

## Índice de contenidos.

<b>¿Qué es un Plan de Acción Comercial?</b>	<b>1</b>
01.01 ¿Qué es un Plan de Acción Comercial?	1
01.02 Las áreas comerciales de la Comunitat Valenciana y los principios básicos de la ordenación comercial.	5
01.03 Objetivos específicos del Plan de Acción Comercial de Almoradí.	11
01.04 La ejecución del Plan de Acción Comercial.	13
1.4.1 Mecanismos para la ejecución del Plan.	13
<b>La dinámica económica y territorial.</b>	<b>17</b>
02.01 Almoradí en el Area Comercial Vega Baja.	17
02.02 Aspectos clave del desarrollo comercial de Almoradí.	
<b>La estructura comercial.</b>	<b>37</b>
03.01 Introducción.	37
03.02 La estructura comercial minorista en Almoradí.	39
03.03 Principales formatos comerciales.	53
03.03.01 Establecimientos de libre servicio.	53
03.03.02 Medianas y grandes superficies especializadas.	54
03.03.03 El mercado ambulante en Almoradí.	55
03.04 Caracterización de la actividad comercial de Almoradí.	59
03.04.01. Perfil del empresario comerciante de Almoradí	60
03.04.02 Características del establecimiento comercial.	61
03.04.03 Nivel de profesionalización del comercio de Almoradí	64
03.05 Caracterización del comercio minorista según su localización.	67
03.05.01 El comercio urbano de Almoradí.	67
03.05.02. El comercio de los ejes periféricos: Avenida Príncipe de España y Carretera Almoradí-Dolores.	71
03.04.05 Valoración del comercio de Almoradí por el consumidor.	72
<b>La demanda comercial de Almoradí.</b>	<b>73</b>
04.01 Diagnóstico sociodemográfico: principales características de los consumidores de Almoradí.	73
04.02 Cuantificación del gasto que realizan los consumidores de Almoradí.	97
04.03 Los hábitos de compra y la opinión de los consumidores.	103
04.03.01 Caracterización de los consumidores de Almoradí. Hábitos y perfiles de compra.	103
04.03.02 La opinión de los consumidores de Almoradí.	126
<b>Las zonas comerciales</b>	<b>133</b>
05.01 Descripción del entorno urbano.	133
05.02 Análisis cualitativo del espacio urbano.	135
05.02.01. Indicadores relacionados con la protección.	136
05.02.02. Indicadores relacionados con el confort.	137
05.02.03. Indicadores relacionados con el disfrute.	139

05.03 Los espacios del comercio. Las zonas y ejes comerciales.	141
05.03.01. El entorno de la Plaza de la Constitución.	141
05.03.02. Los ejes de acceso al casco urbano.	144
05.04 Análisis DAFO desde el punto de vista del urbanismo comercial.	147
<b>Diagnóstico comercial</b>	<b>149</b>
06.01 Conclusiones del análisis sociodemográfico.	149
06.02 Conclusiones del análisis comercial.	151
06.03 Conclusiones del análisis del consumidor en Almoradí.	153
06.04 Nivel de adecuación de la oferta a la demanda comercial.	155
06.05 Conclusiones sobre el espacio público urbano.	159
06.06 Conclusiones DAFO de Almoradí.	161
<b>Propuestas de actuación</b>	<b>163</b>
07.01 Orientaciones generales y buenas prácticas para la dinamización comercial.	163
07.02 Propuestas generales de actuación.	171
07.02.01. Modernización de equipamientos comerciales.	171
07.02.02. Tratamiento urbanístico de la actividad comercial.	181
07.02.03. Movilidad urbana y comercio de proximidad.	184
07.02.04. Recualificación urbana de las zonas comerciales.	208
07.03 Propuestas de actuación.	221
07.04 Propuestas de actuación.	221
07.05 Programa temporal y estimación presupuestaria.	293
05.07.01. Priorización y programación de las actuaciones.	293
05.07.02. Puesta en marcha temporal y validación de las propuestas mediante la participación pública.	295
05.07.03. Estimación presupuestaria.	297
<b>Encuesta a residentes.</b>	
<b>Planos y fichas de análisis urbano comercial</b>	