

Estudi per a la Dinamització Econòmica de Palau-solità i Plegamans

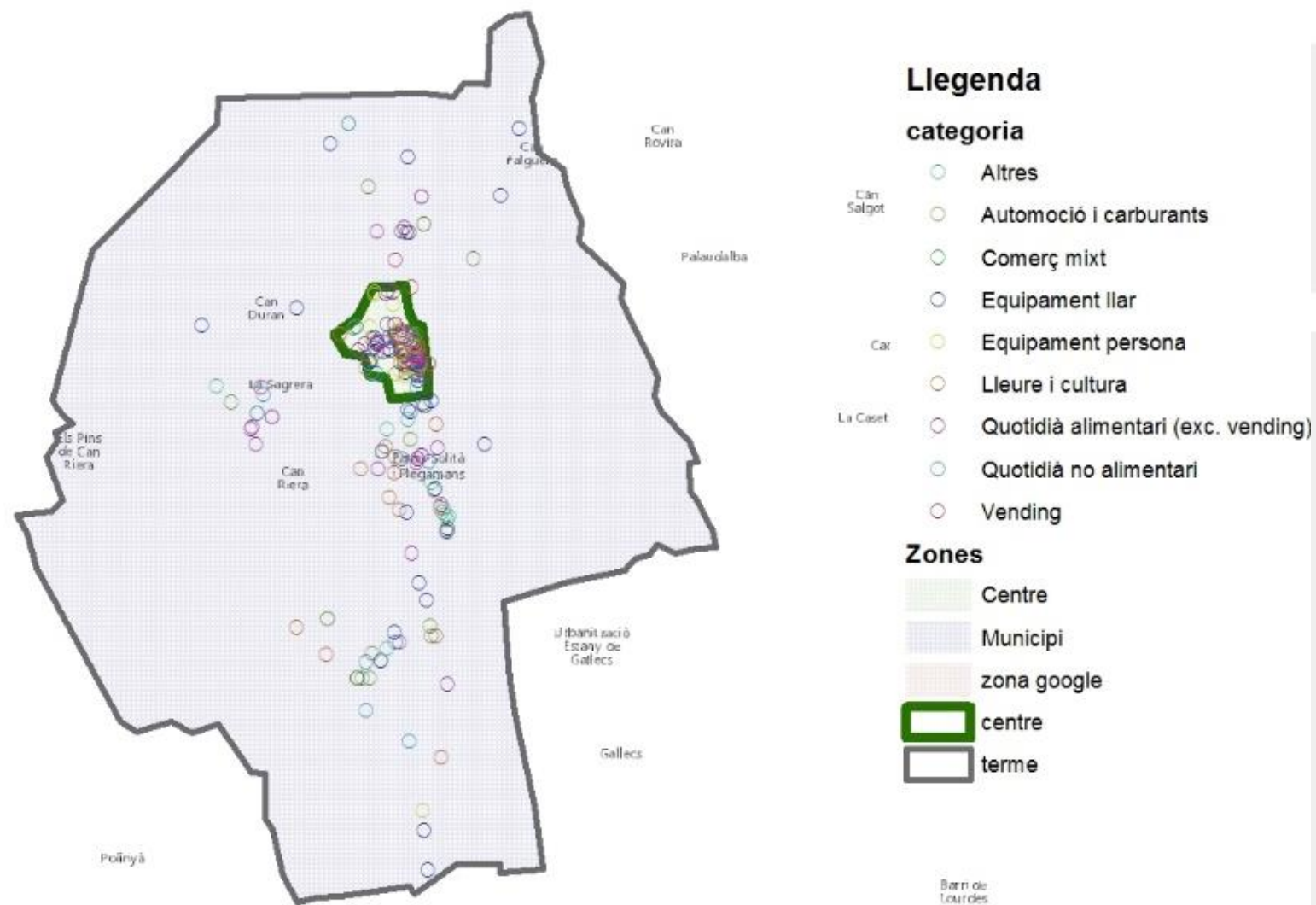
**Conclusions i propostes
Palau-solità i Plegamans, 1 de juny de 2017**



- 1. ÀMBIT D'ANÀLISI**
- 2. ANÀLISI DAFO**
- 3. CONCLUSIONS SESIONS DE TREBALL AMB EMPRESARIS**
- 4. PROPOSTES D'ACTUACIÓ**



1 Àmbit d'Anàlisi



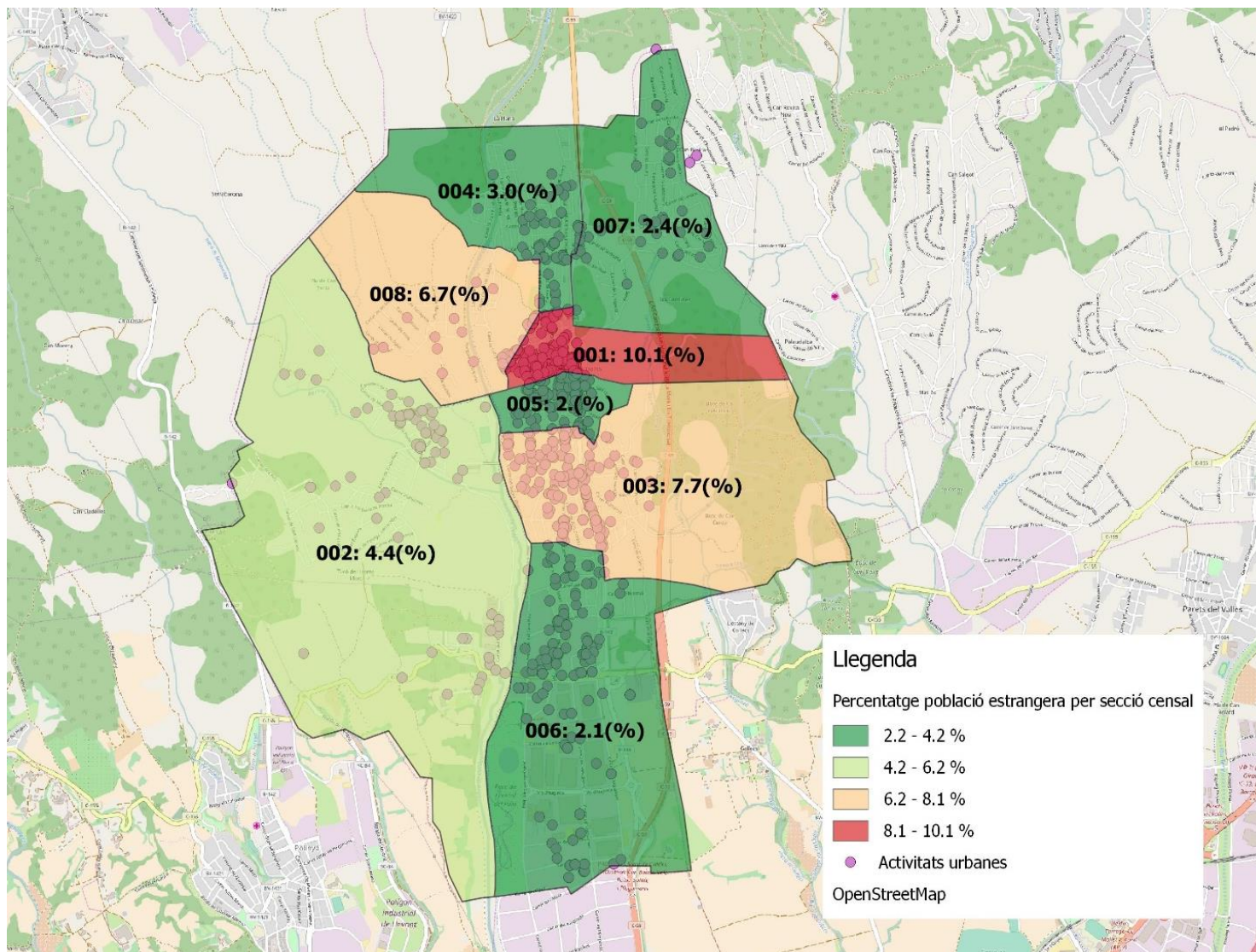
1



Demografia:	Demanda (hàbits i atractivitat mercat setmanal).	Oferta: activitats urbanes.	Oferta: evolució de les activitats urbanes	Oferta. Anàlisi qualitativa de l'oferta comercial
• Població jove amb capacitat de despesa. Mitjana d'edat de 40'26 anys, • Distribució força homogènia en les vuit seccions censals. • Població força homogènia. La població d'origen estranger suposa un 4.8% del total .	• Valoració positiva de l'estructura comercial per part del ciutadà • Establiments moderns i còmodes • Servei d'atenció (amabilitat, professionalitat, coneixement del català, horari d'obertura). • Mercat setmanal: pol d'atracció bàsic els dissabtes. • Un 37% dels compradors del mercat setmanal són de fora • Despesa mitjana de 30€. • Un 85% compren fruita i verdures, un 47% equipament de la persona • Augment de l'autocontenció en la compra productes no quotidians	• Dotació comercial per sobre de la mitjana per a poblacions de mida semblant • La dotació comercial d'atracció (oferta de productes no quotidians) de Palau-solità i Plegamans està per sobre de la mitjana en poblacions entre 10000 i 20000 habitants. • Dotació comercial per sobre de la mitjana dels municipis de la comarca i en línia de la dels pols d'atracció veïns	• Les activitats urbanes en el nucli urbà fan el paper d'activitat econòmica àncora, mantenint-se en temps de crisi, ajudant a mantenir l'ocupació. El número d'activitats total fins i tot ha recuperat els màxims d'abans de la crisi	• Bona imatge dels establiments • Tant la imatge interna com externa dels establiments comercials dona una valoració alta (1'7 sobre 2) Política comercial ben enfocada • Els diferents elements de la política comercial dels establiments desenvolupen una política comercial adient a la seva estratègia empresarial. • Gestió adequada de l'empresa i dels Recursos Humans

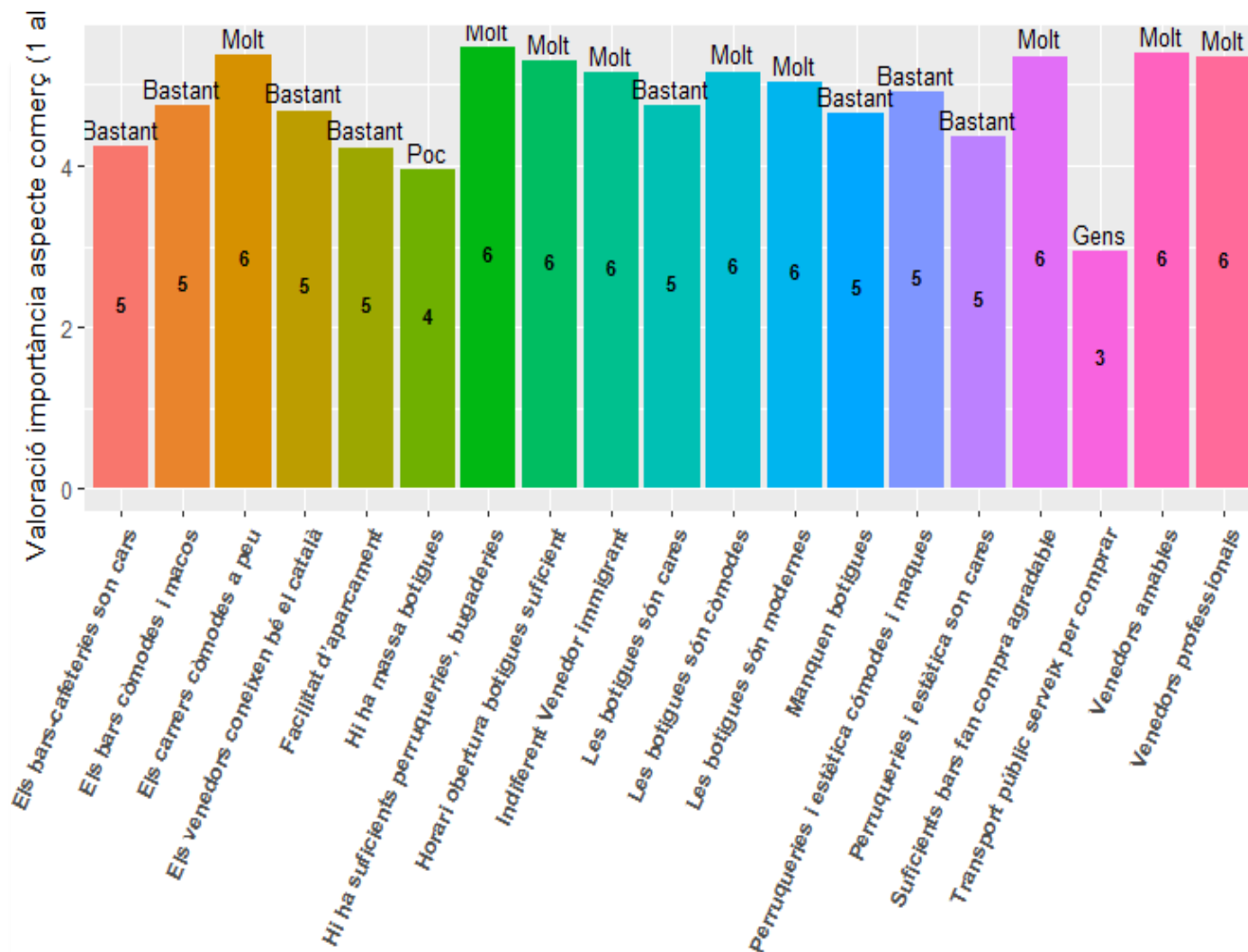
Demografia:

- Població jove amb capacitat de despesa. Mitjana d'edat de 40'26 anys,
- Distribució força homogènia en les vuit seccions censals.
- Població força homogènia. La població d'origen estranger suposa un 4.8% del total .



Demanda (hàbits i atractivitat mercat setmanal).

- Valoració positiva de l'estructura comercial per part del ciutadà
- Establiments moderns i còmodes
- Servei d'atenció (amabilitat, professionalitat, coneixement del català, horari d'obertura).
- Mercat setmanal: pol d'atracció bàsic els dissabtes.
- Un 37% dels compradors del mercat setmanal són de fora
- Un 85% compren fruita i verdures, un 47% equipament de la persona
- Augment de l'autocontenció en la compra productes no quotidians



Aspectes comercials de Palau-solità i Plegamans



Any 2000

Any 2007

Any 2016

Demanda (hàbits i atractivitat mercat setmanal).

