localizan cuatro de los siete centros comerciales ubicados en la provincia de Castelló, de los cuales tres pertenecen al municipio de Castelló de la Plana. Los cuatro centros comerciales ubicados en esta área comercial cuentan con una Superficie Bruta Alquilable⁴ (SBA) de 103.231 m² que representa el 6% de la SBA total de los centros comerciales ubicados en la Comunitat Valenciana.

- ♦ Dos son centros basados en hipermercados, el Carrefour Castelló y Carrefour Vila-Real, los cuales cuentan con una galería comercial y una localización semiurbana, gracias al desarrollo de la ciudad en su entorno próximo.
- ♦ El Centro de Ocio Puerto Azahar apenas tiene representación comercial y está ubicado en la zona del Grao de la ciudad de Castelló de la Plana.
- ♦ El Centro Comercial La Salera tiene mayor capacidad de atracción para residentes y visitantes de la capital de la provincia, ya que es un centro comercial de tamaño grande con casi 150 negocios y con centralidad de carácter supramunicipal.

Además de estos cuatro centros comerciales, en la provincia de Castelló se localizan otros dos centros, Costa Azahar en Benicarló y Portal del Mediterráneo en Vinaròs. El primero de ellos de tamaño mediano y un número total de 67 locales de negocio y el segundo de la categoría de parque comercial.

⁴ La Superficie Bruta Alquilable (SBA) incluye la superficie de ventas, almacenes, oficinas y locales técnicos privativos. No incluye Mall, aparcamiento, patios de carga y descarga ni zonas comunes. (AECC)

TABLA 05:
Centros Comerciales
del Área Comercial
de Castelló.

Año de apertura	Centro	Localidad	Área Comercial	Tipo de Centro	Localización	SBA Total (m ²)	Número de locales	Plazas de Aparcamiento
1985	Carrefour Castelló	Castelló de la Plana	Castelló	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	16.913	21	1.439
1985	La Salera*	Castelló de la Plana	Castelló	GR- Grande	Periférico	68.174	156	3.484
1995	Carrefour Villarreal	Villarreal	Castelló	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	15.004	13	801
2003	Costa Azahar	Benicarló	Els Ports - Baix Maestrat	ME- Mediano	Periférico	20.028	81	1.200
2003	Portal del Mediterraneo	Vinaròs	Els Ports - Baix Maestrat	PC - Parque Comercial	Periférico	22.350	23	622
2003	Puerto Azahar	Castelló de la Plana	Castelló	CO- Centro de Ocio	Urbano	17.155	36	600
Centros comerciales en la provincia de Castellon					6	159.624	330	8.146
Total centros comerciales en la Comunitat Valenciana					62	1.812.902	3.714	98.136

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC), Dirección General de Comercio y Consumo de la Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo trabajo de campo desarrollado por la Oficina Comercio y Territorio.

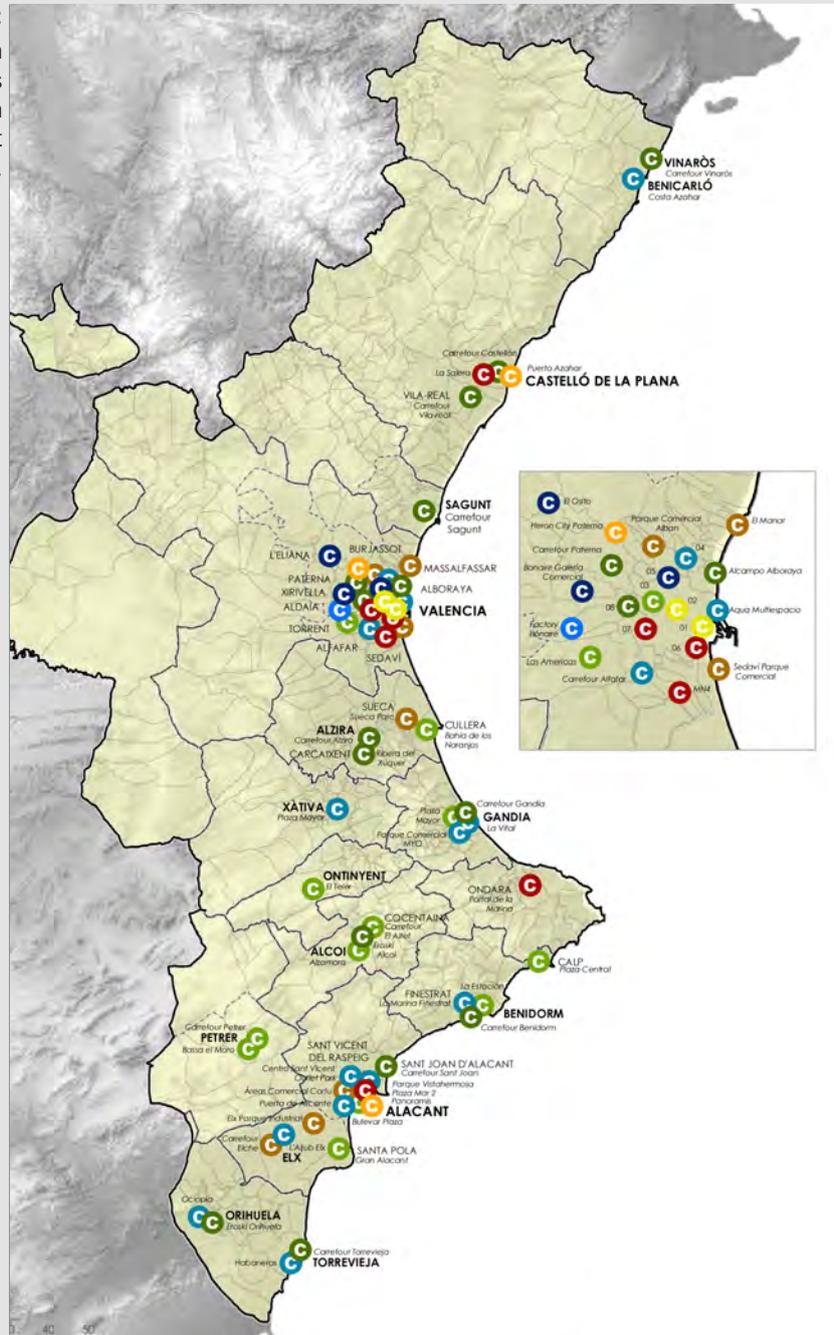
* Ampliación del centro Alcampo Castelló.

** Incluye el total de plazas de aparcamiento y número de comercios del conjunto Bonaire: Galería Comercial, Parque Comercial y Factory.

*** Espai Campanar cesa su actividad en 2007 y pasa a ser Mercado Fuencairral el 11 de diciembre de 2008.

Datos a junio de 2012

Plano 03:
Localización
de los Centros
comerciales en
la Comunitat
Valenciana.



I-01-03-02. Castelló de la Plana intensifica su papel de cabecera comercial en su área.

El Área Comercial ha experimentado un cambio en su delimitación durante los años correspondientes a 2001-2012, cuya consecuencia es una expansión de su extensión territorial que ha pasado de integrar 49 a 71 municipios de tal modo que se ha producido un incremento de la población que pivota sobre la cabecera comercial, debido al incremento de la oferta comercial y a la diversificación de la misma así como a la consolidación y crecimiento del resto de funciones culturales, administrativas, lúdicas, etc.

La evolución poblacional prevista para el Área Comercial de Castelló en los próximos años es de disminución poblacional, similar a la que se prevé para la provincia de Castelló y a la que se espera que se produzca en la capital de la provincia.

El papel de Castelló como capital de provincia y su centralidad comercial se ha visto reforzado en los últimos diez años; así lo confirman los indicadores una dotación comercial y, de superficie comercial que están por encima de la de las ciudades medias de su entorno tales como Almassora, Borriana, Nules, Benicàssim, Oropesa, Onda o Vall d'Uixó. Los indicadores comerciales⁵ muestran la existencia de una dotación comercial inferior en estas ciudades exceptuando Onda y Oropesa del Mar. Asimismo, el *índice de superficie comercial* muestra un resultado superior en Castelló de la Plana con respecto a todas las ciudades medias de su entorno, fruto de un aumento de equipamientos comerciales de tamaño medio o grande que han contribuido a incrementar los flujos de gasto.

En el Área Comercial destacan por su mayor tamaño poblacional Castelló de la Plana (180.114 residentes), Vila-Real (51.168 habitantes), Borriana (35.433 habitantes) y la Vall d'Uixó (32.864 habitantes). Entre las cuatro poblaciones agrupan el 61,7% de la población de toda el área.

En el Área Comercial de Castelló los municipios que mayor incremento poblacional han experimentado durante el período 2006-2011 han sido La Pobla Tornesa (37,9%); Almassora (26%), Vall de L'Alba (24,5%); Sant Joan de Moró (23,7%) y Moncofa (20,3%). Por el contrario han perdido población durante el mismo período: Atzaneta del Maestrat (-6,6%), Benasal (-6,1%), Lucena del Cid (-5,5%); Torreblanca (-2,8%); La Vilavella y Sierra Engarcerán, ambos con una disminución del 1,4%.

⁵ IDC (Índice de Dotación Comercial) = nº establecimientos / 1.000 habitantes.

ISC (Índice de Superficie Comercial) = metros cuadrados / 1.000 habitantes.



Las previsiones para los próximos tres años reflejan el mantenimiento del *índice de primacía* de la ciudad de Castelló de la Plana sobre los municipios de su área comercial.

En cuanto al nivel de actividad económica, Castelló concentra, en términos generales, el 39,2% de las actividades económicas desarrolladas en su área. A parte de Castelló la industria se concentra en municipios con carácter tradicionalmente industrial como Vila-real, Onda y Almassora; mientras que las actividades de hostelería se concentran en los municipios de marcado carácter turístico como Benicàssim y Oropesa del Mar.

El censo de establecimientos comerciales minoristas muestra la tendencia del comercio minorista a concentrarse en grandes poblaciones o en ciudades medias, de forma que en nueve de los setenta y un municipios del área representa el 63% de la oferta comercial.

Asimismo, es en la capital de provincia o en las ciudades medias donde se concentra mayor superficie de venta en relación al número de habitantes. Así, la ciudad de Castelló cuenta con un *Índice de Superficie Comercial* de 1.979 m² de superficie de venta mientras que Nules, Borriana y Onda obtienen unos índices inferiores de 1.298, 1.446 y 1.415 metros cuadrados por mil habitantes, respectivamente. La sala de ventas por mil habitantes en el Área Comercial de Castelló es de 1.531 metros cuadrados.

TABLA 06:
Comparativa peso demográfico Área Comercial Castelló.