- Valoració positiva de l'estructura comercial per part del ciutadà
- Establiments moderns i còmodes
- Servei d'atenció (amabilitat, professionalitat, coneixement del català, horari d'obertura).
- Mercat setmanal: pol d'atracció bàsic els dissabtes.
- Un 37% dels compradors del mercat setmanal són de fora
- Un 85% compren fruita i verdures, un 47% equipament de la persona
- Augment de l'autocontenció en la compra productes no quotidians

MASSA BOTIGUES
95%

TRACTE VENEDORS
CORRECTE 91'9%

HORARI AMPLI
83'9%

CARRERS
CÒMODES 75'8%

BOTIGUES
MODERNES 55'6%

Estadísticament també es pot afirmar que la mitjana de la valoració en 2016 és superior a la de 2007

MASSA BOTIGUES
96%

TRACTE VENEDORS
AMABLE 93'5%

TRACTE VENEDORS
PROFESSIONAL 90%

HORARI AMPLI 89'5%

BOTIGUES
MODERNES 76%

CARRERS CÒMODES
71%

FACILITAT
D'APARCAMENT
52'5%

MASSA BOTIGUES
83%

TRACTE VENEDORS
AMABLE 98%

TRACTE VENEDORS
PROFESSIONAL
97%

HORARI AMPLI
94%

BOTIGUES
MODERNES 83%

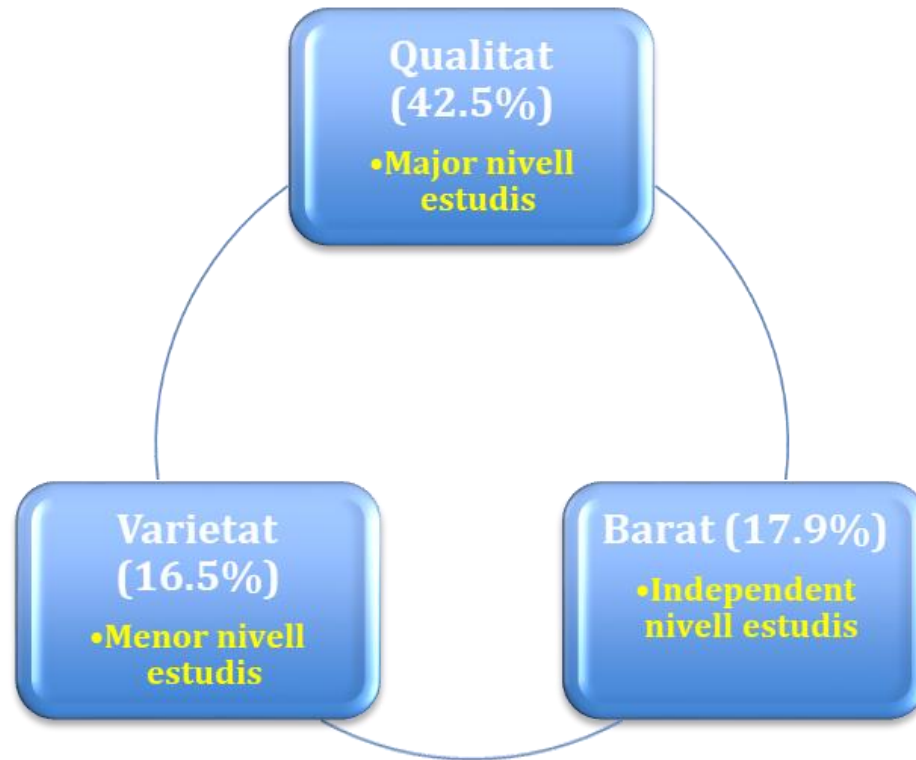
CARRERS
CÒMODES 90%

PROU BARS CAFES
COMPRA
AGRADABLE 96%



Demanda (hàbits i atractivitat mercat setmanal).

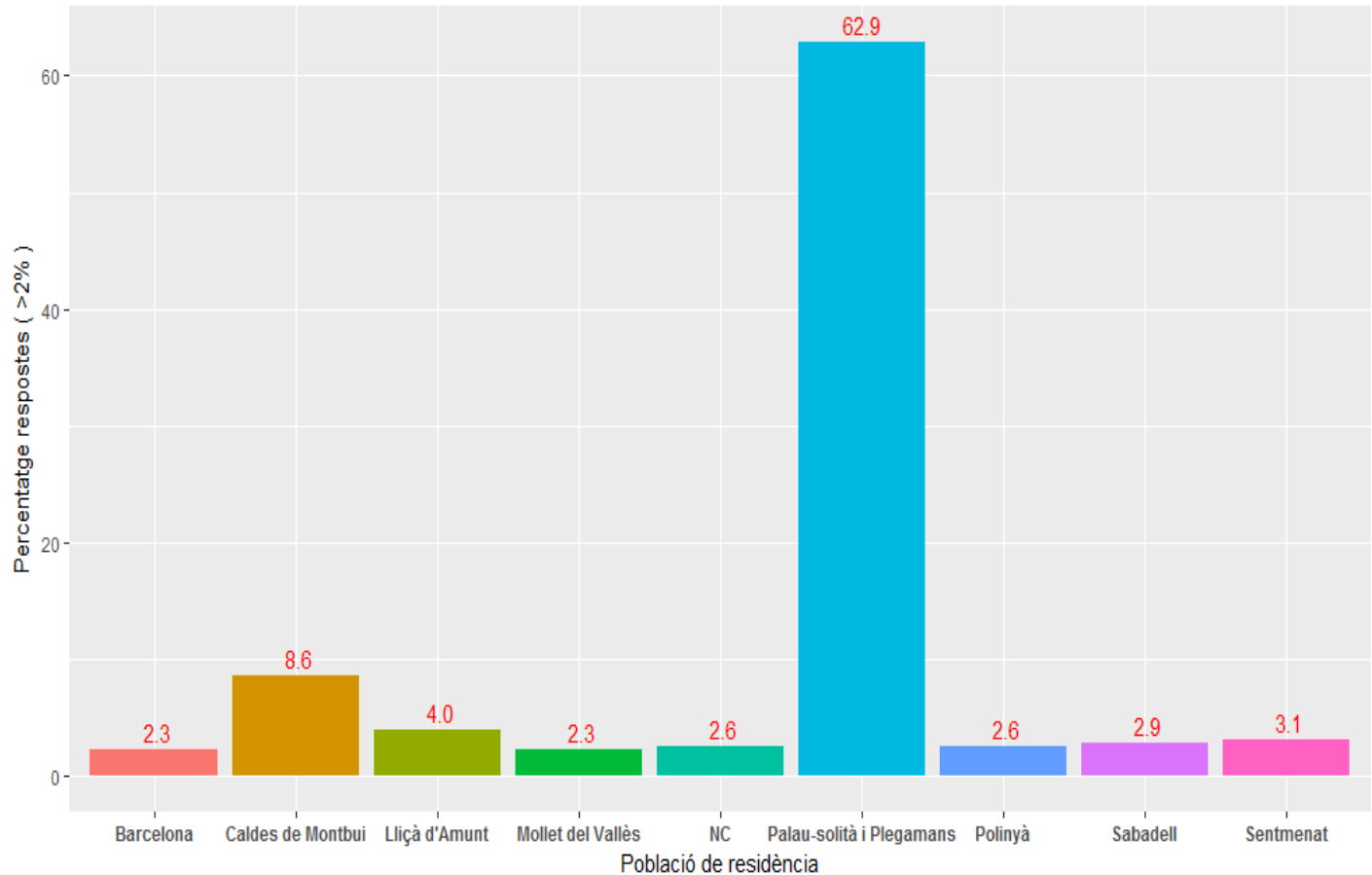
- Valoració positiva de l'estructura comercial per part del ciutadà
- Establiments moderns i còmodes
- Servei d'atenció (amabilitat, professionalitat, coneixement del català, horari d'obertura).
- Mercat setmanal: pol d'atracció bàsic els dissabtes.
- Un 37% dels compradors del mercat setmanal són de fora
- Un 85% compren fruita i verdures, un 47% equipament de la persona
- Augment de l'autocontenció en la compra productes no quotidians



Anàlisi de les característiques dels compradors en funció de l'aspecte més positiu del lloc on compren equipament de la persona.

Demanda (hàbits i atractivitat mercat setmanal).

- Valoració positiva de l'estructura comercial per part del ciutadà
- Establiments moderns i còmodes
- Servei d'atenció (amabilitat, professionalitat, coneixement del català, horari d'obertura).
- Mercat setmanal: pol d'atracció bàsic els dissabtes.
- Un 37% dels compradors del mercat setmanal són de fora
- Un 85% compren fruita i verdures, un 47% equipament de la persona
- Augment de l'autocontenció en la compra productes no quotidians



Demanda (hàbits i atractivitat mercat setmanal).

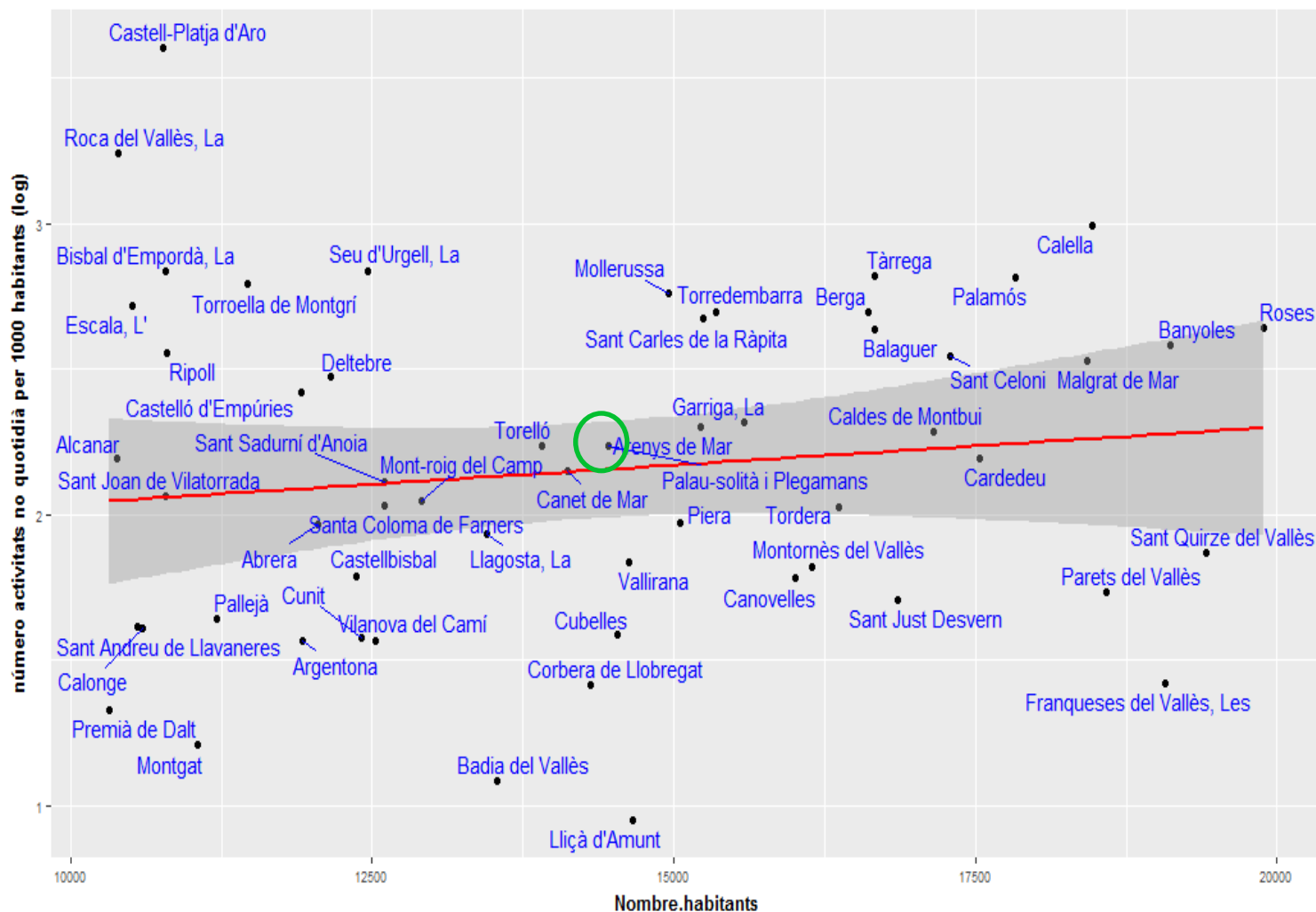
- Valoració positiva de l'estructura comercial per part del ciutadà
- Establiments moderns i còmodes
- Servei d'atenció (amabilitat, professionalitat, coneixement del català, horari d'obertura).
- Mercat setmanal: pol d'atracció bàsic els dissabtes.
- Un 37% dels compradors del mercat setmanal són de fora
- Un 85% compren fruita i verdures, un 47% equipament de la persona
- Augment de l'autocontenció en la compra productes no quotidians

Sector	Autocontenció 2016 %	Fugues altres ciutats (%) 2016	Autocontenció 2007 %	Fugues altres ciutats (%) 2007	Variació Fugues 2007- 2016
Alimentació fresca	94.8%	5.2%	93.5%	6.5%	-1.3%
Alimentació seca/quotidià no alimentari	93.5%	6.5%	93.8%	6.2%	0.3%
Equipament personal	33.4%	66.6%	35.7%	64.3%	2.3%
Equipament per la llar	28.5%	71.5%	14.7%	85.3%	-13.8%
Lleure i cultura	37.5%	62.5%	22.8%	77.2%	-14.7%

Oferta: activitats urbanes.

- Dotació comercial per sobre de la mitjana per a poblacions de mida semblant (poblacions entre 10000 i 20000 habitants).
- Dotació comercial per sobre de la mitjana dels municipis de la comarca i en línia de la dels pols d'atracció veïns

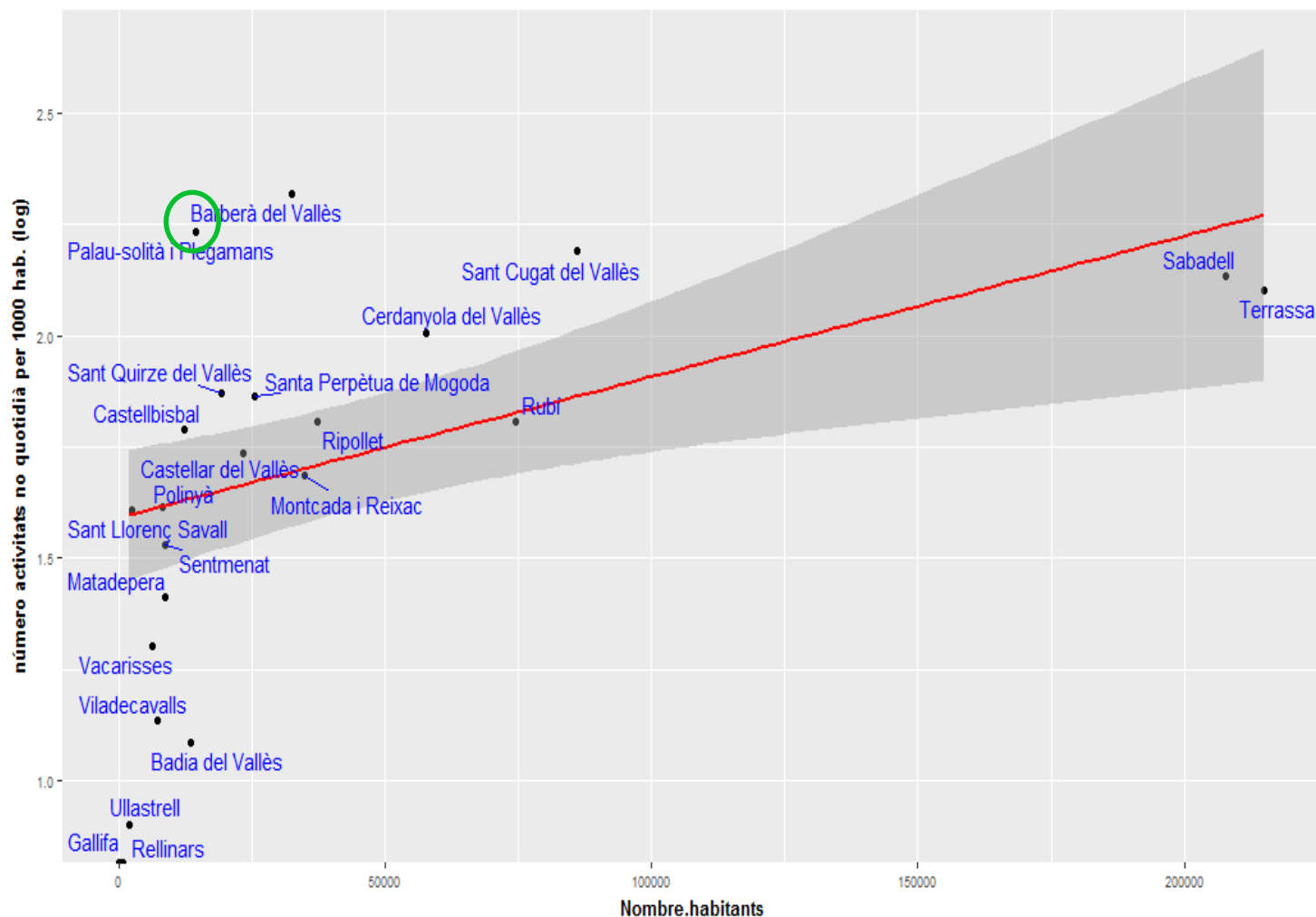
Dotació no quotidiana municipis entre 10000 i 20000 hab. CAT



Oferta: activitats urbanes.

- Dotació comercial per sobre de la mitjana per a poblacions de mida semblant (poblacions entre 10000 i 20000 habitants).
- Dotació comercial per sobre de la mitjana dels municipis de la comarca i en línia de la dels pols d'atracció veïns

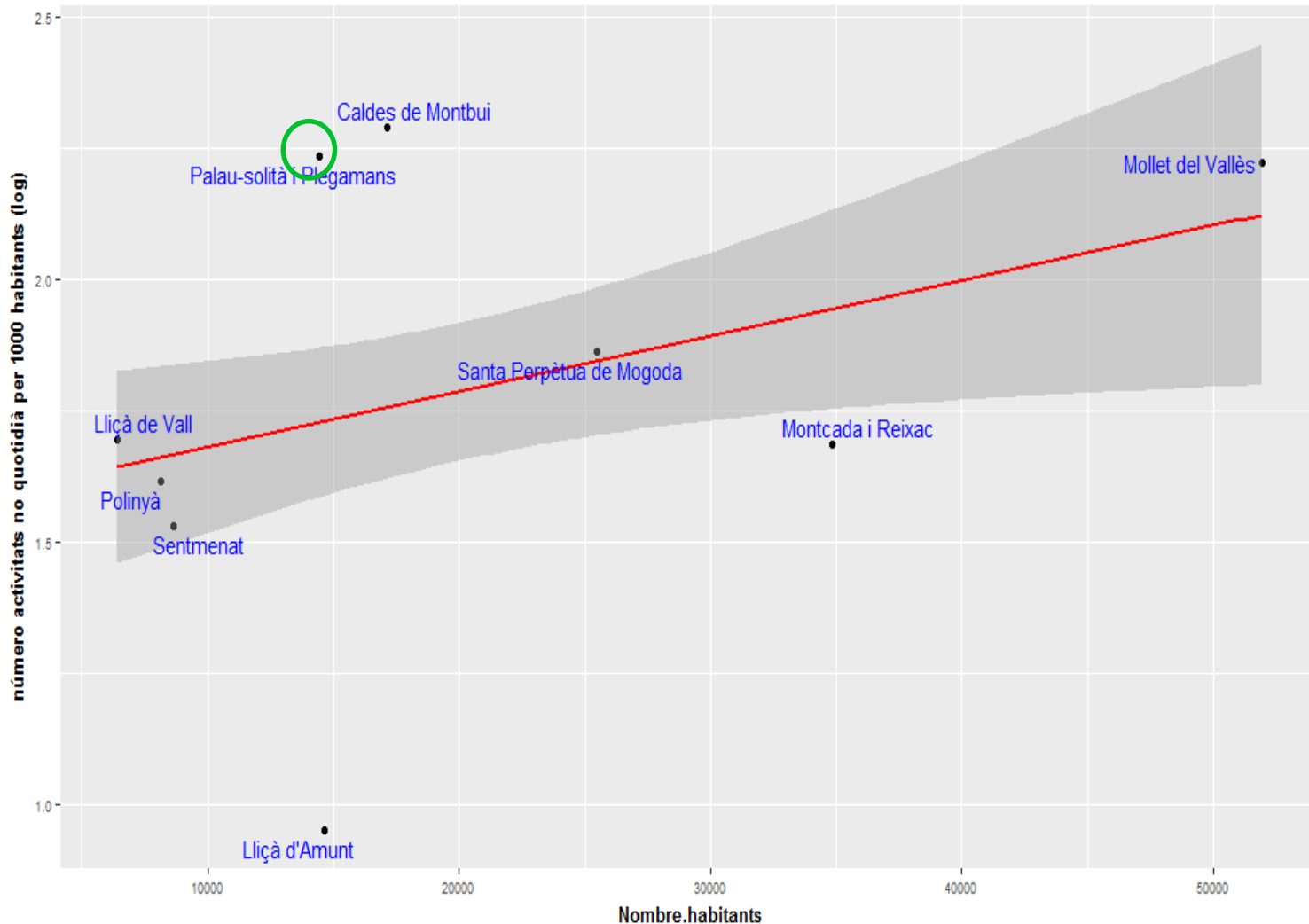
Dotació no quotidiana municipis Vallès Occidental



Oferta: activitats urbanes.

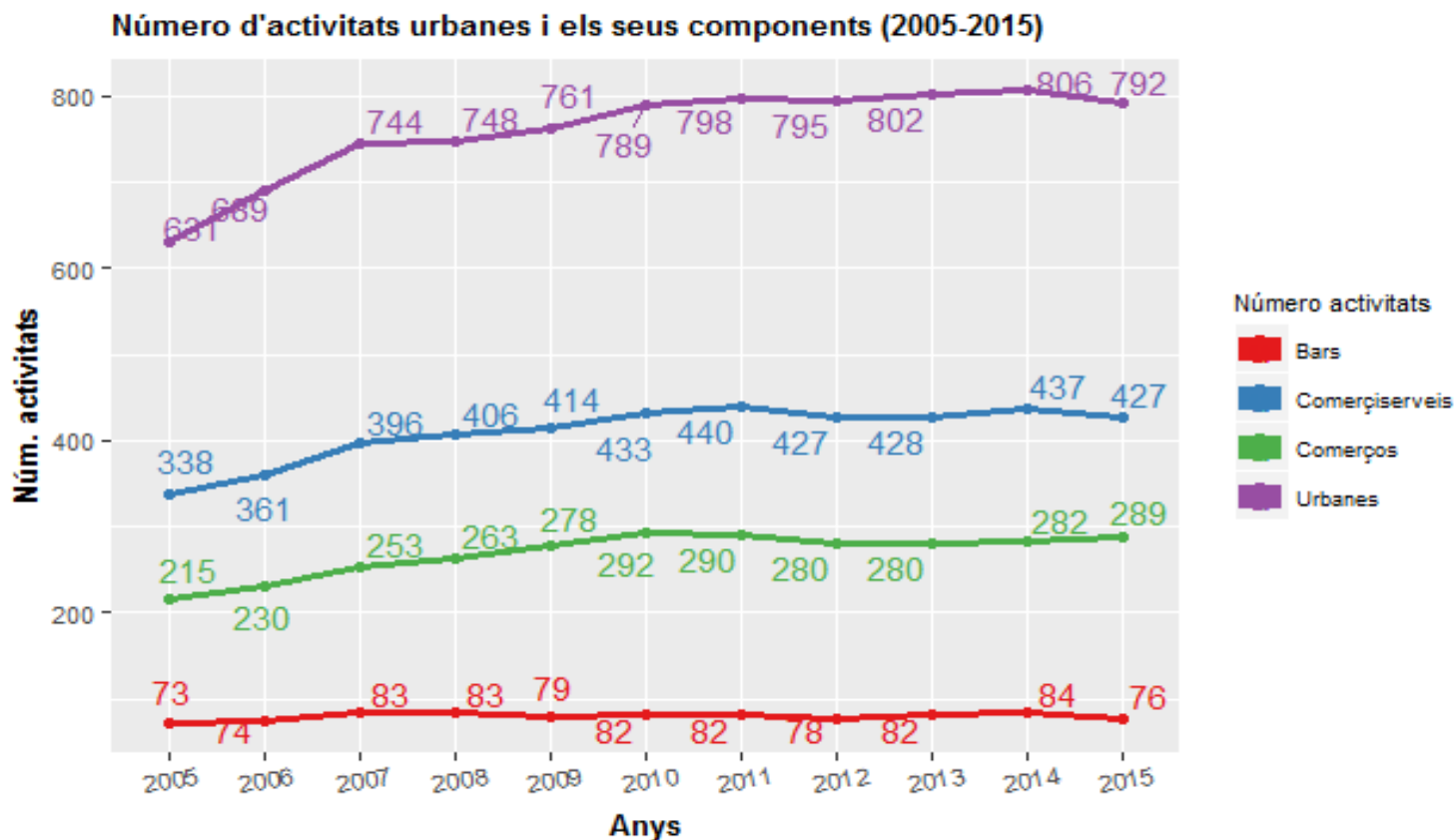
- Dotació comercial per sobre de la mitjana per a poblacions de mida semblant (poblacions entre 10000 i 20000 habitants).
- Dotació comercial per sobre de la mitjana dels municipis de la comarca i en línia de la dels pols d'atracció veïns

Dotació no quotidiana municipis limítrofes Palau



Oferta: evolució de les activitats urbanes

- Les activitats urbanes en el nucli urbà fan el paper d'activitat econòmica àncora, mantenint-se en temps de crisi, ajudant a mantenir l'ocupació. El número d'activitats total fins i tot ha recuperat els màxims d'abans de la crisi

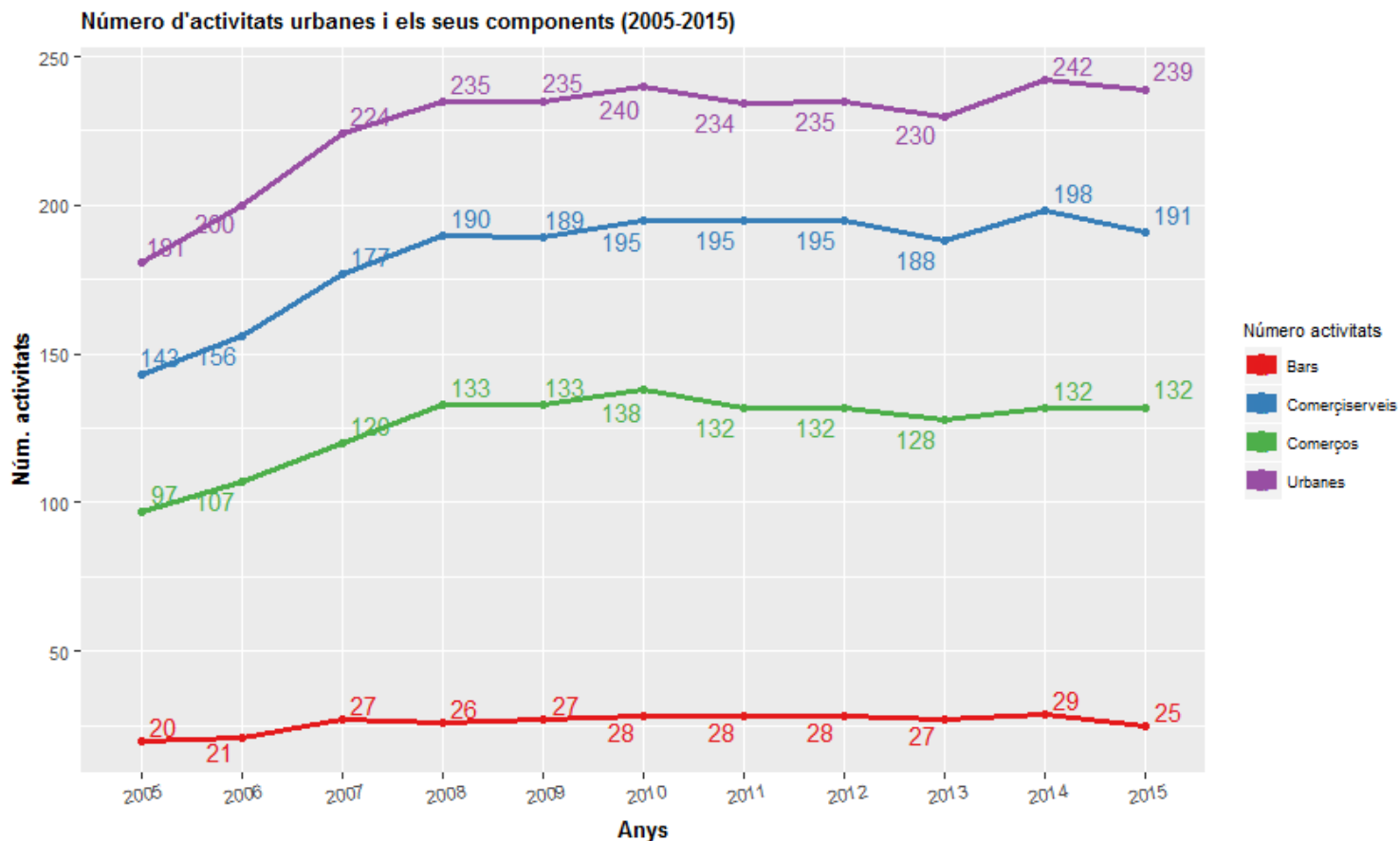


Número d'activitats en tot el municipi



Oferta: evolució de les activitats urbanes

- Les activitats urbanes en el nucli urbà fan el paper d'activitat econòmica àncora, mantenint-se en temps de crisi, ajudant a mantenir l'ocupació. El número d'activitats total fins i tot ha recuperat els màxims d'abans de la crisi

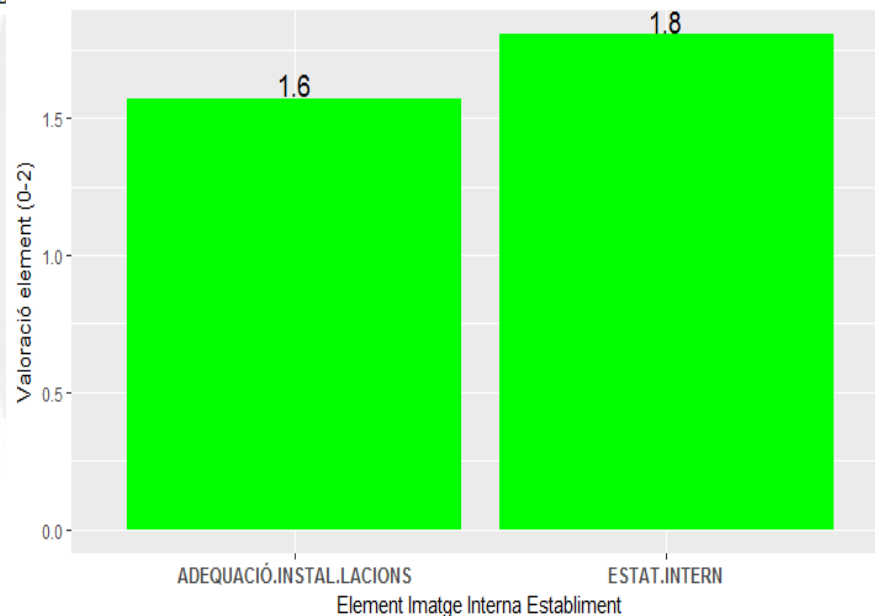
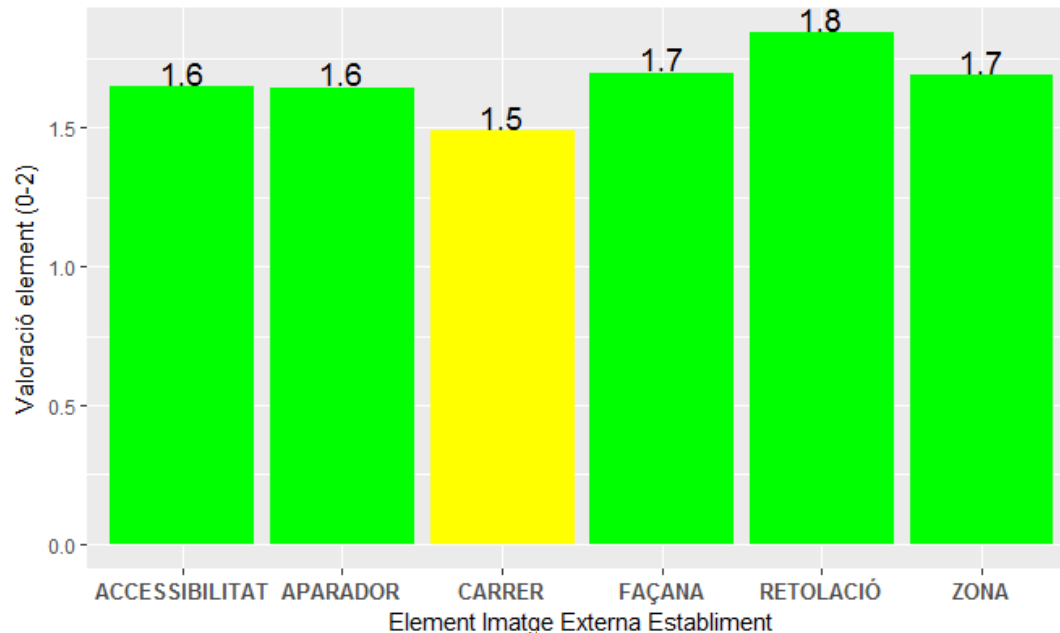