Área territorial	Población 2011		Población 2016*		Variación 2011-2015*	
	Absoluta	%	Absoluta	%	Absoluta	%
Castelló	180.114	3,5	179.239	3,5	-875	-0,5
Área Comercial Castelló	485.700	9,5	482.098	9,5	-3.602	-0,7
Provincia Castelló	604.344	11,8	599.441	11,9	-4.903	-0,8
Total Comunitat Valenciana	5.117.190	100,0	5.058.273	100,0	-58.917	-1,2

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística, datos correspondientes a la explotación del Padrón Municipal de Habitantes a 1/01/2011.
Datos proyectados para 2015. Institut Valencià d'Estadística.

TABLA 07:
Características
sociodemográficas
del Área Comercial
de Castelló

Municipios	Población (2011)		Superficie (Km ²)	Densidad (hab/Km ²)	Evolución 2006-2011		Proyección de población a 2016		Variación 2011-2016	
	Nº	%			Nº	%	Nº	%	Nº	%
Albocàsser	1.443	0,3	82	17,6	4,8	1.427	0,2	-16	-1,1	
Alcora (l')	10.856	2,3	95	114,3	3,0	10.068	1,7	-788	-7,3	
Almassora	25.945	5,5	33	786,2	26,0	27.390	4,6	1.445	5,6	
Almenara	6.102	1,3	28	217,9	14,6	6.403	1,1	301	4,9	
Alquerías del Niño Perdido	4.433	0,9	13	341,0	14,7	4.785	0,8	352	7,9	
Artana	1.990	0,4	36	55,3	7,2	2.034	0,3	44	2,2	
Atzeneta del Maestrat	1.367	0,3	71	19,3	-6,6	1.248	0,2	-119	-8,7	
Benasal	1.264	0,3	80	15,8	-6,1	1.141	0,2	-123	-9,7	
Benicàssim	18.524	3,9	36	514,6	11,7	18.890	3,2	366	2,0	
Benlloch	1.211	0,3	44	27,5	9,4	1.110	0,2	-101	-8,3	
Betxí	5.890	1,2	21	280,5	4,9	5.827	1,0	-63	-1,1	
Borriana	35.433	7,5	47	753,9	9,5	35.174	5,9	-259	-0,7	
Borriol	5.180	1,1	61	84,9	15,7	5.455	0,9	275	5,3	
Cabanes	3.019	0,6	132	22,9	10,4	2.723	0,5	-296	-9,8	
Castelló de la Plana	180.114	38,1	109	1.652,4	4,7	179.239	29,9	-875	-0,5	
Coves de Vinromà (les)	2.049	0,4	136	15,1	9,2	1.951	0,3	-98	-4,8	
Xilxes	2.844	0,6	14	203,1	7,8	2.884	0,5	40	1,4	
Lucena del Cid	1.516	0,3	137	11,1	-5,5	1.318	0,2	-198	-13,1	
Moncofa	6.348	1,3	15	423,2	20,3	6.696	1,1	348	5,5	
Nules	13.693	2,9	51	268,5	8,1	13.766	2,3	73	0,5	
Onda	25.704	5,4	108	238,0	14,1	25.289	4,2	-415	-1,6	
Oropesa del Mar	10.088	2,1	26	388,0	18,3	8.071	1,3	-2.017	-20,0	
Pobla Tornesa (la)	1.165	0,2	26	44,8	37,9	1.369	0,2	204	17,5	
Ribesalbes	1.342	0,3	9	149,1	0,0	1.265	0,2	-77	-5,7	
Sant Joan de Moró	2.938	0,6	29	101,3	23,7	3.012	0,5	74	2,5	
Sierra Engarcerán	1.054	0,2	82	12,9	-1,4	924	0,2	-130	-12,3	
Torreblanca	5.718	1,2	30	190,6	-2,8	4.754	0,8	-964	-16,9	
Useres (les)	1.013	0,2	81	12,5	1,2	978	0,2	-35	-3,5	
Vall d'Alba	3.036	0,6	53	57,3	24,5	3.308	0,6	272	9,0	
Vall d'Uixó (la)	32.864	6,9	67	490,5	4,2	33.297	5,6	433	1,3	
Vila-real	51.168	10,8	55	930,3	6,5	50.499	8,4	-669	-1,3	
Vilafamés	1.951	0,4	70	27,9	8,0	1.807	0,3	-144	-7,4	
Vilavella (la)	3.321	0,7	6	553,5	-1,4	3.080	0,5	-241	-7,3	
Villafranca del Cid	2.527	0,5	94	26,9	0,4	2.437	0,4	-90	-3,6	
ÁREA COMERCIAL CASTELLÓ	473.110	78,3	1977	239,3	-	469.619	78,3	-3.491	-0,7	
PROVINCIA Castelló	604.344		5.817	103,9	8,0	599.441		-4.903	-0,8	
COMUNITAT VALENCIANA	5.117.190		23.254	220,1	-	5.058.273		-58.917	-1,2	

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística (INE) 2011, Institut Valencià d'Estadística (IVE) y Anuario Caja España 2011.
* No incluye los municipios con menos de 1.000 habitantes.

TABLA 08:
Actividades
económicas del Área
Comercial Castelló.

Municipios	Industria		Construcción		Actividades de comercio		Restauración y hostelería		Entidades financieras		Total Actividades Económicas	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Albocasser	13	0,5	23	0,6	41	0,4	7	0,3	6	0,7	90	0,4
Alcora (I ^a)	172	6,3	102	2,7	240	2,4	52	1,9	22	2,7	588	2,9
Almazora/Almassora	230	8,4	184	4,9	453	4,5	120	4,4	36	4,4	1.023	5,1
Almenara	16	0,6	51	1,4	108	1,1	19	0,7	9	1,1	203	1,0
Alquerías del Niño Perdido	16	0,6	23	0,6	78	0,8	10	0,4	8	1,0	135	0,7
Artana	13	0,5	22	0,6	37	0,4	4	0,1	6	0,7	82	0,4
Atzeneta del Maestrat	20	0,7	12	0,3	38	0,4	3	0,1	3	0,4	76	0,4
Benasal	19	0,7	30	0,8	40	0,4	10	0,4	6	0,7	105	0,5
Benicàssim	25	0,9	107	2,8	288	2,9	171	6,3	25	3,0	616	3,1
Benlloch	7	0,3	15	0,4	26	0,3	3	0,1	5	0,6	56	0,3
Betxí	39	1,4	33	0,9	135	1,3	30	1,1	12	1,5	249	1,2
Borriana	150	5,5	216	5,7	652	6,5	191	7,0	39	4,7	1.248	6,2
Borriol	23	0,8	50	1,3	69	0,7	9	0,3	11	1,3	162	0,8
Cabanes	32	1,2	29	0,8	81	0,8	29	1,1	9	1,1	180	0,9
Castelló de la Plana	731	26,8	1.423	37,8	4.205	42,0	1.159	42,5	342	41,6	7.860	39,2
Coves de Vinromà (les)	24	0,9	18	0,5	39	0,4	7	0,3	5	0,6	93	0,5
Xilxes	17	0,6	67	1,8	77	0,8	14	0,5	7	0,9	182	0,9
Lucena del Cid	22	0,8	17	0,5	26	0,3	5	0,2	7	0,9	77	0,4
Moncofa	22	0,8	89	2,4	104	1,0	37	1,4	7	0,9	259	1,3
Nules	88	3,2	121	3,2	309	3,1	56	2,1	25	3,0	599	3,0
Onda	271	9,9	165	4,4	636	6,3	141	5,2	47	5,7	1.260	6,3
Oropesa del Mar	25	0,9	103	2,7	197	2,0	115	4,2	12	1,5	452	2,3
Pobla Tornesa (la)	11	0,4	15	0,4	18	0,2	4	0,1	5	0,6	53	0,3
Ribesalbes	18	0,7	10	0,3	19	0,2	4	0,1	4	0,5	55	0,3
Sant Joan de Moró	39	1,4	25	0,7	50	0,5	13	0,5	5	0,6	132	0,7
Sierra Engarcerán	12	0,4	20	0,5	36	0,4	9	0,3	11	1,3	88	0,4
Torreblanca	18	0,7	53	1,4	131	1,3	38	1,4	7	0,9	247	1,2
Useres (les)	7	0,3	7	0,2	16	0,2	6	0,2	5	0,6	41	0,2
Vall d'Alba	30	1,1	28	0,7	51	0,5	9	0,3	6	0,7	124	0,6
Vall d'Uixó (la)	173	6,3	216	5,7	667	6,7	136	5,0	64	7,8	1.256	6,3
Vila-real	365	13,4	424	11,3	1.016	10,1	284	10,4	49	6,0	2.138	10,7
Vilafamés	48	1,8	23	0,6	43	0,4	13	0,5	6	0,7	133	0,7
Vilavella (la)	9	0,3	22	0,6	45	0,4	10	0,4	6	0,7	92	0,5
Villafranca del Cid	26	1,0	23	0,6	47	0,5	8	0,3	5	0,6	109	0,5
ÁREA COMERCIAL CASTELLÓ**	2.731	74,7	3.766	72,6	10.018	21,3	2.726	74,7	822	66,7	20.063	33,0
PROVINCIA Castelló	3.657		5.184		47.093		3.648		1.233		60.815	

Fuente: Anuario Económico de la Caixa, 2012.