Número d'activitats en el centre de Palau-solità i Plegamans



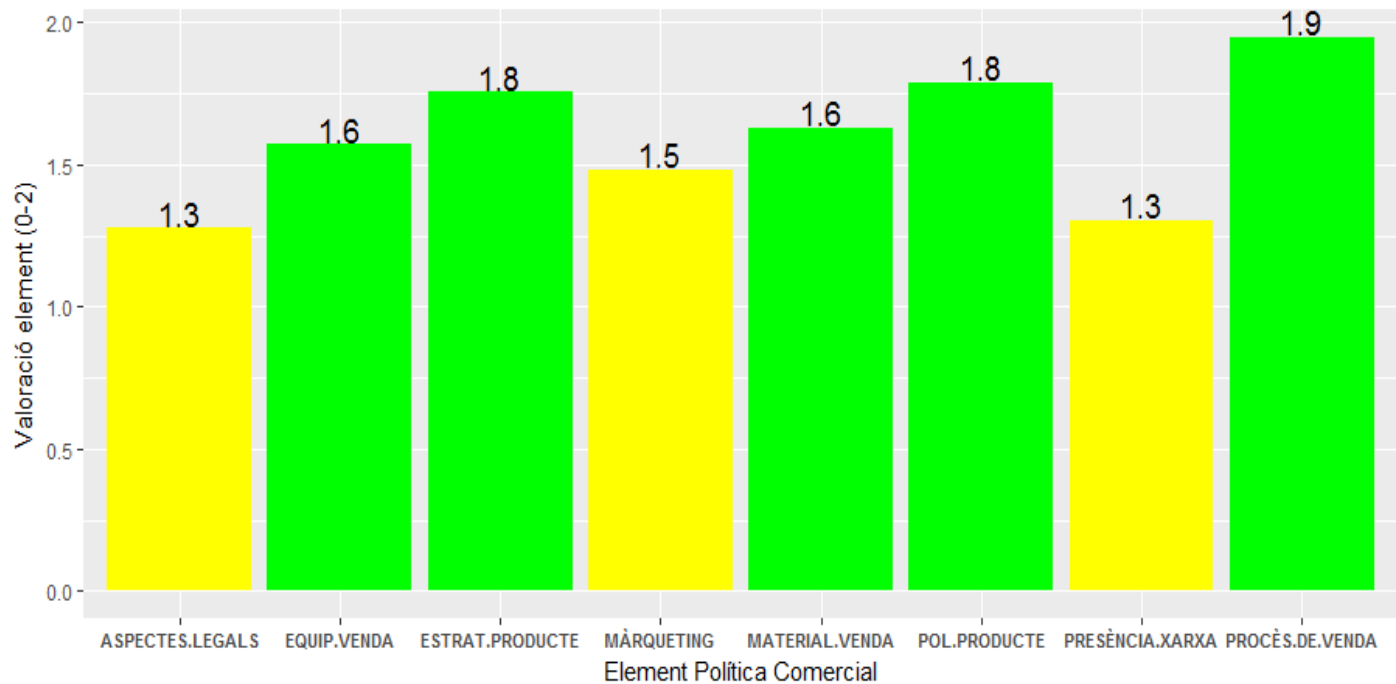
Oferta. Anàlisi qualitativa de l'oferta comercial

- Bona imatge dels establiments: Tant la imatge interna com externa dels establiments comercials dona una valoració alta (1'7 sobre 2) Política comercial ben enfocada
- Els diferents elements de la política comercial dels establiments desenvolupen una política comercial adient a la seva estratègia empresarial.
- Gestió adequada de l'empresa i dels Recursos Humans



Oferta. Anàlisi qualitativa de l'oferta comercial

- Bona imatge dels establiments: Tant la imatge interna com externa dels establiments comercials dona una valoració alta (1'7 sobre 2). Política comercial ben enfocada
- Els diferents elements de la política comercial dels establiments son adients a la seva estratègia empresarial.
- Gestió adequada de l'empresa i dels Recursos Humans



**Demanda (hàbits i
atractivitat mercat
setmanal).**

- Manquen botigues de roba i sobren perruqueries
- Un 33% troben a faltar botigues de roba
- Un 12% dels enquestats troben que sobren perruqueries i estètiques.
- Consolidació de les fugues de compra de productes d'equipament de la persona
 - La compra de productes d'equipament de la persona es fa en 2/3 parts fora del municipi, consolidant les xifres de 2007 (amb un augment del 2.3%)
- Edat mitjana dels compradors del mercat superior a la mitjana d'edat de la població
 - Els compradors menors de 45 anys no arriba a un 15%.

Oferta: Anàlisi qualitativa.

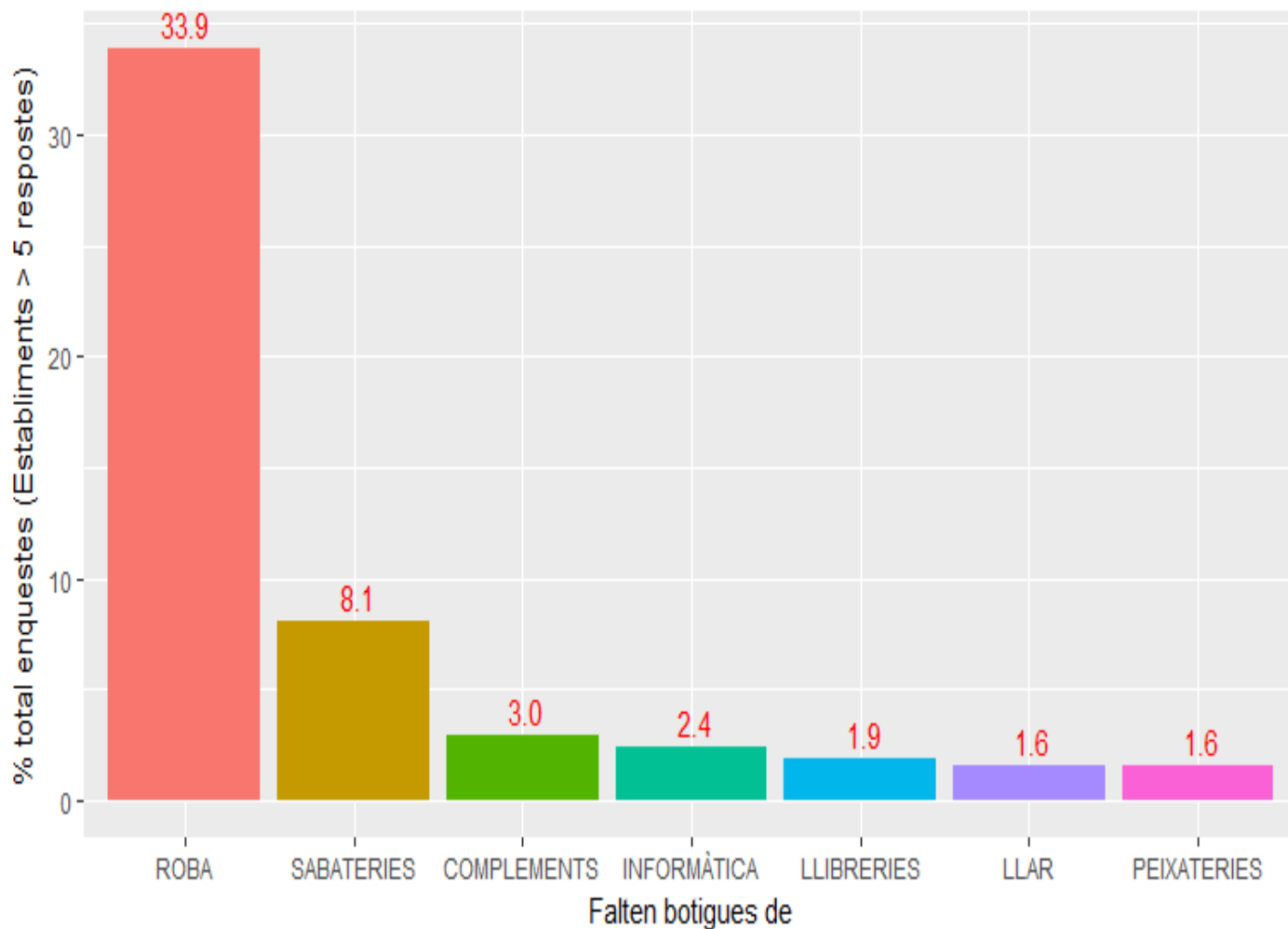
- Manca de cultura en formació contínua
 - La majoria d'empreses no assisteixen de manera sistemàtica a formació empresarial
- Feble presència a les xarxes socials
 - Internet i les xarxes socials són un nou canal de comunicació i vendes. La presència a la xarxa demana afegir recursos, sobretot human.
 - "Si s'està, cal estar-hi bé".

Oferta: anàlisi i evolució

- Els establiments de serveis a les persones i de comerç al detall no quotidià de la ciutat normalment desenvolupen les activitats en locals de reduïda dimensió (<100 m2).
- Els locals petits limiten les possibilitats d'evolució: tendència actual de disposar d'espais d'exposició que prioritzen l'exposició de producte.

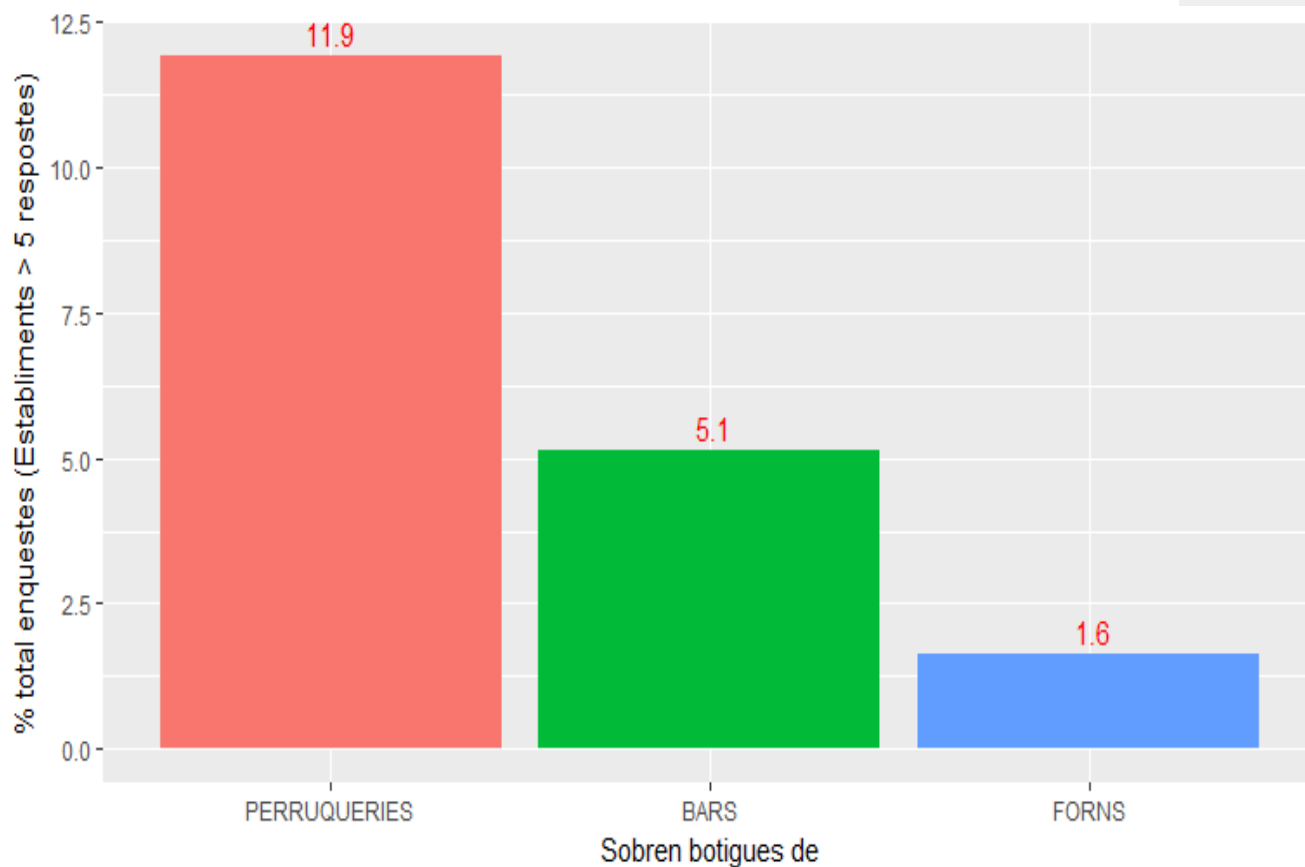
**Demanda (hàbits i
atractivitat mercat
setmanal).**

- Manquen botigues de roba i sobren perruqueries
- Un 33% troben a faltar botigues de roba
- Un 12% dels enquestats troben que sobren perruqueries i estètiques.
- Consolidació de les fugues de compra de productes d'equipament de la persona
- La compra de productes d'equipament de la persona es fa en 2/3 parts fora del municipi, consolidant les xifres de 2007 (amb un augment del 2.3%)
- Edat mitjana dels compradors del mercat superior a la mitjana d'edat de la població
- Els compradors menors de 45 anys no arriba a un 15%.



Demanda (hàbits i atractivitat mercat setmanal).