** No se incluyen los municipios del Área Comercial de Castelló con poblaciones inferiores a 1.000 habitantes

TABLA 09:
Oferta comercial del
Área Comercial de
Castelló

Nombre municipio	Poblacion (1 de enero de 2011)	Puntos de venta	% Puntos de venta	S vta (m ²)	% S vta	Tamaño medio (m ²)	Índice de dotacion	Índice de superficie
Aín	141	1	0,01	20	0,0	20,0	7,1	143
Albocàsser	1.443	16	0,2	658	0,1	41,1	11,1	457
Alcora	10.856	136	1,8	11.655	1,6	85,7	12,3	1.057
Alcudia de Vero	229	-	-	-	-	-	-	-
Alfondegulla	881	6	0,1	170	0,0	28,3	6,9	195
Almazora	25.945	203	2,7	22.788	3,1	112,3	7,9	889
Almenara	6.102	76	1,0	5.163	0,7	67,9	12,7	859
Alquerias del Niño Perdido	4.433	39	0,5	4.059	0,5	104,1	9,0	932
Arañuel	196	3	0,04	46	0,0	15,3	15,0	230
Argelita	96	1	0,01	20	0,0	20,0	9,4	189
Artana	1.990	20	0,3	1.081	0,1	54,1	10,1	548
Atzeneta del Maestrat	1.367	17	0,2	1.289	0,2	75,8	12,1	915
Ayódar	212	2	0,03	152	0,0	76,0	9,1	691
Benafigos	161	-	-	-	-	-	-	-
Benasal	1.264	31	0,4	1.325	0,2	42,7	23,9	1.022
Benicassim	18.524	220	3,0	20.494	2,8	93,2	12,1	1.126
Benlloch	1.211	10	0,1	505	0,1	50,5	8,5	428
Betxí	5.890	66	0,9	4.828	0,6	73,2	11,1	813
Borriana	35.433	563	7,6	50.456	6,8	89,6	16,1	1.446
Borriol	5.180	32	0,4	2.917	0,4	91,2	6,3	575
Cabanes	3.019	29	0,4	3.423	0,5	118,0	9,4	1.108
Castelló de la Plana	180.114	2.949	39,9	357.648	48,1	121,3	16,3	1.979
Castello de Villamalefa	114	1	0,0	60	0,0	60,0	9,8	588
Chodos/Xodos	2.844	-	-	-	-	-	-	-
Cirat	125	5	0,1	139	0,0	27,8	19,5	541
Cortes de Arenoso	270	3	0,0	119	0,0	39,7	8,6	341
Costur	347	2	0,0	26	0,0	13,0	3,4	44
Coves de Vinromà	581	24	0,3	1.464	0,2	61,0	11,8	718
Culla	2.049	5	0,1	340	0,0	68,0	7,9	537
Eslida	608	6	0,1	217	0,0	36,2	6,6	239
Espadilla	936	-	-	-	-	-	-	-
Fanzara	91	-	-	-	-	-	-	-
Figueroles	347	6	0,1	322	0,0	53,7	10,2	546
Fuentes de Ayódar	583	-	-	-	-	-	-	-
Llosa	155	7	0,1	411	0,1	58,7	7,1	418
Lucena del Cide	951	14	0,2	464	0,1	33,1	9,1	303
Ludiente	1.516	2	0,0	119	0,0	59,5	10,2	604
Moncofa	200	70	0,9	5.848	0,8	83,5	11,5	958
Montanejos	6.348	14	0,2	1.340	0,2	95,7	22,7	2.168
Nules	630	281	3,8	17.841	2,4	63,5	20,4	1.298
Onda	13.693	384	5,2	36.463	4,9	95,0	14,9	1.415
Oropesa del Mar	25.704	191	2,6	14.191	1,9	74,3	17,7	1.316

Nombre municipio	Poblacion (1 de enero de 2011)	Puntos de venta	% Puntos de venta	S vta (m ²)	% S vta	Tamaño medio (m ²)	Índice de dotacion	Índice de superficie
Pobla Tornesa	10.088	8	0,1	262	0,0	32,8	6,9	227
Puebla de Arenoso	1.165	1	0,0	15	0,0	15,0	5,0	75
Ribesalbes	175	12	0,2	906	0,1	75,5	8,8	667
Sant Joan de Moró	1.342	29	0,4	1.748	0,2	60,3	10,0	601
Sarratella	2.938	-	-	-	-	-	-	-
Sierra Engarceran	103	12	0,2	974	0,1	81,2	11,6	944
Sueras	1.054	6	0,1	149	0,0	24,8	8,8	219
Tales	672	4	0,1	219	0,0	54,8	4,5	245
Toga	890	-	-	-	-	-	-	-
Torralba del Pinar	126	-	-	-	-	-	-	-
Torre d'en Besora	54	1	0,0	54	0,0	54,0	5,5	297
Torre d'en Domenech	177	1	0,0	100	0,0	100,0	4,0	405
Torreblanca	265	80	1,1	7.792	1,0	97,4	13,9	1.351
Torrechiva	5.718	1	0,0	10	0,0	10,0	10,4	104
Usera	102	9	0,1	566	0,1	62,9	9,0	569
Vall d'Alba	1.013	27	0,4	1.899	0,3	70,3	9,1	643
Vall d'Uixo	3.036	469	6,3	49.367	6,6	105,3	14,2	1.497
Vallat	32.864	-	-	-	-	-	-	-
Vilafames	78	37	0,5	2.172	0,3	58,7	18,6	1.095
Vilanova d'Alcolea	1.951	9	0,1	270	0,0	30,0	12,9	387
Vilar de Canes	703	2	0,0	68	0,0	34,0	11,0	376
Vila-real	186	1.134	15,3	101.294	13,6	89,3	22,1	1.972
Vilavella	51.168	26	0,4	1.587	0,2	61,0	7,7	473
Villafranca del Cid	3.321	40	0,5	3.244	0,4	81,1	15,7	1.277
Villahermosa del Rio	2.527	5	0,1	110	0,0	22,0	11,0	241
Villamalur	500	2	0,0	69	0,0	34,5	19,6	676
Vistabella del Maestrazgo	102	7	0,1	305	0,0	43,6	16,6	724
Xilxes	413	29	0,4	2.217	0,3	76,4	10,0	766
Zucaina	190	3	0,0	114	0,0	38,0	16,1	613
Total	485.559	7.388	100,0	743.552	100,0	101	15,2	1.531
Provincia Castelló	604.344		-					
Comunitat Valenciana	5.117.190	67.892	-	7.148.276	-	105	13,3	1.397,0

Fuente: "Plan de Acción Comercial Territorial Sectorial de la Comunitat Valenciana", Oficina PATECO- Comercio y Territorio (2011).

I-01-03-03. La dinámica comercial de los municipios del entorno de la ciudad: cabeceras y subcabeceras comerciales.

Si se tiene en cuenta la situación de Castelló con respecto a las ciudades medias de su provincia, que ejercen de cabeceras o subcabeceras de Área Comercial, se observa que las ciudades con perfil industrial, como Onda o La Vall d'Uixó, presentan un porcentaje de paro registrado por encima del que obtienen las ciudades de la provincia con economías más terciarizadas, como es el caso de Benicàssim o Benicarló.

Los municipios como Benicarló o Vinaròs, debido a una distancia de desplazamiento superior a treinta minutos hasta Castelló, han desarrollado una oferta comercial amplia, contando con una dotación comercial significativa de 18 y 23 comercios por mil habitantes, respectivamente, superior a la media a la de la ciudad con 12 comercios o la de la ciudad de Valencia de 16 comercios por mil habitantes.

No obstante, pese a la elevada dotación comercial se produce una evasión de gasto desde estos municipios hacia otros del entorno y también hacia la capital provincial, porque se encuentra una oferta comercial más diversa y completa.

I-01-03-04. Datos comparativos de Castelló de la Plana con municipios de similares características.

Se ha elegido un conjunto de municipios capital de provincia con poblaciones de tamaño similar al de Castelló y de características parecidas en cuanto a su ubicación para poder comparar los principales indicadores económicos y relativos a la actividad comercial. Los municipios de comparación son Albacete, Almería, Burgos, Donostia-San Sebastián, Pamplona y Santander.

Los datos sitúan a Castelló, por detrás de Almería, en cuanto a mayor porcentaje de paro registrado sobre la población un 15,3 % en oposición a Donostia-San Sebastián que solo ha registrado un 8%.

Además, es la segunda ciudad en cuanto a crecimiento poblacional experimentado durante el período 2006-2011 después de la ciudad de Albacete.

TABLA 10:
Cabeceras y subcabeceras de áreas comerciales de Castelló*.

Municipios	Población (2011)		Distancia Km	Paro Registrado % s/ población	Industria	Actividades de comercio	Restauración y hostelería	Entidades financieras	Total Actividades Económicas	Numero de comercios	Superficie de venta (m ²)	IDC	ISC
	Nº	Nº											
Almassora	25.945	414	6	15,9	414	453	120	36	1.023	203	22.788	8	878
Benicarló	26.553	407	77	12,4	407	668	179	20	1.274	479	52.437	18	1.975
Benicàssim	18.524	132	14	8,6	132	288	171	25	616	220	20.494	12	1.106
Borriana	35.433	366	13	15,4	366	652	191	39	1.248	563	50.456	16	1.424
Castelló de la Plana	180.114	2.154	-	15,3	2.154	4.205	1.159	342	7.860	2.193	344.836	12	1.915
Nules	13.693	209	20	12,0	209	309	56	25	599	281	17.841	21	1.303
Onda	25.704	436	25	17,3	436	636	141	47	1.260	384	36.463	15	1.419
Oropesa del Mar/Orpesa	10.088	128	28	15,5	128	197	115	12	452	191	14.191	19	1.407
Segorbe	9.326	177	58	14,0	177	294	61	10	542	145	14.057	16	1.507
Vall d'Uixó (la)	32.864	389	27	17,6	389	667	136	64	1.256	469	49.367	14	1.502
Valencia	798.033	7.687	72	13,6	7.687	18.301	4.763	830	31.581	12.597	1.095.763	16	1.373
Vinaròs	28.508	416	78	14,3	416	756	243	23	1.438	642	76.341	23	2.678

* Se incorpora también la ciudad de Valencia porque ejerce influencia comercial sobre la ciudad de Castelló de la Plana.

Fuente: Elaboración propia a partir del Anuario Económico de la Caixa 2012 y el "Plan de Acción Comercial Territorial Sectorial de la Comunitat Valenciana", Oficina PATECO- Comercio y Territorio de 2011.

En cuanto a las actividades económicas, la ciudad concentra 42,8 actividades económicas por mil habitantes, por lo que ocupa un tercer puesto tras Donostia-San Sebastián, Pamplona y Burgos.

Con 2.154 actividades industriales en 2011, es la tercera ciudad con una menor variación de actividades industriales en el periodo 2006-2011, con un -4,5%, por detrás de Albacete (0,0%) y Pamplona (-3,7%). Además es la ciudad que más actividades de restauración y bares ha perdido en el periodo objeto de estudio. En cuanto a las actividades comerciales minoristas, la ciudad de Castelló con 3.512 actividades es la 2ª con menor pérdida, con una variación del -13,9% en el periodo 2006-2011, mientras que en la ciudad de Albacete la variación fue del -9,2%; en lado contrario está la ciudad de Pamplona con una variación del -23,0%.

Tanto la ciudad de Castelló como los municipios de similares características poblacionales se ha visto afectadas comercialmente por la periferización de las actividades comerciales y el incremento de la superficie comercial integrada en centros comerciales que convive en la mayoría de las ciudades con planes dirigidos a modernizar la gestión y la imagen del comercio urbano a través de fórmulas como los centros comerciales abiertos.

Así de las siete ciudades objeto de estudio, las ciudades de Albacete y Castelló son las ciudades que presentan una mayor densidad (metros cuadrados de SBA por cada 1.000 habitantes) que el resto de ciudades, así como de la media nacional que se sitúa en 311 metros cuadrados de Superficie Bruta Alquilable por cada 1.000 habitantes. Además es la ciudad que más ha crecido en cuanto a metros cuadrados en SBA en el periodo 2006-2011.

TABLA 11:
Características de municipios similares poblacionalmente a Castelló de la Plana.

Municipios	Características sociodemográficas municipios de tamaño poblacional similar a Castelló					
	Población (2011)		Densidad (hab/km ²)		Evolución 2006-2011	
	Nº	Densidad (hab/km ²)	Nº	Índice dotación	Nº	%/ población
Albacete	171.390	1.126	152	6,1		14,0
Almería	190.349	296	643	2,7		17,5
Burgos	179.251	107	1.675	3,2		10,4
Castelló de la Plana	180.114	109	1.652	4,7		15,3
Donostia-San Sebastián	186.185	61	3.052	1,6		8,0
Pamplona	197.932	25	7.917	1,1		10,4
Santander	179.921	35	5.141	-1,6		11,3

Fuente: Anuario Económico de la Caixa, 2012.

TABLA 12:
Características de municipios similares poblacionalmente a Castelló de la Plana. Actividad Económica.

Municipios	Actividad Económica									
	Industria		Actividades de comercio		Restauración y hostelería		Entidades financieras		Total Actividades Económicas	
	Nº	Índice dotación	Nº	Índice dotación	Nº	Índice dotación	Nº	Índice dotación	Nº	Índice dotación
Albacete	2.291	13,4	3.964	23,1	956	5,6	139	0,8	7.350	42,9
Almería	1.684	8,8	3.957	20,8	980	5,1	143	0,8	6.764	35,5
Burgos	2.244	12,5	4.312	24,1	1.369	7,6	187	1,0	8.112	45,3
Castelló de la Plana	2.154	12,0	4.205	23,3	1.159	6,4	196	1,1	7.714	42,8
Donostia-San Sebastián	3.348	18,0	4.571	24,6	1.230	6,6	186	1,0	9.335	50,1
Pamplona	2.921	14,8	5.278	26,7	1.412	7,1	165	0,8	9.776	49,4
Santander	1.683	9,4	4.457	24,8	1.383	7,7	180	1,0	7.703	42,8

Fuente: Anuario Económico de la Caixa, 2012.

TABLA 13:
Actividades económicas de los municipios similares poblacionalmente a Castelló de la Plana.

Municipio	Actividades industriales (industria y construcción)	Variación actividades industriales 06-11 (%)	Actividades comerciales mayoristas	Variación actividades comerciales mayoristas 06-11 (%)	Actividades comerciales minoristas 2011	Variación actividades comerciales minoristas 06-11 (%)	Actividades de restauración y bares	Variación actividades de restauración y bares 06-11 (%)
Almería	1.684	-7,6	469	-17,4	3.488	-18,0	980	-10,8
Santander	1.683	-9,5	539	-13,5	3.918	-16,5	1.383	-11,9
Burgos	2.244	-6,7	727	-16,9	3.585	-15,5	1.369	-9,4
Albacete	2.291	0,0	818	-13,1	3.146	-9,2	956	-8,8
Castelló de la Plana	2.154	-4,5	693	-15,0	3.512	-13,9	1.159	-12,7
Pamplona/Iruña	2.921	-3,7	472	-15,3	4.806	-23,0	1.412	4,9
Donostia-San Sebastián	3.348	17,8	851	-3,5	3.720	-20,5	1.230	-10,7

Fuente: Anuario Económico de la Caixa, 2012.

TABLA 14:
Centros comerciales y Superficie Bruta Alquilable en los municipios similares poblacionalmente a Castelló de la Plana.

Municipios	Centros Comerciales	%	SBA (m ²)	%	Población (01/01/2011)	Densidad (m ² de SBA por 1.000 habitantes)	Habitantes por centro comercial	Variación de la SBA 06-11 (%)
Albacete	5	23,8	111.596	22,7	171.390	651,1	34.278	6,9
Almería	2	9,5	59.630	12,1	190.349	313,3	95.175	0,0
Burgos	3	14,3	61.773	12,6	179.251	344,6	59.750	-1,6
Castelló de la Plana	3	14,3	102.242	20,8	180.114	567,7	60.038	163,3
Donostia-San Sebastián	4	19,0	71.308	14,5	186.185	383,0	46.546	2,7
Pamplona	2	9,5	31.033	6,3	197.932	156,8	98.966	0,0
Santander	2	9,5	53.829	11,0	179.921	299,2	89.961	0,0
	21	100	491.411	100	1.285.142	382,4	61.197	14,9

Fuente: Directorio de Centros Comerciales y Parques Comerciales de España en 2012 de la Asociación Española de Centros Comerciales.



Plaza Santa Clara

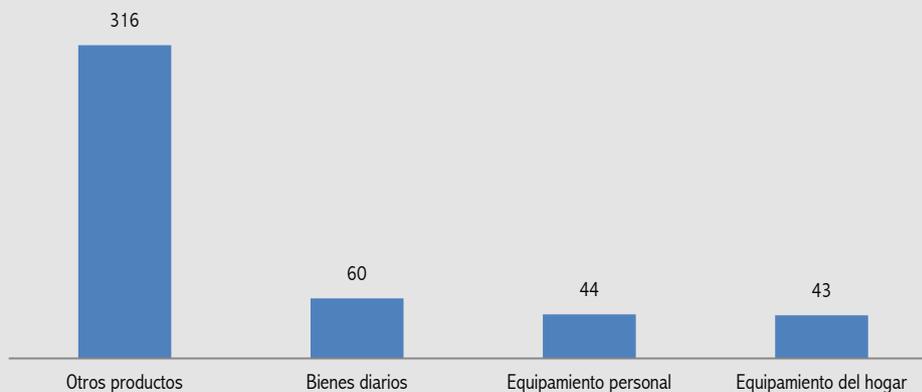
I-01-04. La demanda Comercial del Área Comercial de Castelló.

I-01-04-01. Gasto de los residentes del área comercial.

A partir de los datos de la EPF⁶ y se ha estimado un gasto en bienes de comercio generado en el Área Comercial de 1.478,96 millones de euros, de los cuales el 39,7% lo efectúan los residentes de la ciudad de Castelló en el año 2012.

En el año 2001 el gasto realizado por los castellonenses representaba el 47% del gasto del área. Por lo tanto, se ha producido una variación positiva importante en la cuantía del gasto que se atribuye, en parte, al incremento poblacional experimentado por los municipios del Área Comercial así como a la incorporación de nuevos municipios al área comercial, además del aumento del importe de gasto per cápita destinado a la compra de bienes de comercio durante el período 2001-2012. La variación más importante se detecta en el importe destinado a la compra de otros productos, entre los que figuran productos tecnológicos, de ocio y cultura y otros diversos.

GRÁFICA 01:
Variación del
gasto en %
en bienes de
consumo. Período
2001-2012.
Área Comercial
de Castelló.
*Fuente: Oficina
Comercio y
Territorio, 2012.
Para el cálculo
comparativo*



⁶ Encuesta de Presupuestos Familiares actualizado a 2011. Instituto Nacional de Estadística INE.

TABLA 15:
La Demanda
comercial del
Área Comercial de
Castelló

Nombre municipio	Poblacion (1 de enero de 2011)	Bienes Diarios (Euros)	%	Equipamiento Personal (Euros)	%	Equipamiento del hogar (Euros)	%	Otros Productos (Euros)	%	TOTAL (Euros)	%
Aín	141	251.193	0,0	72.242	0,03	41.022	0,03	56.987	0,03	421.444	0,03
Albocàsser	1.443	2.570.724	0,3	739.332	0,3	419.817	0,3	583.208	0,3	4.313.080	0,3
Alicora	10.856	19.085.423	2,3	6.748.107	2,5	3.336.933	2,0	4.668.080	2,1	33.838.543	2,3
Alcudia de Vero	229	407.967	0,0	117.330	0,0	66.624	0,0	92.553	0,0	684.474	0,0
Alfondeguiella	881	1.569.513	0,2	451.387	0,2	256.313	0,2	356.068	0,2	2.633.281	0,2
Almazora	25.945	45.061.706	5,5	13.929.859	5,1	8.192.616	5,0	11.208.240	5,0	78.392.421	5,3
Almenara	6.102	10.870.794	1,3	3.126.405	1,1	1.775.277	1,1	2.466.205	1,1	18.238.681	1,2
Alquerias del Niño Perdido	4.433	7.897.448	1,0	2.271.280	0,8	1.289.709	0,8	1.791.657	0,8	13.250.094	0,9
Arañuel	196	349.177	0,0	100.422	0,0	57.023	0,0	79.216	0,0	585.838	0,0
Argella	96	171.025	0,0	49.186	0,0	27.930	0,0	38.800	0,0	286.941	0,0
Artana	1.990	3.545.211	0,4	1.019.591	0,4	578.958	0,4	804.285	0,4	5.948.046	0,4
Atzeneta del Maestrat	1.367	2.435.329	0,3	700.393	0,3	397.706	0,2	552.491	0,2	4.085.919	0,3
Ayódar	212	377.681	0,0	108.620	0,0	61.678	0,0	85.683	0,0	633.661	0,0
Benafígos	161	286.824	0,0	82.490	0,0	46.840	0,0	65.070	0,0	481.224	0,0
Benasal	1.264	2.251.833	0,3	647.620	0,2	367.740	0,2	510.863	0,2	3.778.055	0,3
Benicassim	18.524	32.566.173	4,0	11.514.548	4,2	5.693.934	3,5	7.965.320	3,6	57.739.975	3,9
Benlloch	1.211	2.157.413	0,3	620.465	0,2	352.321	0,2	489.442	0,2	3.619.640	0,2
Betxí	5.890	10.493.113	1,3	3.017.785	1,1	1.713.599	1,1	2.380.523	1,1	17.605.020	1,2
Borriana	35.433	61.540.622	7,5	19.023.962	6,9	11.188.628	6,9	16.618.077	7,5	108.371.289	7,3
Borriol	5.180	9.228.239	1,1	2.654.011	1,0	1.507.036	0,9	2.093.567	0,9	15.482.853	1,0
Cabanes	3.019	5.378.389	0,7	1.546.807	0,6	878.329	0,5	1.220.169	0,5	9.023.694	0,6
Castelló de la Plana	180.114	324.672.530	39,6	104.708.739	38,2	67.653.252	41,5	89.516.658	40,3	586.551.179	39,7
Castelló de Villamalefa	114	203.093	0,0	58.409	0,0	33.166	0,0	46.075	0,0	340.742	0,0