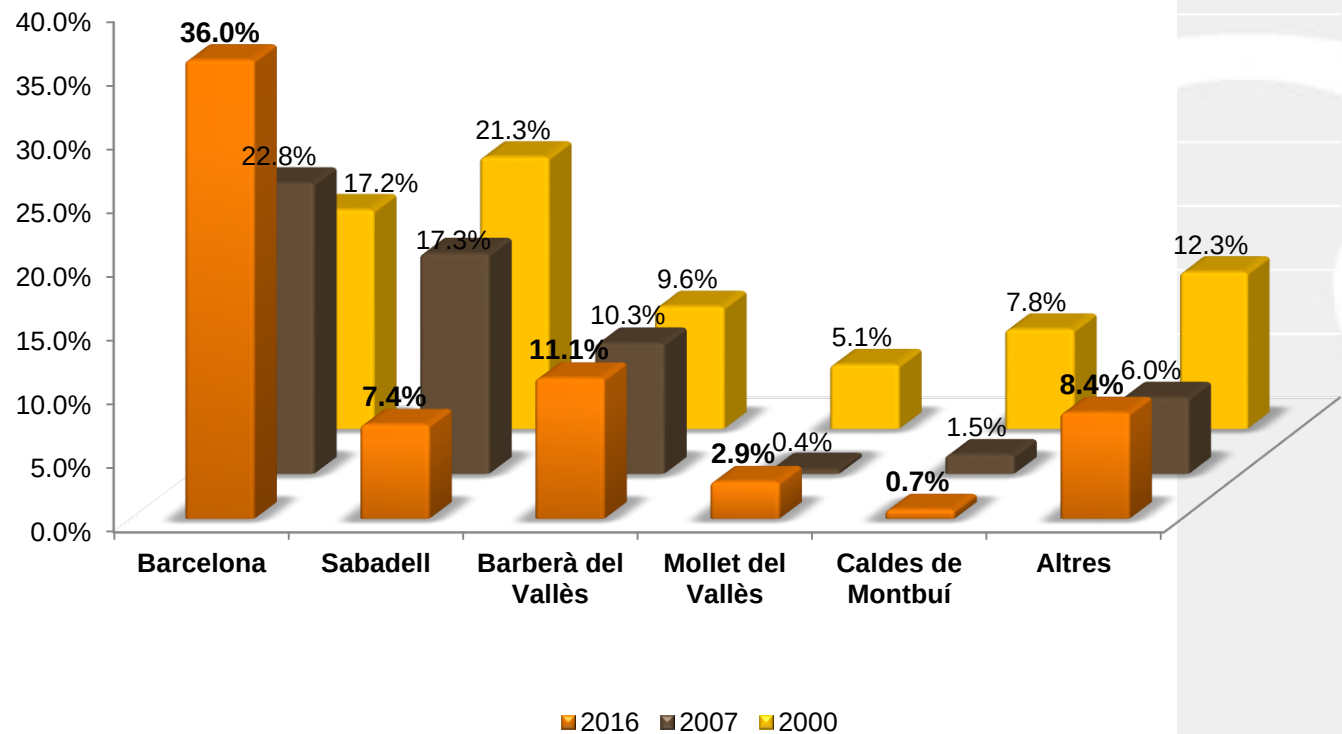
- Manquen botigues de roba i sobren perruqueries
- Un 33% troben a faltar botigues de roba
- Un 12% dels enquestats troben que sobren perruqueries i estètiques.
- Consolidació de les fugues de compra de productes d'equipament de la persona
 - La compra de productes d'equipament de la persona es fa en 2/3 parts fora del municipi, consolidant les xifres de 2007 (amb un augment del 2.3%)
- Edat mitjana dels compradors del mercat superior a la mitjana d'edat de la població
 - Els compradors menors de 45 anys no arriba a un 15%.



Demanda (hàbits i atractivitat mercat setmanal).

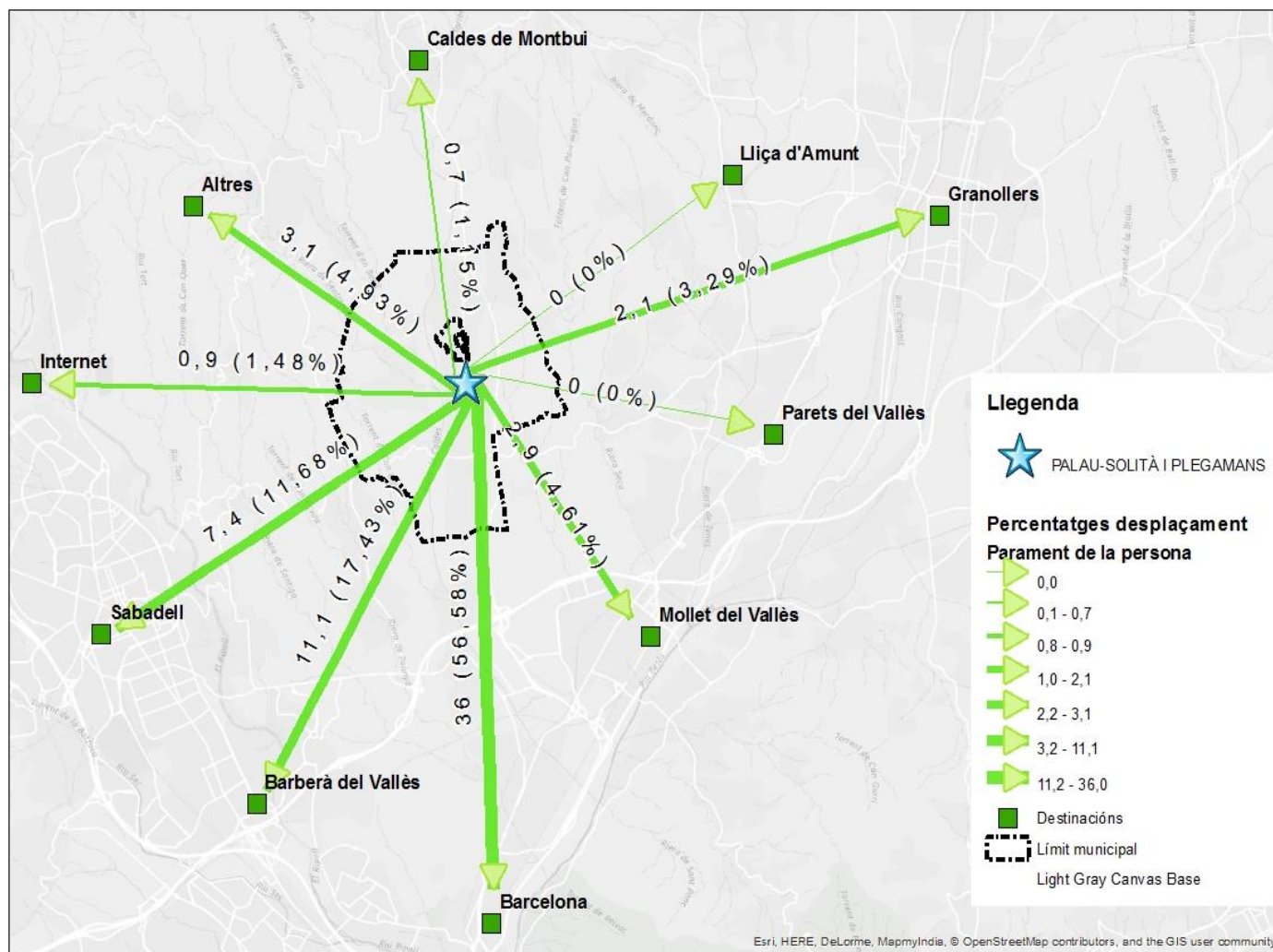
- Manquen botigues de roba i sobren perruqueries
- Un 33% troben a faltar botigues de roba
- Un 12% dels enquestats troben que sobren perruqueries i estètiques.
- Consolidació de les fugues de compra de productes d'equipament de la persona
 - La compra de productes d'equipament de la persona es fa en 2/3 parts fora del municipi, consolidant les xifres de 2007 (amb un augment del 2.3%)
- Edat mitjana dels compradors del mercat superior a la mitjana d'edat de la població
 - Els compradors menors de 45 anys no arriba a un 15%.

Equipament persona



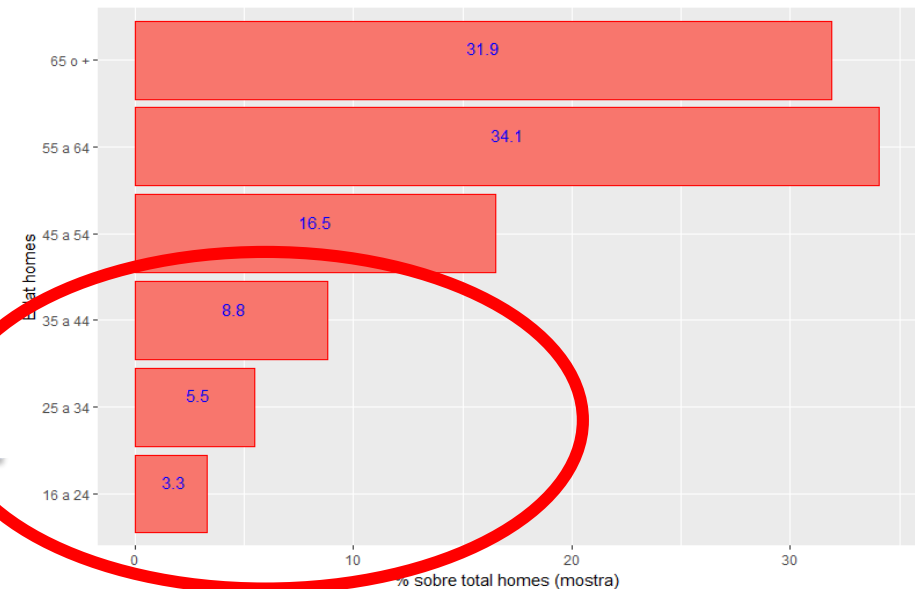
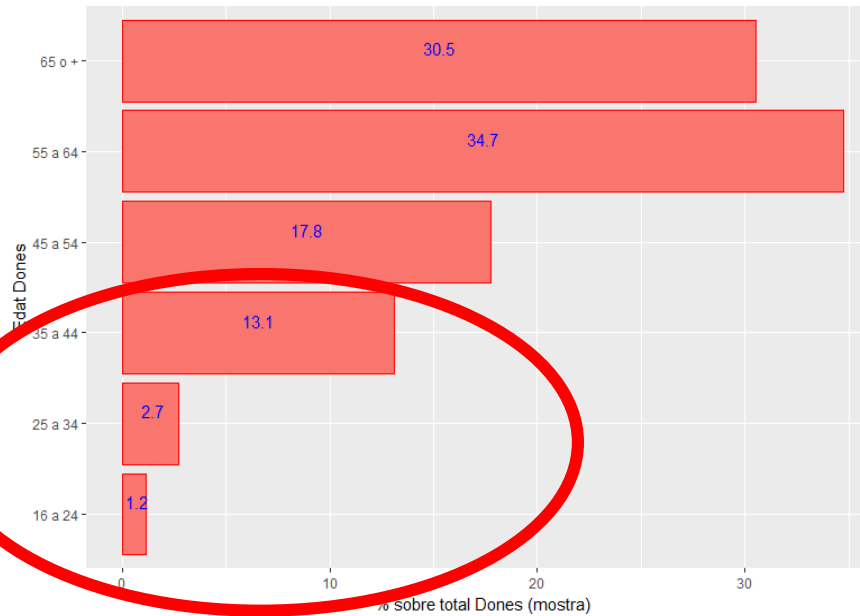
Demanda (hàbits i atractivitat mercat setmanal).

- Manquen botigues de roba i sobren perruqueries
- Un 33% troben a faltar botigues de roba
- Un 12% dels enquestats troben que sobren perruqueries i estètiques.
- Consolidació de les fugues de compra de productes d'equipament de la persona
- La compra de productes d'equipament de la persona es fa en 2/3 parts fora del municipi, consolidant les xifres de 2007 (amb un augment del 2.3%)
- Edat mitjana dels compradors del mercat superior a la mitjana d'edat de la població
- Els compradors menors de 45 anys no arriba a un 15%.



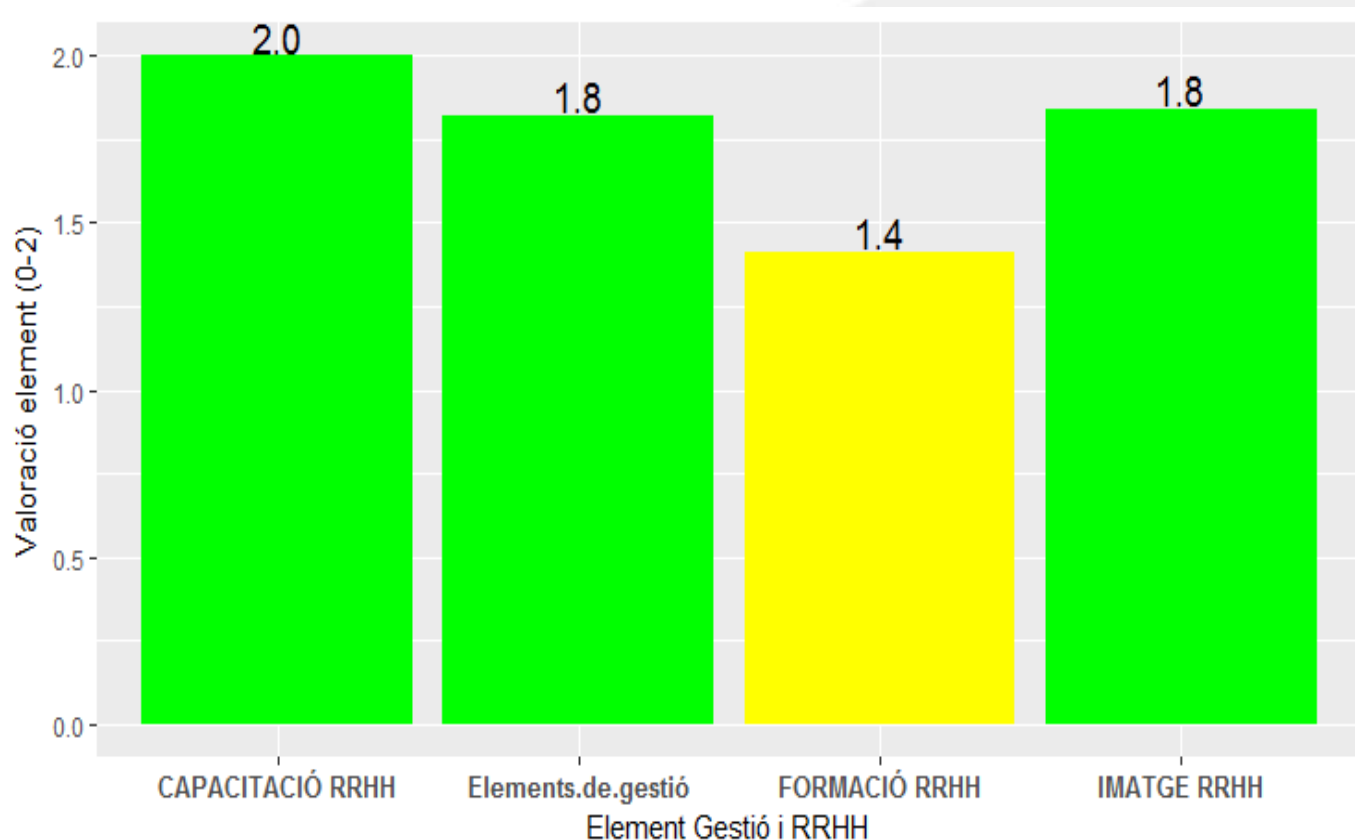
Demanda (hàbits i atractivitat mercat setmanal).

- Manquen botigues de roba i sobren perruqueries
- Un 33% troben a faltar botigues de roba
- Un 12% dels enquestats troben que sobren perruqueries i estètiques.
- Consolidació de les fugues de compra de productes d'equipament de la persona
 - La compra de productes d'equipament de la persona es fa en 2/3 parts fora del municipi, consolidant les xifres de 2007 (amb un augment del 2.3%)
- Edat mitjana dels compradors del mercat superior a la mitjana d'edat de la població
- Els compradors menors de 45 anys no arriba a un 15%.