Nombre municipio	Población (1 de enero de 2011)	Bienes Diarios (Euros)	%	Equipamiento Personal (Euros)	%	Equipamiento del hogar (Euros)	%	Otros Productos (Euros)	%	TOTAL (Euros)	%
Xilxes	2.844	5.137.884	0,6	1.457.144	0,5	827.415	0,5	1.149.441	0,5	8.571.885	0,6
Chodos/Xodos	125	222.689	0,0	64.045	0,0	36.367	0,0	50.520	0,0	373.621	0,0
Cirat	270	481.009	0,1	138.336	0,1	78.552	0,0	109.124	0,0	807.021	0,1
Cortes de Arenoso	347	618.185	0,1	177.788	0,1	100.954	0,1	140.245	0,1	1.037.172	0,1
Costur	581	1.035.059	0,1	297.680	0,1	169.032	0,1	234.819	0,1	1.736.590	0,1
Coves de Vinromà	2.049	3.650.321	0,4	1.049.820	0,4	596.123	0,4	828.131	0,4	6.124.395	0,4
Culla	608	1.083.160	0,1	311.513	0,1	176.888	0,1	245.731	0,1	1.817.292	0,1
Esilda	936	1.667.496	0,2	479.567	0,2	272.314	0,2	378.297	0,2	2.797.674	0,2
Espadilla	91	1.622.959	0,2	46.625	0,0	26.475	0,0	36.779	0,0	1.732.837	0,1
Fanzara	347	618.185	0,1	177.788	0,1	100.954	0,1	140.245	0,1	1.037.172	0,1
Figueroles	583	1.038.622	0,1	298.704	0,1	169.614	0,1	235.627	0,1	1.742.568	0,1
Fuentes de Ayódar	155	276.135	0,0	79.415	0,0	45.095	0,0	62.645	0,0	463.290	0,0
Llosa	951	1.694.219	0,2	487.252	0,2	276.678	0,2	384.359	0,2	2.842.508	0,2
Lucena del Cíde	1.516	2.700.774	0,3	776.734	0,3	441.055	0,3	612.712	0,3	4.531.275	0,3
Ludiente	200	356.303	0,0	102.471	0,0	58.187	0,0	80.833	0,0	597.794	0,0
Moncofa	6.348	11.309.046	1,4	3.252.445	1,2	1.846.847	1,1	2.565.629	1,2	18.973.967	1,3
Montanejos	630	1.122.353	0,1	322.785	0,1	183.288	0,1	254.623	0,1	1.883.050	0,1
Nules	13.693	24.073.019	2,9	8.511.591	3,1	4.208.974	2,6	5.887.990	2,6	42.681.574	2,9
Onda	25.704	3.016.850	0,4	13.800.466	5,0	8.116.516	5,0	11.104.128	5,0	36.037.960	2,4
Oropesa del Mar	10.088	17.735.238	2,2	6.270.717	2,3	3.100.864	1,9	4.337.840	2,0	31.444.659	2,1
Pobla Tornesa	1.165	2.075.463	0,3	596.896	0,2	338.938	0,2	470.850	0,2	3.482.147	0,2
Puebla de Arenoso	175	311.765	0,0	89.663	0,0	50.913	0,0	70.729	0,0	523.069	0,0
Ribesalbes	1.342	2.390.791	0,3	687.584	0,3	390.433	0,2	542.387	0,2	4.011.195	0,3
Sant Joan de Moró	2.938	5.234.086	0,6	1.505.306	0,5	854.763	0,5	1.187.432	0,5	8.781.587	0,6
Sarratella	103	183.496	0,0	52.773	0,0	29.966	0,0	41.629	0,0	307.864	0,0

Nombre municipio	Poblacion (1 de enero de 2011)	Bienes Diarios (Euros)	%	Equipamiento Personal (Euros)	%	Equipamiento del hogar (Euros)	%	Otros Productos (Euros)	%	TOTAL (Euros)	%
Sierra Engarceran	1.054	1.877.715	0,2	540.025	0,2	306.644	0,2	425.988	0,2	3.150.372	0,2
Sueras	672	1.197.177	0,1	344.304	0,1	195.507	0,1	271.598	0,1	2.008.586	0,1
Tales	890	1.585.547	0,2	455.998	0,2	258.931	0,2	359.705	0,2	2.660.181	0,2
Toga	126	224.471	0,0	64.557	0,0	36.658	0,0	50.925	0,0	376.610	0,0
Torralba del Pinar	54	96.202	0,0	27.667	0,0	15.710	0,0	21.825	0,0	161.404	0,0
Torre d'en Bésora	177	315.328	0,0	90.687	0,0	51.495	0,0	71.537	0,0	529.047	0,0
Torre d'en Domenech	265	472.101	0,1	135.775	0,0	77.097	0,0	107.103	0,0	792.076	0,1
Torreblanca	5.718	10.186.693	1,2	2.929.660	1,1	1.663.559	1,0	2.311.007	1,0	17.090.917	1,2
Torrechiva	102	181.714	0,0	52.260	0,0	29.675	0,0	41.225	0,0	304.875	0,0
Usera	1.013	1.804.673	0,2	519.018	0,2	294.716	0,2	409.418	0,2	3.027.824	0,2
Vall d'Alba	3.036	5.408.674	0,7	1.555.517	0,6	883.275	0,5	1.227.040	0,6	9.074.506	0,6
Vall d'Úixo	32.864	56.766.113	6,9	17.644.667	6,4	10.377.419	6,4	14.197.248	6,4	98.985.447	6,7
Vallat	78	138.958	0,0	39.964	0,0	22.693	0,0	31.525	0,0	233.139	0,0
Vilafames	1.951	3.475.732	0,4	999.609	0,4	567.612	0,3	788.523	0,4	5.831.476	0,4
Vilanova d'Alcolea	703	1.252.404	0,2	360.187	0,1	204.526	0,1	284.127	0,1	2.101.244	0,1
Vilar de Canes	186	331.361	0,0	95.298	0,0	54.114	0,0	75.174	0,0	555.948	0,0
Vila-real	51.168	88.615.925	10,8	30.117.622	11,0	17.622.585	10,8	23.997.792	10,8	160.353.924	10,8
Vilavella	3.321	5.916.406	0,7	1.701.539	0,6	966.191	0,6	1.342.227	0,6	9.926.362	0,7
Villafraanca del Cid	2.527	4.501.884	0,5	1.294.727	0,5	735.189	0,5	1.021.321	0,5	7.553.121	0,5
Villahermosa del Río	500	890.757	0,1	256.179	0,1	145.467	0,1	202.082	0,1	1.494.484	0,1
Villamalur	102	181.714	0,0	52.260	0,0	29.675	0,0	41.225	0,0	304.875	0,0
Vistabella del Maestrazgo	413	735.765	0,1	211.604	0,1	120.156	0,1	166.919	0,1	1.234.444	0,1
Zucaina	190	338.488	0,0	97.348	0,0	55.277	0,0	76.791	0,0	567.904	0,0
TOTAL	485.700	819.522.326	100,0	273.930.567	100,0	163.147.828	100,0	222.364.306	100,0	1.478.965.026	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la EPF 2012

TABLA 16:
Evolución de la
demanda comercial
en el AFC de
Castelló.
2001-2012.

Destino del gasto	Gasto en bienes de comercio de los residentes 2012 (Euros)	Gasto en bienes de comercio 2001 del Area Comercial de Castelló (Euros)	Variación del gasto en términos absolutos (Euros)	Variación del gasto en % (2001 - 2012)
Bienes diarios	819.522.326	467.218.758	282.544.882	60,5
Equipamiento personal	273.930.567	161.868.699	71.885.743	44,4
Equipamiento del hogar	163.147.828	97.461.877	42.302.758	43,4
Otros productos	222.364.306	45.679.198	144.515.775	316,4
TOTAL	1.478.965.026	772.228.533	541.249.157	70,1

Fuente: Oficina Comercio y Territorio, 2012.

*Debido al cambio de delimitación territorial que han sufrido las áreas comerciales analizadas se ha realizado el cálculo del gasto para el conjunto de municipios que conformaban el Area Comercial de Castelló e 2001 a partir del gasto medio por persona en 2012 para poder comparar los resultados

I-01-04-02. Flujos de gasto. Gasto atraído por Castelló de la Plana de los municipios del Área Comercial.

La localización de Castelló, su capitalidad, su red de comunicaciones con el entorno, su oferta comercial y de servicios, cultural, administrativa, entre otros, son algunos de los factores que inciden directamente en la capacidad de atracción que tiene el municipio con respecto a su entorno territorial.

En este sentido, los trabajos de campo⁷ realizados *ad hoc* y otros de influencia comercial realizados en distintos municipios próximos han permitido estimar unos flujos de gasto atraído por el comercio de Castelló procedente de otros municipios de su área.

Los flujos de gasto se generan como consecuencia de los desplazamientos que realizan los residentes para la realización de compras a otros municipios distintos del propio y estos están condicionados por factores como la red de comunicaciones, la concentración comercial de un municipio, la existencia o no de oferta complementaria, la accesibilidad, la localización, etc.

La creación de la Estación de ferrocarriles y autobuses ha permitido centralizar en un mismo espacio las conexiones entre estos dos medios, conjuntamente con la red de autobuses urbanos y el servicio de taxis.

No obstante los consumidores que visitan la ciudad acuden a las zonas comerciales en automóvil como lo ha señalado el 67% de los visitantes.

⁷ Encuesta a consumidores en Grandes Equipamientos Comerciales y Encuesta a visitantes de Castelló. 2012.

Actualmente los puntos de destino de los visitantes que acceden a Castelló de la Plana no se localizan exclusivamente en el centro del casco urbano, sino que existe una mayor dispersión (hospital, universidad, centros de trabajo, sedes de organismos públicos, etc.) en sus localizaciones, que tienden, además, a localizarse periféricamente. Por ello el punto de intercambio modal entre los medios de transporte colectivo de media y larga distancia y los medios de transporte urbanos, se localizan también en la periferia, garantizando las conexiones con los centros de trabajo, educativos, comerciales y administrativos, tanto a pie o en bicicleta, como mediante autobús urbano o taxi.

Frente a la descongestión de las vías de comunicación interiores, que ha supuesto una significativa mejora de su calidad urbana, se ha perdido la inmediatez en algunas de las comunicaciones, como ha ocurrido con respecto al tejido comercial del centro del casco urbano.

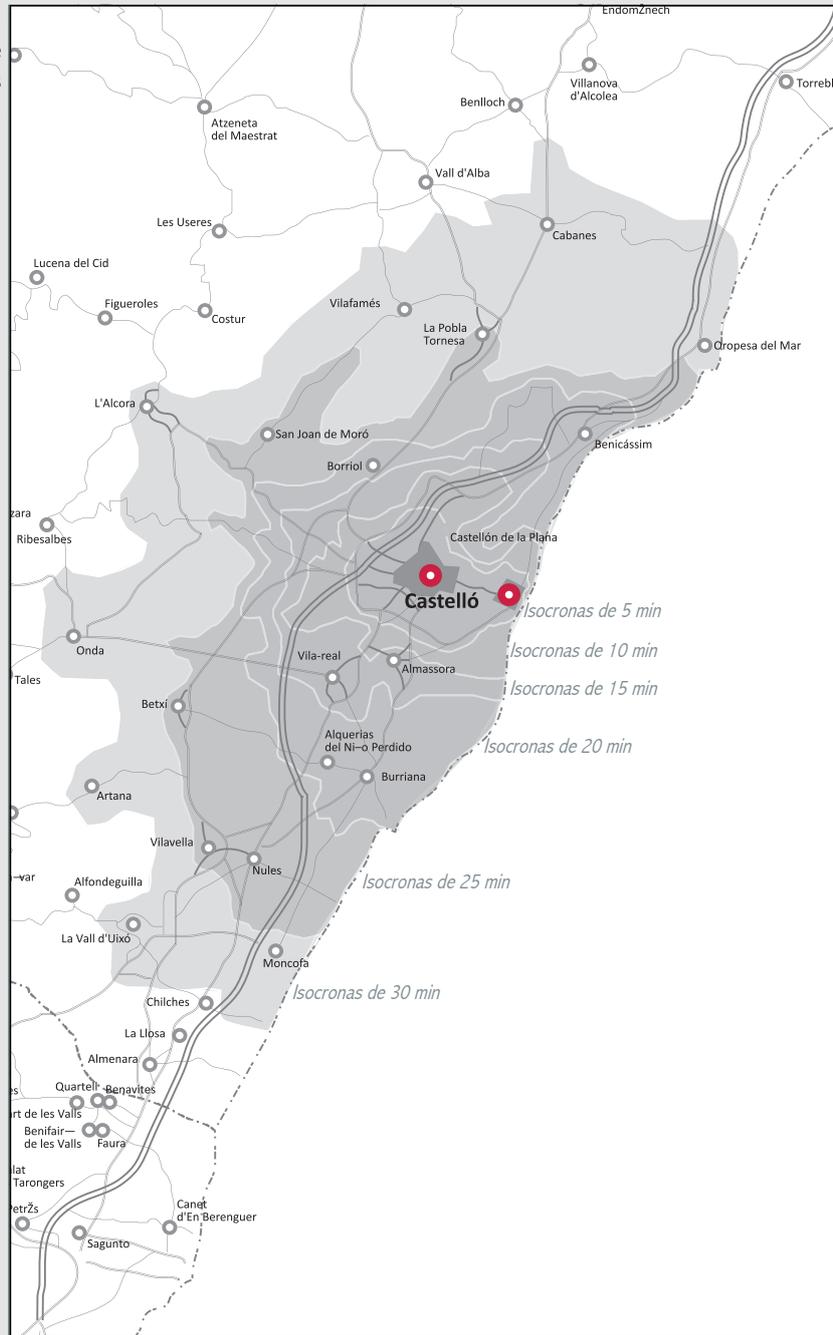
Por esta razón se planteará, en el capítulo relativo a propuestas, la puesta en marcha de un programa de señalización comercial urbana, con el fin de significar y distinguir los principales ejes peatonales de conexión y aproximación, desde el intercambiador modal hacia la zona centro, informando a los visitantes que acceden a la ciudad en transporte público desde otras localidades.

El área de influencia de Castelló de la Plana a partir del cálculo de los municipios que están a una distancia en torno a 20-30 minutos comprende un conjunto de municipios entre los que se encuentran: Almassora, Borriol, Borriana, Benicàssim, Alquerías del Niño Perdido, Oropesa del Mar, Sant Joan de Moró, Vilavella, Nules, La Pobla Tornesa, Betxí, Moncofa, L'Alcora Cabanes y Vilafamés. La población conjunta se sitúa entre 125.000 y 130.000 personas.

A partir de los trabajos de campo y del análisis de la dotación comercial de los municipios ubicados en el área comercial se ha estimado una cuantía de atracción de gasto de los residentes de estas poblaciones hacia Castelló de la Plana de 212,47 millones de euros, que representa 14,36% del gasto generado en todo el Área Comercial de Castelló.

Por tanto **el gasto comercial atraído por el comercio de Castelló de la Plana se debe interpretar como que por cada 2,5 euros que un residente castellanense destina a la compra de bienes en el comercio de su municipio una persona no residente gasta otro euro en ese comercio.**

PLANO 04:
Plano de
isocronas teóricas
de accesibilidad.



La compra de bienes para el equipamiento personal constituye la principal motivación para la realización de compra en Castelló de la Plana. El 87% de los visitantes de Castelló de la Plana acude al municipio para comprar ropa y el 65% para comprar zapatos ⁸.

Mayoritariamente los residentes de los municipios de la provincia acuden al centro comercial La Salera y al parque de medianas y grandes superficies especializadas de la Ciudad del Transporte (80,3%) o al centro urbano de la ciudad (45,2%).

I-01-04-03. Gasto de los turistas en el área comercial.

El gasto turístico es aquel que realizan los vacacionistas que acuden a los municipios del Área Comercial, permanecen durante al menos una noche y realizan compras en el comercio minorista. Este gasto, estimado a partir de la cuantificación de ocupación en alojamientos hoteleros y en segunda residencia muestra un resultado de 112 millones de euros. El 70,3% de este gasto es realizado por los turistas alojados en segunda residencia.

El turismo del Área Comercial se caracteriza por un turismo familiar de sol y playa. Las ciudades de Benicàssim, y Oropesa del Mar son los principales destinos turísticos del área con una dotación importante de alojamiento de segunda residencia.

La oferta reglada de apartamentos turísticos asciende a 16.620 plazas, si bien esta puede llegar a duplicarse con la oferta no reglada que es difícil de cuantificar. No obstante, este tipo de turismo representa 10,4 millones de pernoctaciones anuales que genera un gasto de 79 millones en el comercio minoristas del área comercial. El 60% del este gasto se destina a establecimientos de bienes diarios.

Por su parte el gasto realizado en el comercio minorista por los turistas alojados en establecimientos hoteleros asciende a 33,4 millones de euros. Siendo los productos de alimentación, bebidas y otros productos, principalmente artículos relacionados con el souvenirs el principal destino de este gasto.

Además hay que tener en cuenta el gasto efectuado en las compras a los establecimientos minoristas por parte de los hoteles, hostales, restaurantes o cafeterías en bienes diarios, que en el Área Comercial de Castelló asciende a 30 millones de euros.

⁸ Fuente: Encuesta a población visitante de Castelló realizada como trabajo ad hoc por la Oficina PATECO. 2012.

TABLA 17:
Centros hoteleros y
otros destinos para
alojamiento turista
del Área Comercial
de Castelló.

Nombre municipio	Hoteles		Hostales		campings		Apartamentos		Otros alojamientos turísticos		Restaurants		TOTAL	
	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas
Aín													0	0
Albocàsser								32	305	4	32	309		
Alcora			1	50						42	1	92		
Alcudia de Vero			1	36					1	8	1	2	45	
Alfondegulla										2	0	2		
Almazora	1	19	1	21			19	67	1	15	38	22	160	
Almenara							17	84			14	17	98	
Alquerias del Niño Perdido	2	63								7	2	70		
Arañuel								1	8	1	1	9		
Argelita								1	6	1	1	7		
Artana							1	10	1	11	9	2	30	
Atzeneta del Maestrat								4	34	6	4	40		
Ayódar								2	11	1	2	12		
Benafijos							1	6		1	1	7		
Benasal	6	433	3	188			207	894	15	114	8	231	1.637	
Benicassim	15	2.471	6	358	5	3.002	436	2.135	3	76	97	465	8.139	
Benlloch							1	5	2	12	3	3	20	
Bexí					1	284	6	21	1	25	1	8	331	
Borrjana	3	196					35	163	3	46	92	41	497	
Borriol							18	108	1	4	12	19	124	
Cabanes	4	100	1	20	3	2.433	22	70	7	60	23	37	2.706	
Castelló de la Plana	17	2.378					90	397	4	67	422	111	3.264	
Castello de Villamalefa							1	6	1	11	1	2	18	

Nombre municipio	Hoteles		Hostales		campings		Apartamentos		Otros alojamientos turísticos		Restaurantes		TOTAL	
	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas
Xilxes	1	182	1	72	1	618	8	40			11	11	11	923
Chodos/Xodos									2	10			2	12
Cirat			1	10	2	43	2	8						61
Cortes de Arenoso							14	49						49
Costur											2		0	2
Coves de Vinromà							1	4			6		1	10
Culla							6	24			5		6	29
Esilda							4	14	6	50	5		10	69
Espadilla									3	24			3	24
Fanzara											1		0	1
Figueroles											1		0	1
Fuentes de Ayódar	1	20					1	4	4	4	2		6	30
Llosa											3		0	3
Lucena del Cid	2	127					1	6	4	44	2		7	179
Ludiente											1		0	1
Moncofa					2	1.019	30	168	1	11	25	33	33	1.223
Montanejos	5	490	1	16			42	182	1	48	6	49	49	742
Nules					1	528	6	28	1	26	51	8	8	633
Onda	3	210	1	6					6	43	60	10	10	319
Oropesa del Mar	13	3.505	3	51	4	1.622	2.362	11.715			119	2.382	2.382	17.012
Pobla Tornesa			1	13					1	7	4		2	24
Puebla de Arenoso	1	38							1	19			2	57
Ribesalbes											3		0	3
Sant Joan de Moró											11		0	11

Nombre municipio	Hoteles		Hostales		campings		Apartamentos		Otros alojamientos turísticos		Restaurantes		TOTAL	
	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas	Nº	plazas
Sarratella							1	6	6	6	37		7	43
Sierra Engarceran							1	6	23	176		9	24	191
Sueras	1	18											1	18
Tales												1	0	1
Toga													0	0
Torraba del Pinar													0	0
Torre d'en Besora									13	120			13	120
Torre d'en Domencéh									2	20			2	20
Torreblanca			4	96	1	939	59	295				28	64	1.358
Torrechiva												4	0	4
Usora							4	18	8	76		5	12	99
Vall d'Alba	2	50							7	70		13	9	133
Vall d'Uixo	1	92										56	1	148
Vallat													0	0
Vilañanes	2	34							3	27		11	5	72
Vilanova d'Alcolea													0	0
Vilar de Canes													0	0
Vila-real	2	213	2	47			3	12	2	50		96	9	418
Vilavella													0	0
Vilafranca del Cid	2	98			1	204	6	30	11	131		7	20	470
Vilahermosa del Río	1	16	2	47					10	145		3	13	211
Vilamalur							7	28	1	10			8	38
Vistabella del Maestrazgo							3	17	9	67		6	12	90
Zucaina													0	0
TOTAL	85	10.753	29	1.031	21	10.692	3.415	16.620	205	2.028	1.345	3.755	42.469	

Fuente: Oferta turística Municipal y Comarcal. Agència Valenciana de Turisme 2011

TABLA 18:
Gasto en bienes de consumo realizado por los establecimientos hosteleros del Area Comercial Castelló 2012. Euros.