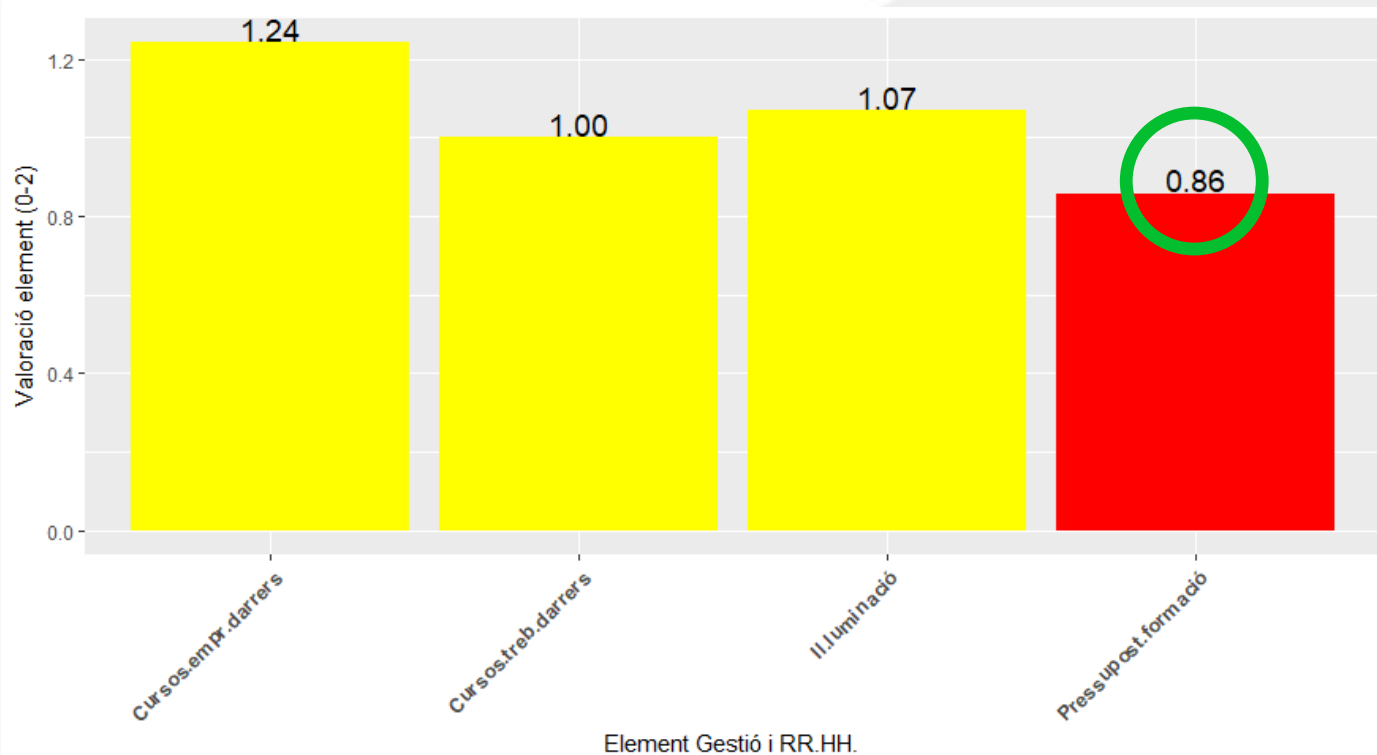
Oferta: Anàlisi qualitativa.

- Manca de cultura en formació contínua
- La majoria d'empreses no assisteixen de manera sistemàtica a formació empresarial
- Feble presència a les xarxes socials
- Internet i les xarxes socials són un nou canal de comunicació i vendes. La presència a la xarxa demana afegir recursos, sobretot human.
- “Si s'està, cal estar-hi bé”.



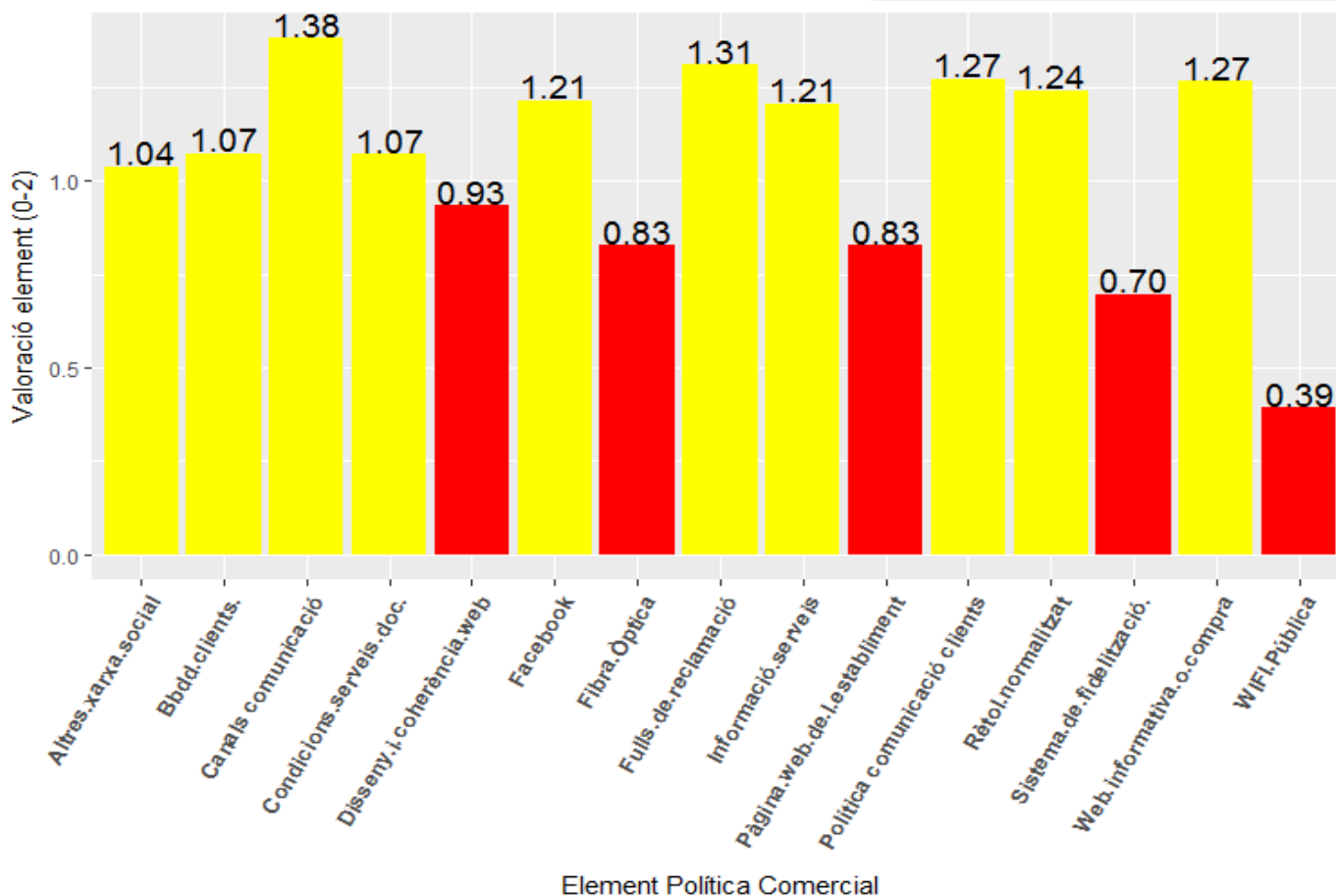
Oferta: Anàlisi qualitativa.

- Manca de cultura en formació contínua
- La majoria d'empreses no assisteixen de manera sistemàtica a formació empresarial
- Feble presència a les xarxes socials
- Internet i les xarxes socials són un nou canal de comunicació i vendes. La presència a la xarxa demana afegir recursos, sobretot human.
- "Si s'està, cal estar-hi bé".



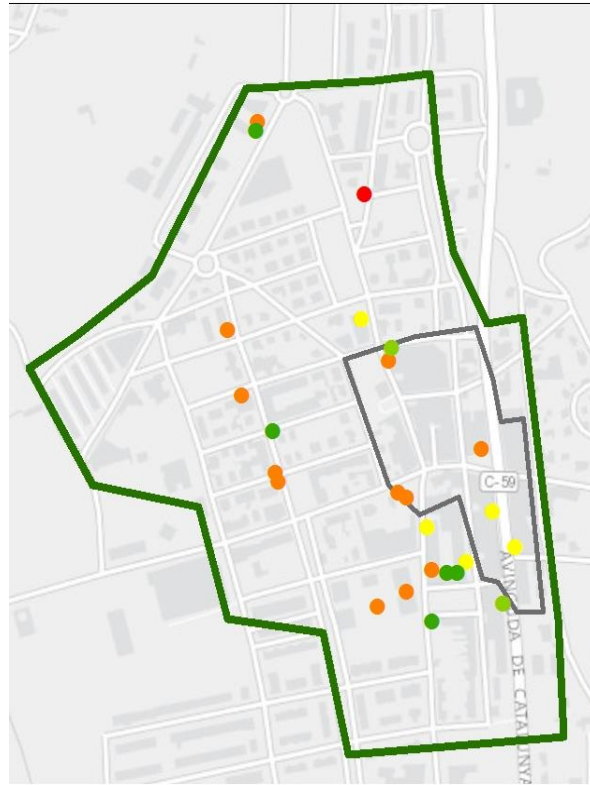
Oferta: Anàlisi qualitativa.

- Manca de cultura en formació contínua
- La majoria d'empreses no assisteixen de manera sistemàtica a formació empresarial
- Feble presència a les xarxes socials
- Internet i les xarxes socials són un nou canal de comunicació i vendes. La presència a la xarxa demana afegir recursos, sobretot human.
- “Si s'està, cal estar-hi bé”.

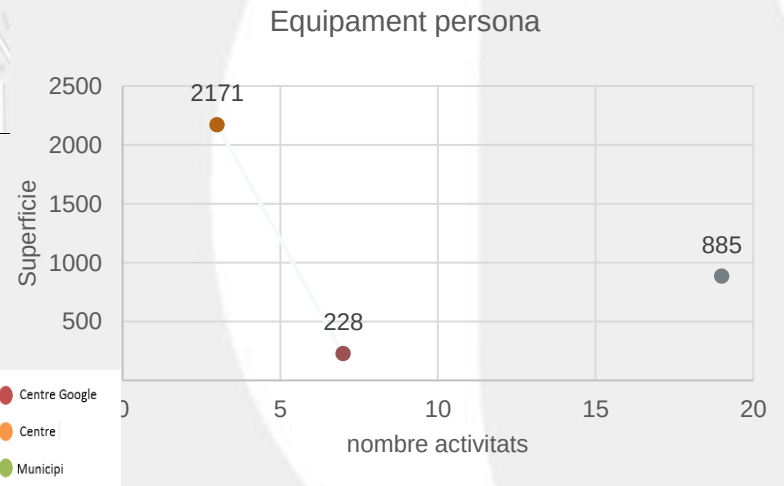


Oferta: anàlisi i evolució

- Els establiments de serveis a les persones i de comerç al detall no quotidià de la ciutat normalment desenvolupen les activitats en locals de reduïda dimensió (<100 m²).
- Els locals petits limiten les possibilitats d'evolució: tendència actual de disposar d'espais d'exposició que prioritzen l'exposició de producte.



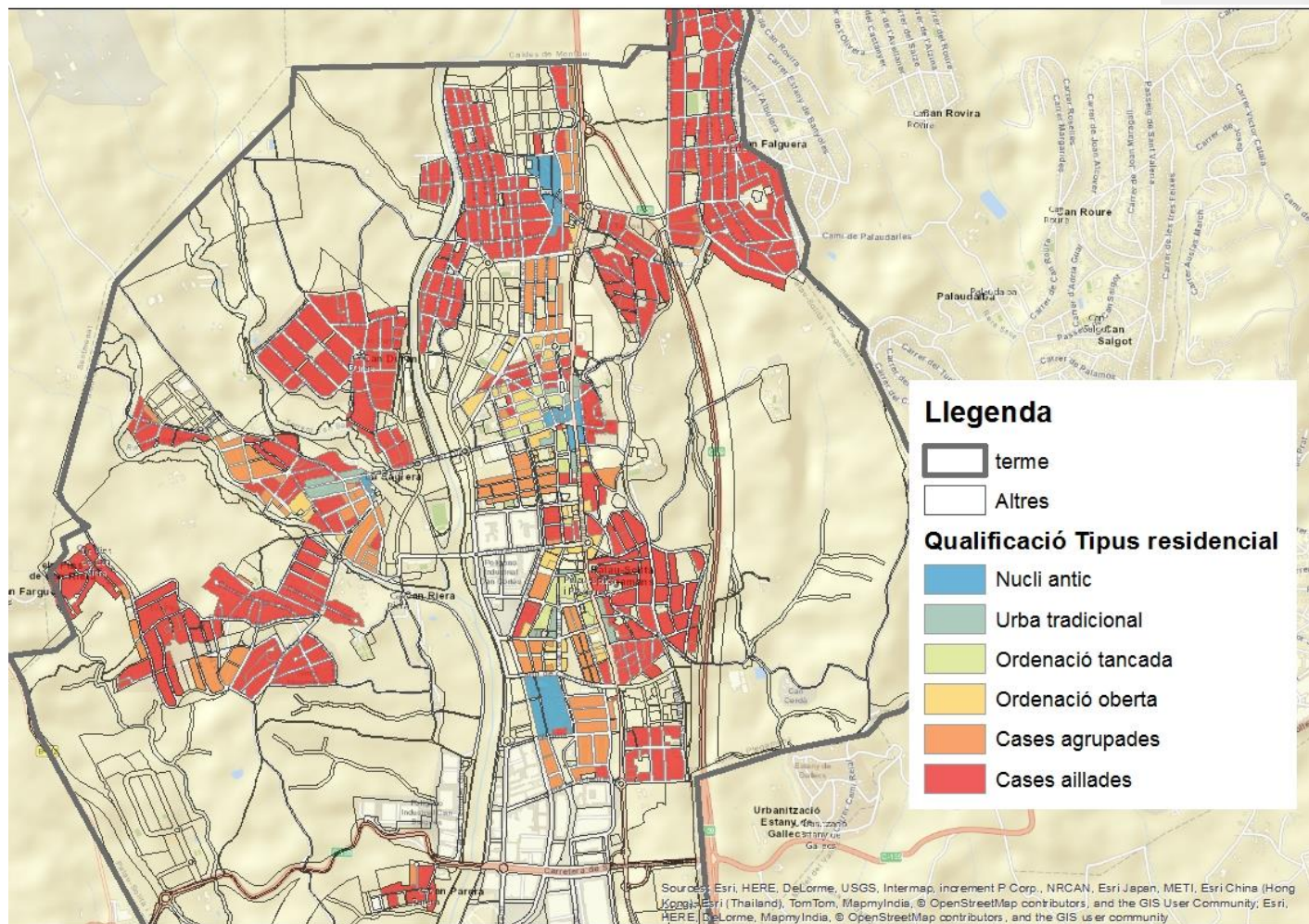
Al centre: 43 m² de mitjana de superfície d'activitat de comerç d'equipament de la persona



Urbanisme comercial	Centres generadors de mobilitat.	Mobilitat. Resum	Locals comercials
• Tipologia residencial amb potencial per a la localització d'activitats econòmiques. • Tipologia predominant al municipi fora del nucli central és la de cases aïllades,. • En el nucli urbà la tipologia d'edificació és molt més diversa,; oportunitat de sostenibilitat a llarg termini de les activitats econòmiques en el nucli urbà,. • Aquesta tipologia confereix la densitat necessària per tal de poder disposar d'un "continuum" d'activitat econòmica al llarg dels carrers del centre.	• Flux generat per la mobilitat obligada de les persones que necessiten els serveis dels equipaments de la ciutat: • En el nucli urbà es localitzen els diferents centres de Serveis: administratius, educatius, culturals i sanitaris. • Reforç de la intensitat de concentració comercial en les zones d'intensitat 2 i 1. • Els dos grans supermercats de la població es situen en les zones d'intensitat comercial més baixa, el que pot ajudar a "anciar" activitats complementàries que es puguin aprofitar dels fluxos generats, i estendre les intensitats més altes cap al perímetre del Centre.	• Aparcaments i zona blava. • A la banda sud del centre es localitzen dos aparcaments, un força gran, a prop del Pavelló, i l'altre a prop de Secretari Gil / Camí Reial, més petit. Això es complementa amb la zona blava. • Els residents de les urbanitzacions disposen d'aquests equipaments per poder accedir i comprar en el centre.	• Sufficiència de locals comercials al nucli urbà • L'àrea del Centre disposa de locals comercials suficients. En general, els edificis s'estructuren amb locals comercials en els baixos (a excepció de la majoria d'edificis dins del centre que són de la tipologia cases aïllades). Això defineix un potencial clar de mig recorregut en quant a activitats urbanes, tant comercials com de serveis, que poden acollir activitats innovadores fins i tot, donat que al no ser locals gaire grans, el cost de lloguer, en principi, hauria de permetre les primeres obertures d'aquests negocis emprenedors.