Elaboración propia a partir de los datos de oferta turística municipal de Agencia Valenciana del Turismo, 2011

	HOTELES		HOSTALES		RESTAURANTES		CAMPINGS		TOTALES		GASTO HOSTELERO COMPRA A DETALLISTAS
	nº	plz	nº	plz	nº	plz	nº	plz	nº	plz	
Area Comercial Castelló	85	10.753	29	1.031	2.028	131.820	21	10.692	2.163	154.296	30.529.006,56

TABLA 19:
Gasto turístico.

	Gasto turístico atraído (alojamientos hosteleros)	Gasto turístico atraído (2ª residencia)	Saldo neto del Gasto Turístico
Bienes diarios	10.158.783	47.440.394	57.599.177
Equipamiento personal	9.624.110	11.860.099	21.484.208
Equipamiento del hogar	3.609.041	3.953.366	7.562.407
Otros Productos	10.025.114	15.813.465	25.838.579
TOTAL	33.417.048	79.067.324	112.484.372

Elaboración Oficina Pateco 2012.

I-01-05. Síntesis de datos sobre el Área Comercial de Castelló.

La ciudad de Castello de la Plana es la cabecera comercial del área comercial Integrada por 71 municipios donde viven 485.700 habitantes⁹. La cabecera del área integra el 37% de la población del área comercial.

Además de la cabecera de área, ciudad de marcado carácter terciaria, el área cuenta con otras importantes poblaciones como Vila-real, Onda, Alcora o Nules donde su desarrollo industrial, especialmente el cerámico, han incidido en su desarrollo poblacional.

El gasto en bienes de comercio generado por los residentes del área se estima es 1.477 millones de euros.

El gasto realizado por los turistas en el comercio minoristas se sitúa en 112 millones de euros. El 70,3% de este gasto lo realizan los turistas alojados en segunda residencia.

Las compras que los establecimientos hoteleros realizan en el comercio minorista del área supone 30 millones de euros.

El área comercial cuenta con más de 20.000 actividades económicas, de las cuales 8.203 son actividades comerciales minoristas. Estas actividades se desarrollan en 7.389 establecimientos comerciales minoristas y 743.572 metros cuadrados de superficie de venta. Castelló de la Plana y Vila-real son las dos ciudades más comerciales del área.

⁹ Fuente: Padrón Municipal de Habitantes actualizado a 2011. Instituto Nacional de Estadística.

I-02. La dinámica comercial de la ciudad.

- ♦ **La oferta comercial de la ciudad se ha diversificado.**

Cuando se realizó el anterior PAC Castelló en el año 2001, la ciudad contaba con 2.221 establecimientos comerciales y una superficie comercial de 183.042 metros cuadrados. En la actualidad el número de establecimientos comerciales es de 2.193, es decir, cuenta con un tejido comercial similar en términos cuantitativos.

Sin embargo, la superficie de venta ha experimentado un incremento del 88% ya que la oferta comercial se ha diversificado, tanto en formatos comerciales como en cuanto a las pautas de localización. Tradicionalmente la oferta comercial se concentraba en el centro urbano y actualmente se distribuye entre el centro de la ciudad y fundamentalmente la zona Oeste.

El tejido comercial se ha diversificado durante la década 2001-2012, debido a la ampliación del Centro Comercial La Salera, antiguo Hipermercado Alcampo, ampliación que tuvo lugar en el año 2006, con un área de influencia de carácter supramunicipal, que ha tenido incidencia sobre la ciudad y los municipios de su entorno. El crecimiento de la superficie comercial se ha producido, principalmente, por la ampliación de este nuevo equipamiento comercial, que ha supuesto la incorporación de más de 68.000 metros cuadrados de SBA en 143 negocios, de los cuales la mayoría son comercios de equipamiento personal.

También se implantó, en el año 2003, el Centro de Ocio Puerta Azahar de 17.000 metros cuadrados de Superficie Bruta Alquilable¹⁰, aunque con poca repercusión comercial. Destaca también en el núcleo urbano la apertura de un gran almacén perteneciente a la enseña El Corte Inglés, en el antiguo bulevard ferroviario..

Por último, la incorporación de nuevos equipamientos de moda y complementos para la persona y otros productos diversos, mayoritariamente a través de cadenas sucursalistas y franquicias, ha diversificado la oferta del centro de la ciudad..

¹⁰ La Superficie Bruta Alquilable (SBA) incluye superficie de ventas, almacenes, oficinas y locales técnico privativos. No incluye Mall, aparcamiento, patios de carga/descarga ni zonas comunes.

frutaQueen
la reina de la fruta

frutaQueen
la reina de la fruta

vensure
Alarma
por robo
de mercancías
Alarma y Pellos

CALIDAD REAL
A PRECIOS DE
ESCANDALO

CALIDAD REAL
A PRECIOS DE
ESCANDALO



- ♦ **A pesar del incremento de la competencia comercial, Castelló ha mantenido su capacidad de retener y atraer gasto.**

La ciudad de Valencia y su área metropolitana ha aumentado su dotación comercial en los últimos años, contribuyendo este incremento a mantener la centralidad comercial que ejerce como capital de provincia. Esta ciudad viene ejerciendo un nivel de competencia comercial sobre el comercio de Castelló de la Plana que no ha variado sustancialmente en los últimos años, por lo que no se detecta una intensificación de la competencia clara en este sentido.

La apertura de nuevos equipamientos comerciales en el municipio ha reforzado la centralidad de Castelló de la Plana entre los municipios de su área comercial contribuyendo a posicionar el municipio como centro comercial consolidado del entorno territorial.

A la anterior expansión se añade, por un lado la consolidación de la Ciudad del Transporte, considerada como un espacio de desarrollo por su concentración de actividad terciaria y empresarial que actúa como vector del crecimiento económico de la ciudad. Este parque de medianas y grandes superficies especializadas cuenta con excelentes comunicaciones entre Castelló y el triángulo azulejero y se ha consolidado como un núcleo generador de riqueza para la ciudad porque ha superado el concepto tradicional de polígono industrial.

Esta nueva concentración ha contribuido a generar mayor atractivo para los residentes de otros municipios próximos, aunque también ha incidido en la aparición de un nuevo polo comercial periférico, que compite con el centro comercial tradicional.

- ♦ **Freno del consumo como consecuencias de la coyuntura económica desfavorable.**

Desde el comienzo de la crisis económica en el año 2007 la tasa de paro se ha incrementado en 15,73 puntos porcentuales en la Comunitat Valenciana.

En Castelló de la Plana el porcentaje de paro está en torno al 16%¹¹. A nivel general, esta coyuntura económica está minando la confianza de los consumidores contrayendo el gasto en productos y bienes de consumo.

11 Datos Económicos y Sociales. Ficha Municipal 2012- Caja España.

Esta menor propensión al consumo por parte de las familias ha incidido en las ventas del comercio minorista que se han visto reducidas.

Desde el año 2008 el gasto en bienes de comercio se ha contraído un 16%, y si en ese año un castellonense medio destinaba a compras 3.881 euros al año, en el 2012 esa cifra se sitúa en 3.257 euros. De media, los comerciantes de la ciudad opinan que sus ventas se han reducido un 40% en este periodo.

Esta reducción de las ventas ha ocasionado el cierre del 12,3% de comercios castellonenses, lo que se traduce en la pérdida de más de 300 comercios y 850 empleos directos en el comercio minorista desde el inicio de la crisis.

Al anterior se suman equipamientos culturales que también suponen un atractivo añadido para potenciar la centralidad del municipio como ciudad de entretenimiento y de ocio, además de compras. Entre otros, destaca el Teatre Principal, El Auditori o Palau de Congressos de Castelló, el Museu de Belles Arts de Castelló, El Espai d'Art Contemporani de Castelló, el Museu de la Mar, etc.

- ♦ **El Centre conserva su identidad como centro comercial urbano.**

El centro urbano de Castelló de la Plana ha experimentado durante los últimos años un proceso de renovación urbanística, con mejora y adecuación de las calles más comerciales, convirtiéndolo en un espacio cómodo para el transeúnte que, según la percepción de los consumidores, ha repercutido en la mejora de la zona y en el aumento de su atractivo.

A esta situación se añade al hecho de que el centro urbano cuenta un comercio tradicional de gran calidad y con presencia de marcas reconocidas.

El centro urbano de la ciudad cuenta con 821 establecimientos comerciales minoristas que ocupan una superficie de venta de 77.817 m².

Pese a la crisis económica, la dotación comercial se ha mantenido en los mismos niveles que en el año 2000.

El impacto de la crisis económica y financiera actual es visible en el cierre de algunos negocios en el centro urbano. En este sentido, se han censado en torno a 416 locales comerciales vacíos en el centro del municipio.

Estos aspectos junto con la competencia que ejercen otras zonas comerciales emergentes del municipio, fundamentalmente el entorno del Centro Comercial La Salera, han restado capacidad de atracción a esta zona del municipio.

Por otra parte, se han impulsado distintas campañas de promoción y animación comercial por parte del Ayuntamiento y el comercio local dirigidas a la fidelización de los consumidores residentes y la atracción de nuevos clientes al comercio de la ciudad.

- ♦ **Aumento de la funcionalidad de algunas locomotoras comerciales tradicionales del centro urbano.**

Algunas locomotoras comerciales tradicionales como es el Mercado Central, el Mercado de San Antonio y el mercadillo de los lunes, han experimentado una sensible mejora de su actividad y están realizando acciones de dinamización para adaptarse a las necesidades del nuevo consumidor, por lo que van manteniendo o incluso aumentando progresivamente cuota de mercado y atractivo.

- ♦ **Atomización del tejido asociativo y falta de profesionalización.**

El tejido asociativo de Castelló de la Plana está dividido y disperso, existiendo más de cuatro asociaciones comerciales en el centro urbano de la ciudad. Esta situación dificulta la profesionalización del sector y la unificación de criterios de actuación, mermando su capacidad de representar y profesionalizar al sector por la dispersión de los escasos recursos existentes y la confrontación de intereses.