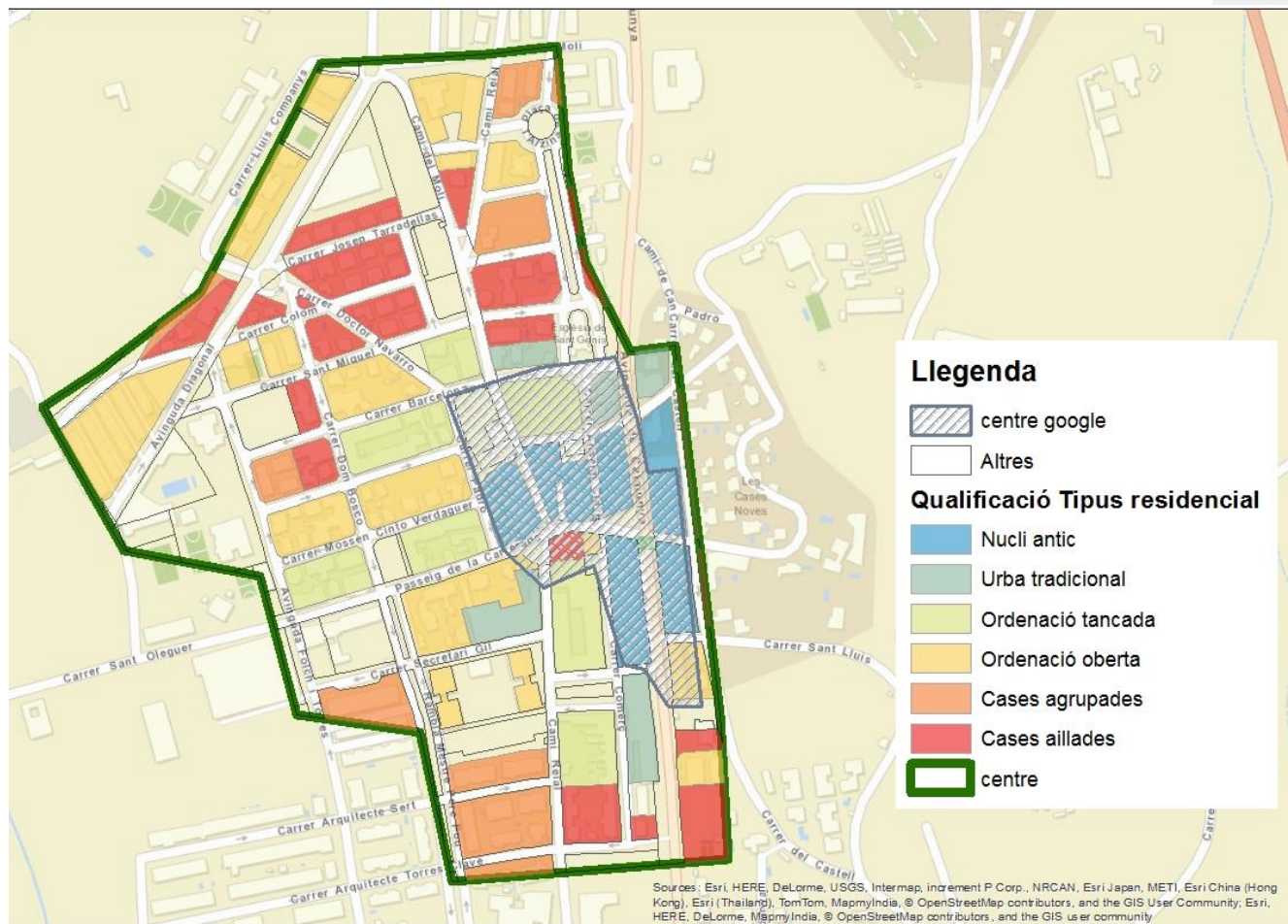
Urbanisme comercial

- Tipologia residencial amb potencial per a la localització d'activitats econòmiques.
- Tipologia predominant al municipi fora del nucli central és la de cases aïllades,.
- En el nucli urbà la tipologia d'edificació és molt més diversa,; oportunitat de sostenibilitat a llarg termini de les activitats econòmiques en el nucli urbà,.
- Aquesta tipologia confereix la densitat necessària per tal de poder disposar d'un "continuum" d'activitat econòmica al llarg dels carrers del centre.



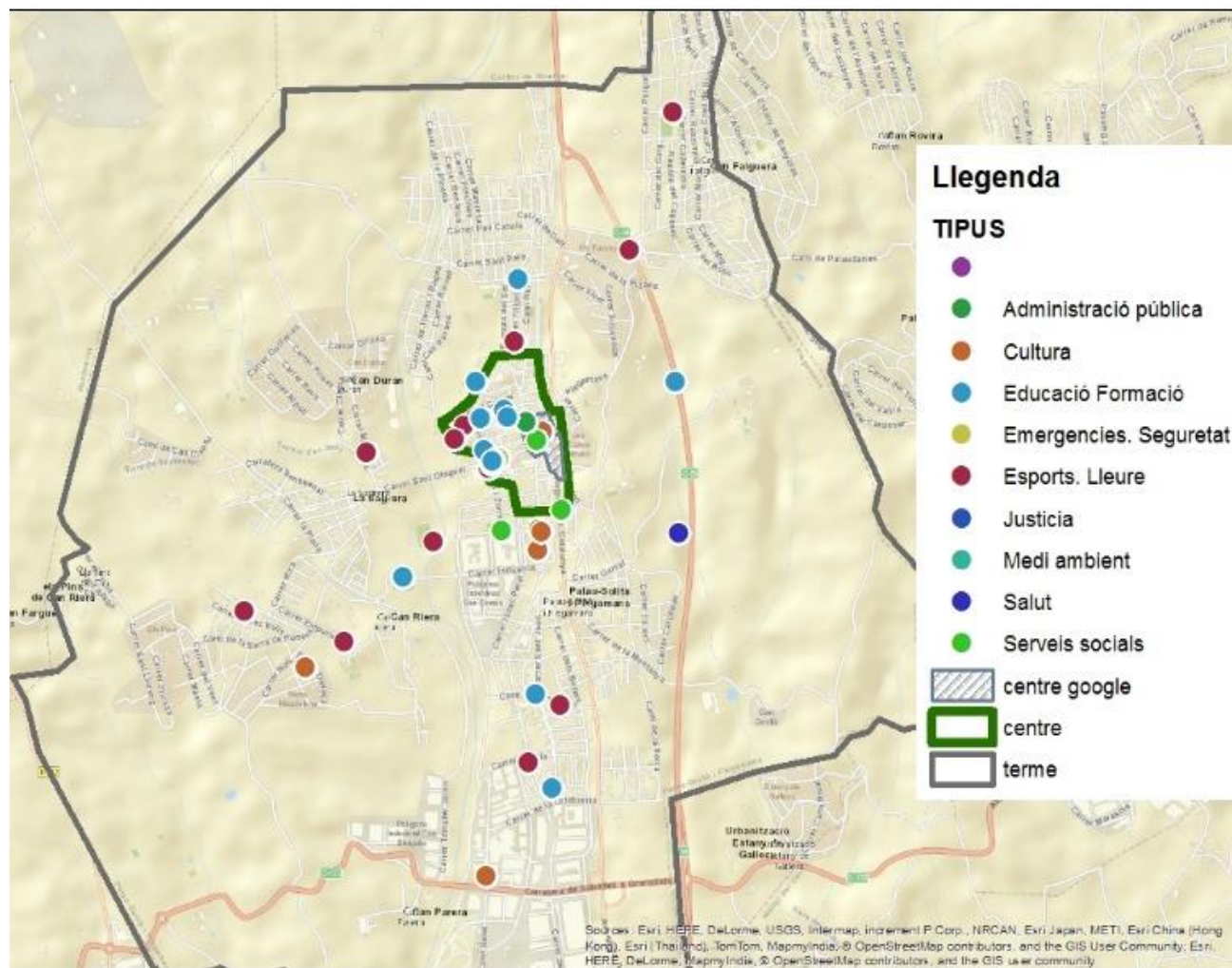
Urbanisme comercial

- Tipologia residencial amb potencial per a la localització d'activitats econòmiques.
- Tipologia predominant al municipi fora del nucli central és la de cases aïllades,.
- En el nucli urbà la tipologia d'edificació és molt més diversa,; oportunitat de sostenibilitat a llarg termini de les activitats econòmiques en el nucli urbà,.
- Aquesta tipologia confereix la densitat necessària per tal de poder disposar d'un "continuum" d'activitat econòmica al llarg dels carrers del centre.



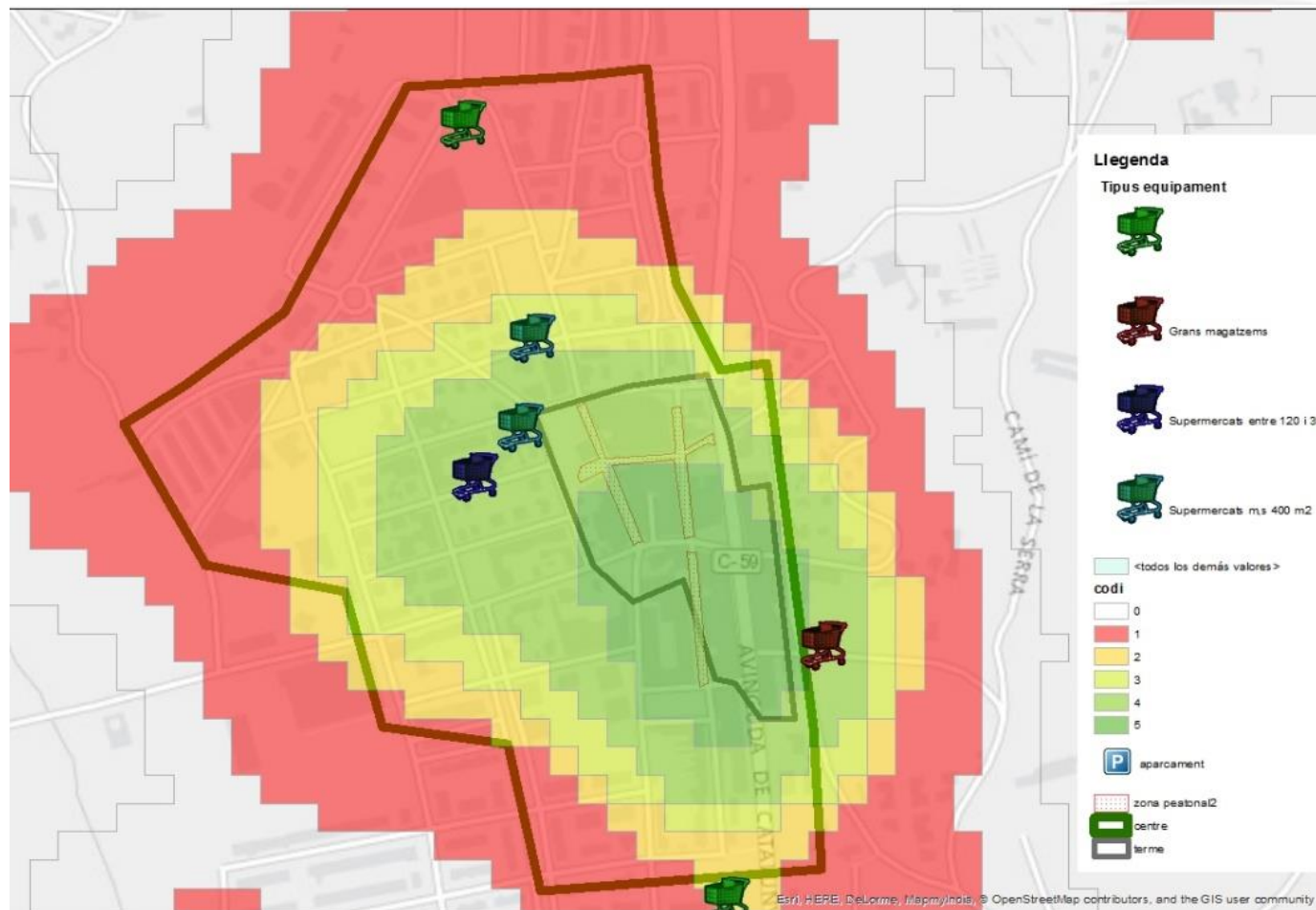
Centres generadors de mobilitat.

- Flux generat per la mobilitat obligada de les persones que necessiten els serveis dels equipaments de la ciutat:
- En el nucli urbà es localitzen els diferents centres de Serveis: administratius, educatius, culturals i sanitaris.
- Reforç de la intensitat de concentració comercial en les zones d'intensitat 2 i 1.
- Els dos grans supermercats de la població es situen en les zones d'intensitat comercial més baixa, el que pot ajudar a "ancorar" activitats complementàries que es puguin aprofitar dels fluxos generats, i estendre les intensitats més altes cap al perímetre del Centre.



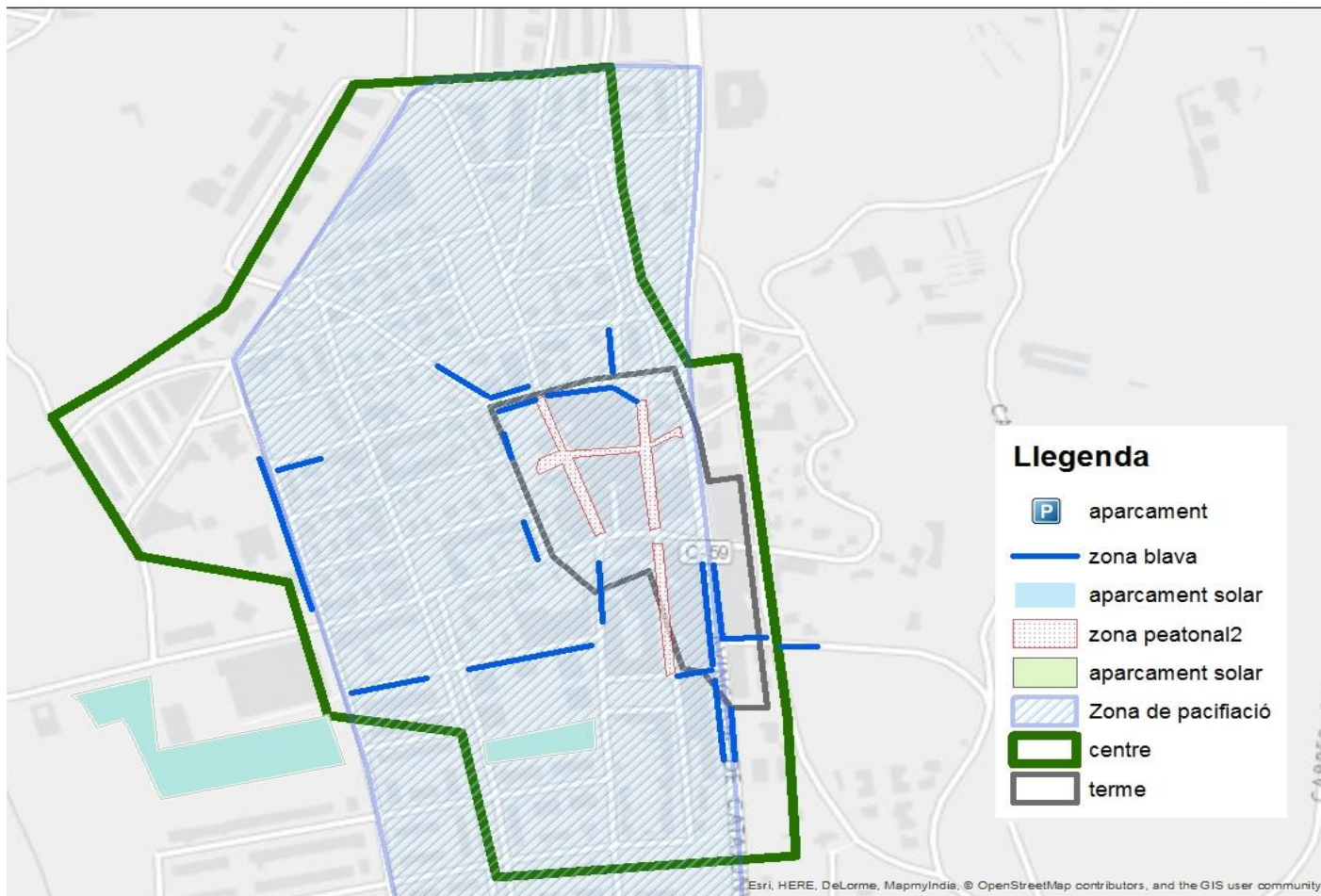
Centres generadors de mobilitat.