TABLA 20:
Tabla resumen:
Caracterización del
comercio de Castelló
de la Plana.
2012

	2.193 establecimientos comerciales minoristas que ocupan 344.836 m ² de superficie de venta.			
	1.- En la Zona Centro se concentra el 14,9% de la oferta comercial y el 7,9% de la superficie de venta.			
	2.- En la Zona Centro Histórico se concentra el 22,5% de la oferta comercial y el 14,6% de la superficie de venta.			
	3.- En la Zona Este se concentra el 6,7% de la oferta comercial y el 5,4% de la superficie de venta.			
	4.- La Zona del Grao alberga el 5,4% de la oferta comercial y el 3,8% de la superficie de venta.			
	5.- La Zona Norte alberga el 7,7% de la oferta comercial y el 7,0% de la superficie de venta.			
	6.- La Zona Oeste alberga el 18,2% de la oferta comercial y el 34,3% de la superficie de venta.			
	7.- La Zona Sur alberga el 24,7% de la oferta comercial y el 27,1% de la superficie de venta.			
	Indicadores comerciales comparados:	Castelló de la Plana	Área Comercial de Castelló	Comunitat Valenciana
Oferta comercial	Índice de Dotación Comercial (IDC):	12,2	15,1	13,4
	Índice de Superficie Comercial (ISC) (m ²):	1.915	1.530	1.396
	Tamaño medio de los establecimientos comerciales (m ²):	157	101	105
	Perfil del comerciante:			
	<ul style="list-style-type: none"> ♦ La antigüedad media del comercio es de 18 años ♦ La edad media del comerciante es de 46 años. ♦ El 54% de los comercios está en régimen de alquiler ♦ El 67,8% no ha realizado reformas desde hace tres o más años. ♦ El 65% de los comerciantes sólo abre los sábados por la mañana ♦ Ocho de cada diez comerciantes tienen expectativas de seguir en las mismas condiciones en los próximos años. 			
Demanda comercial	♦ Población: 180.114 habitantes.			
	♦ Gasto realizado por los residentes en el comercio minorista: 586,6 millones euros (2012).			
	♦ Gasto per cápita: 3.257 euros. (2012)			
	♦ Gasto atraído por el comercio de Castelló de la Plana: 212 millones de euros.			
	♦ Procede, principalmente, de Vila-real, Almassora, Benicàssim, Oropesa y Borriana.			
	♦ Gasto comercializado: 812 millones de euros. (2012)			
	♦ Volumen de ventas media por establecimiento: 370.430 Euros (2012), lo que supone 2.356 euros por metro cuadrado de superficie de venta.			
<i>Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo realizado para el Plan de Acción Comercial de Castelló de la Plana. 2012</i>				

I-02-01. La dinamización comercial de Castelló de la Plana. Balance de actuaciones 2001-2012.

El PAC Castelló 2001 realizó un diagnóstico de la situación del comercio local y estableció un conjunto de líneas estratégicas y propuestas específicas de actuación. Durante los últimos años se han acometido varias acciones recogidas en el PAC, así como otras en la línea de los objetivos marcados. Se han implementado tanto intervenciones en el ámbito del urbanismo comercial como actuaciones dirigidas a la promoción y dinamización del comercio.

I-02-01-01. Balance de las principales actuaciones desarrolladas en Castelló de la Plana.

a) Actuaciones de Urbanismo comercial.

A lo largo de este periodo se han ejecutado actuaciones específicas de microubanismo comercial muchos ejes comerciales de Castelló cuyo objetivo ha sido mejorar las bandas peatonales, reservar más aparcamientos para motos y bicicletas, renovar rótulos y cartelería comercial, imponer reserva de aparcamientos, zona azul, carga y descarga, papeleras, iluminación, etc.: Calle Mayor, Plaza Mayor, Plaza Pescaderías, Plaza Santa Clara, José García, Calle En medio, Calle Alloza, Avenida Rey Don Jaime, Pérez Galdós, San Vicente, Calle Trinidad, Calle Magdalena, Ronda Mijares, Colón y Avenida Valencia, entre otros.

Una activa política de mejora del espacio urbano por parte del Ayuntamiento ha supuesto la mejora de las condiciones de accesibilidad en un buen número de calles y espacios urbanos. Por medio del Plan de Inversión Castelló Activa, en el año 2009 se llevó a cabo la repavimentación de unas noventa calles, así como el achafanamiento de bordillos en las intersecciones de más de sesenta calles. Otras obras a destacar dentro de este Plan fueron la remodelación de diferentes tramos de las avenidas Dr. Clará, Alcora, Gran Vía Tárrega Monteblanco, etc.

Como conclusión, un 44 % de los ejes analizados, y sobre los que se hacía alguna propuesta de intervención en el PAC anterior, han sido totalmente reurbanizados, coincidiendo con aquellos ejes comerciales de mayor entidad. Un 23 % de ellos han sido reurbanizados parcialmente o bien se ha desarrollado sólo parte de la intervención propuesta y un 33% todavía queda pendiente.

b) Actuaciones de dinamización comercial.

Las actuaciones en materia de comercio son difíciles de evaluar en cuanto al grado de cumplimiento del objetivo establecido. No obstante durante el período transcurrido desde la finalización del primer plan de acción comercial se han desarrollado todas las líneas de actuación propuestas.

En el Plan de Acción Comercial de 2000 se trazaron tres grandes líneas de actuación:

1. Plan de dinamización comercial.

- 1.1. Campañas de concienciación asociativa.
- 1.2. Campaña informativa de remodelación y mejora de los establecimientos comerciales.

2. Plan de promoción y comunicación comercial.

Entre otras cosas se propusieron:

- Guía Comercial y de Servicios de Castelló
- Desarrollo de acciones de comunicación y promoción comercial
- Mejora de la señalización turístico-comercial
- Mercadillo del Lunes: recinto ferial.
- Implantación de un Centro Comercial Abierto.

3. Plan de formación y profesionalización.

El nivel de ejecución de las actuaciones en materia de comercio puede considerarse óptimo o avanzado teniendo en cuenta el gran esfuerzo realizado desde el Ayuntamiento no solamente para promocionar el comercio castellonense y convertirlo en un referente de ciudad comercial, sino también por disponer de un centro comercial urbano profesionalizado a través de la implantación de un Centro Comercial Abierto. Asimismo cabe destacar la construcción del recinto ferial que semanalmente alberga el mercadillo de los lunes desde octubre de 2008.

Entre las prioridades del Plan de 2000 se encontraba la modernización del comercio tradicional del Centro Histórico, verdadero corazón económico de la ciudad, así como la adecuación de los principales ejes comerciales del Centro urbano, mediante actuaciones de urbanismo comercial, mejoras en los espacios públicos, peatonalizaciones o reurbanización de calles y nuevas dotaciones en alumbrado público y mobiliario urbano.

En este sentido, en el año 2012 la ciudad cuenta con un centro urbano comercial diferenciado, que ha experimentado durante los últimos años un importante proceso de renovación urbanística, con mejora y adecuación de las calles más comerciales y entorno, convirtiéndolo en un espacio peatonal cómodo para el transeúnte que, según la percepción de los consumidores, ha repercutido en la mejora de la zona y en el aumento de su atractivo. A esta actuación se añade al hecho de que el centro urbano cuenta un comercio tradicional de gran calidad y con presencia de marcas reconocidas.

A lo anterior se suma una actitud de apoyo a las iniciativas de promoción y dinamización comercial surgidas por los comerciantes y la puesta en marcha de acciones de animación de zonas urbanas para incrementar el flujo de potenciales compradores.

También era prioritaria en el año 2000 la revitalización comercial del Oeste de la ciudad. El aumento de oferta comercial ha sido notable en esta zona de la ciudad, produciéndose una diversificación de la oferta comercial que entonces estaba concentrada mayoritariamente en el centro urbano.

Además en esta zona de la ciudad se han incorporado nuevos equipamientos comerciales con un área de influencia de carácter supramunicipal: El Corte Inglés, el Parque Comercial de la Ciudad del Transporte y la ampliación del hipermercado Alcampo en el año 2005, actualmente denominado Centro Comercial La Salera. Precisamente, la incorporación de nuevos equipamientos de moda y complementos para la persona, principalmente cadenas sucursalistas y franquicias, ha potenciado la centralidad comercial de Castelló de la Plana, favoreciendo la atracción de gasto de residentes del entorno.

Tanto por iniciativa del Ayuntamiento de Castelló como por iniciativa de las asociaciones de comerciantes se ha trabajado en la dinamización comercial y la animación en las calles comerciales. Tal como se apuntaba en el Plan de Acción anterior. No obstante, cabe incidir en estas campañas para convertir a Castelló en una ciudad comercial de referencia.





Campana de sensibilización de uso del parking. Tratando de crear facilidades a los clientes.



Campanas de fomento de las compras en el Arco Urbano Comercial en los Distritos Centro y Marítimo. Mediante la entrega de cupones de premio.



Campanas de potenciación de la compra en Mercados Municipales



Apuesta por la profesionalización del sector. Jornadas formativas: Comercio e Innovación



Celebración de Ferias temáticas sobre el comercio.



Campañas de apoyo al pequeño comercio y de sensibilización hacia el consumidor para potenciar la compra en el comercio local.



Puesta en marcha de una web específica para el comercio www.portaldelcomerciante.com en el marco de la RED AFIC de la Conselleria de Industria y Comercio de la Comunitat Valenciana.

I-02-01-02. Retos pendientes.

En relación con los aspectos que en 2001 se contemplaban como condicionantes del desarrollo de Castelló de la Plana como ciudad comercial y de servicios, todavía se contemplan algunos retos pendientes. Entre otros, se debe seguir avanzando en la red de comunicaciones del municipio que, si bien ha mejorado en los últimos años, no se ha consolidado y no se corresponde con el carácter el tamaño población y el papel de capital de provincia de Castelló.

Por otra parte, la atracción turística de Castelló de la Plana no se ha potenciado lo suficiente, pese a la proximidad con Valencia que es la tercera ciudad en importancia de España, y las ciudades turísticas de Benicassim, Oropesa del Mar, etc.

Además de estos aspectos, se detectan algunas oportunidades de futuro para el comercio local:

- ♦ Recualificación comercial del centro urbano, que necesita un nuevo impulso y orientación en su estrategia de gestión urbano-comercial.
- ♦ Buscar las sinergias entre comercio-turismo-gastronomía mediante la cooperación de las distintas asociaciones de empresarios del municipio.
- ♦ Reforzar la imagen de Castelló de la Plana como destino comercial en su contexto próximo ante el previsible incremento de la competencia comercial.
- ♦ Modernización y profesionalización de gran parte del tejido comercial.
- ♦ Refuerzo del tejido asociativo local.