- Flux generat per la mobilitat obligada de les persones que necessiten els serveis dels equipaments de la ciutat:
- En el nucli urbà es localitzen els diferents centres de Serveis: administratius, educatius, culturals i sanitaris.
- Reforç de la intensitat de concentració comercial en les zones d'intensitat 2 i 1.
- Els dos grans supermercats de la població es situen en les zones d'intensitat comercial més baixa, el que pot ajudar a "anclar" activitats complementàries que es puguin aprofitar dels fluxos generats, i estendre les intensitats més altes cap al perímetre del Centre.



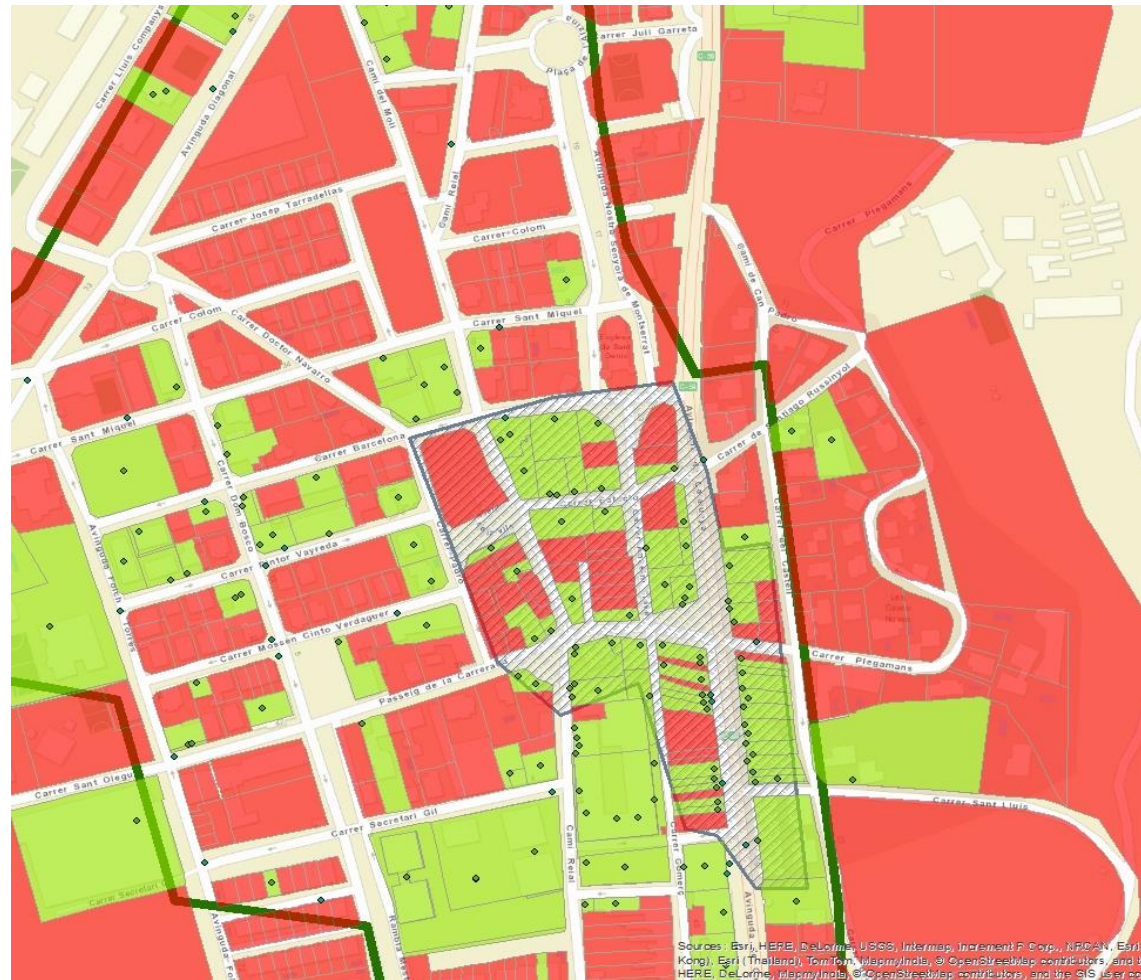
Mobilitat. Resum

- Aparcaments i zona blava.
- A la banda sud del centre es localitzen dos aparcaments, un força gran, a prop del Pavelló, i l'altre a prop de Secretari Gil / Camí Reial, més petit. Això es complementa amb la zona blava.
- Els residents de les urbanitzacions disposen d'aquestes infraestructures per poder accedir i comprar en el centre.



Locals commercials

- Suficiència de locals comercials al nucli urbà
- L'àrea del Centre disposa de locals comercials suficients. En general, els edificis s'estructuren amb locals comercials en els baixos (a excepció de la majoria d'edificis dins del centre que són de la tipologia cases aïllades). Això defineix un potencial clar de mig recorregut en quant a activitats urbanes, tant comercials com de serveis, que poden acollir activitats innovadores fins i tot, donat que al no ser locals gaire grans, el cost de lloguer, en principi, hauria de permetre les primeres obertures d'aquests negocis emprenedors.



Edificis amb establiment comercial (verd) i sense establiment comercial (vermell)

Urbanisme comercial

- Interferència de les illes amb cases aïllades en el continu comercial i d'activitats
- Generen espais buits (i foscos a l'hivern), entre els diferents "micro-pols" comercials del Centre
- Deteriorament dels carrers del Centre
- L'entorn dels carrers comercials ha d'estar alineat amb les empreses on hi desenvolupen la seva activitat. Un dèficit de manteniment dificulta consolidar una oferta atractiva.
- Deteriorament de les façanes dels edificis singulars de l'Av. Catalunya

Centres generadors de mobilitat.

- Situació perimetral dels grans establiments comercials de Palau-solità i Plegamans
- Els dos establiments més grans (Mercadona i Caprabo), es localitzen en el perímetre del centre. La seva localització en els extrems, no ajuda a complementar els fluxes de compra, especialment la no quotidiana. El cas del Caprabo és extrem, està en un lloc on hi ha un buit força gran entre el nucli "Google" i a on està el Caprabo, quedant allunyats de l'àrea més densa "google".

Mobilitat. Resum

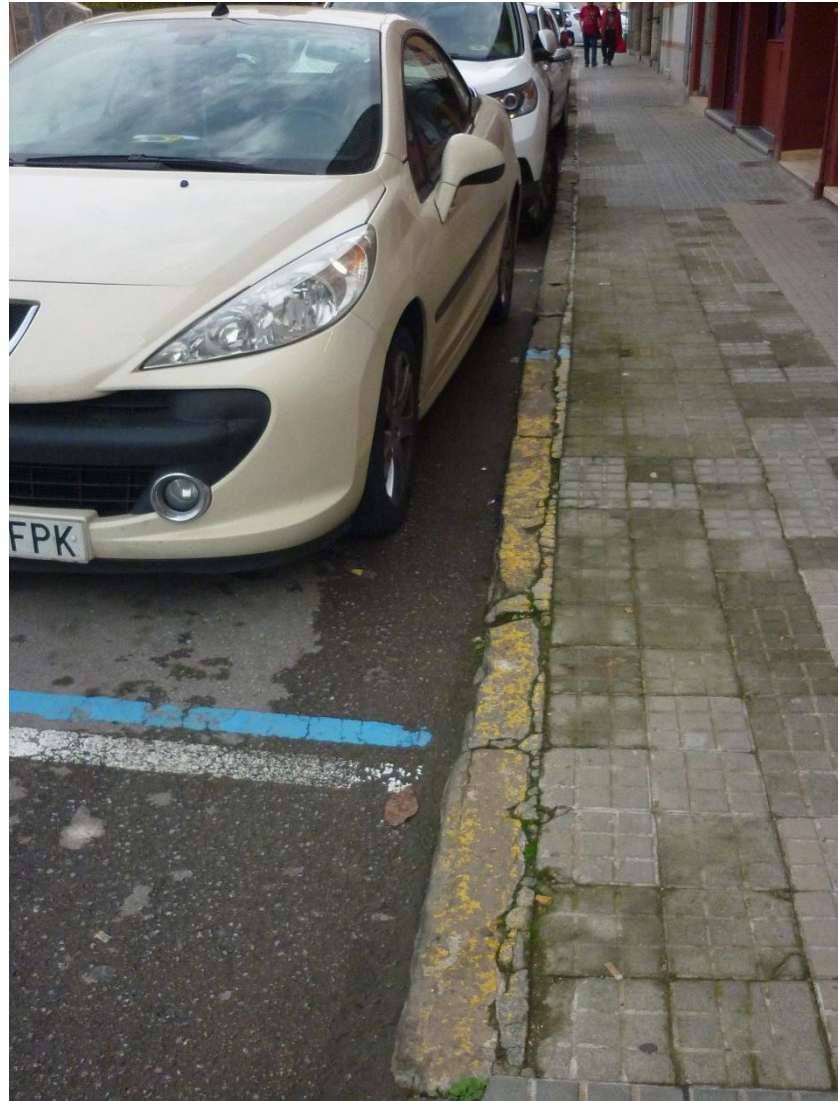
- Equipaments d'aparcament concentrats en una part del Centre (la part sud).
- No disposar d'equipaments d'aparcament en altres llocs, com podria ser un a l'Av. Catalunya, concentra massa els fluxos. Caldria potenciar, especialment amb extensió de la zona blava, la part nord de la zona de l'Església.
- Manca de senyalització clara de la dotació d'aparcaments de rotació.
- Caldria definir un pla de senyalització i ampliació de la dotació d'aparcament regulat de rotació en superfície.

Locals comercials

- Centre: Locals de mida modesta.
- La tendència general del sector del comerç demana cada cop locals més grans.
- Carrer Comerç: no acaba de funcionar com punt de nova oferta
- No es genera una continuïtat entre la oferta l'Av. Catalunya, i Camí Reial.
- Zona peatonalitzada. Substitució d'activitats comercials per activitats de serveis i/o de magatzem.
- Aquesta substitució fa que les activitats més comercials o de serveis a les persones que s'hi vulguin localitzar es vegin penalitzades per activitats de caire més administratiu i que no generen un flux tan intens.

Urbanisme comercial

- Interferència de les illes amb cases aïllades en el continu comercial i d'activitats
- Generen espais buits (i foscos a l'hivern), entre els diferents "micro-pols" comercials del Centre
- Deteriorament dels carrers del Centre
 - L'entorn dels carrers comercials ha d'estar alineat amb les empreses on hi desenvolupen la seva activitat. Un dèficit de manteniment dificulta consolidar una oferta atractiva.
- Deteriorament de les façanes dels edificis singulars de l'Av. Catalunya



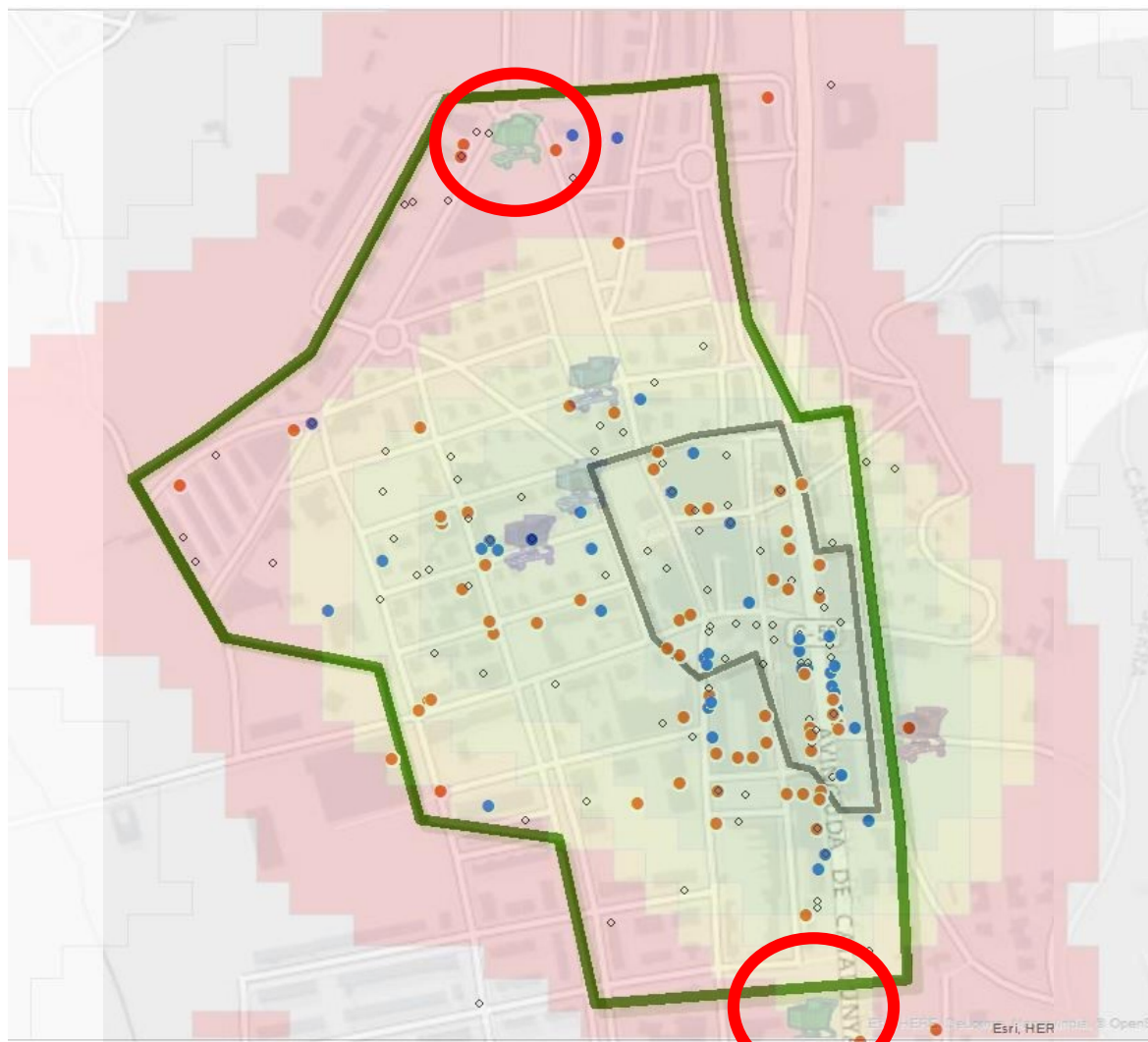
Urbanisme comercial

- Interferència de les illes amb cases aïllades en el continu comercial i d'activitats
- Generen espais buits (i foscos a l'hivern), entre els diferents "micro-pols" comercials del Centre
- Deteriorament dels carrers del Centre
- L'entorn dels carrers comercials ha d'estar alineat amb les empreses on hi desenvolupen la seva activitat. Un dèficit de manteniment dificulta consolidar una oferta atractiva.
- Deteriorament de les façanes dels edificis singulars de l'Av. Catalunya



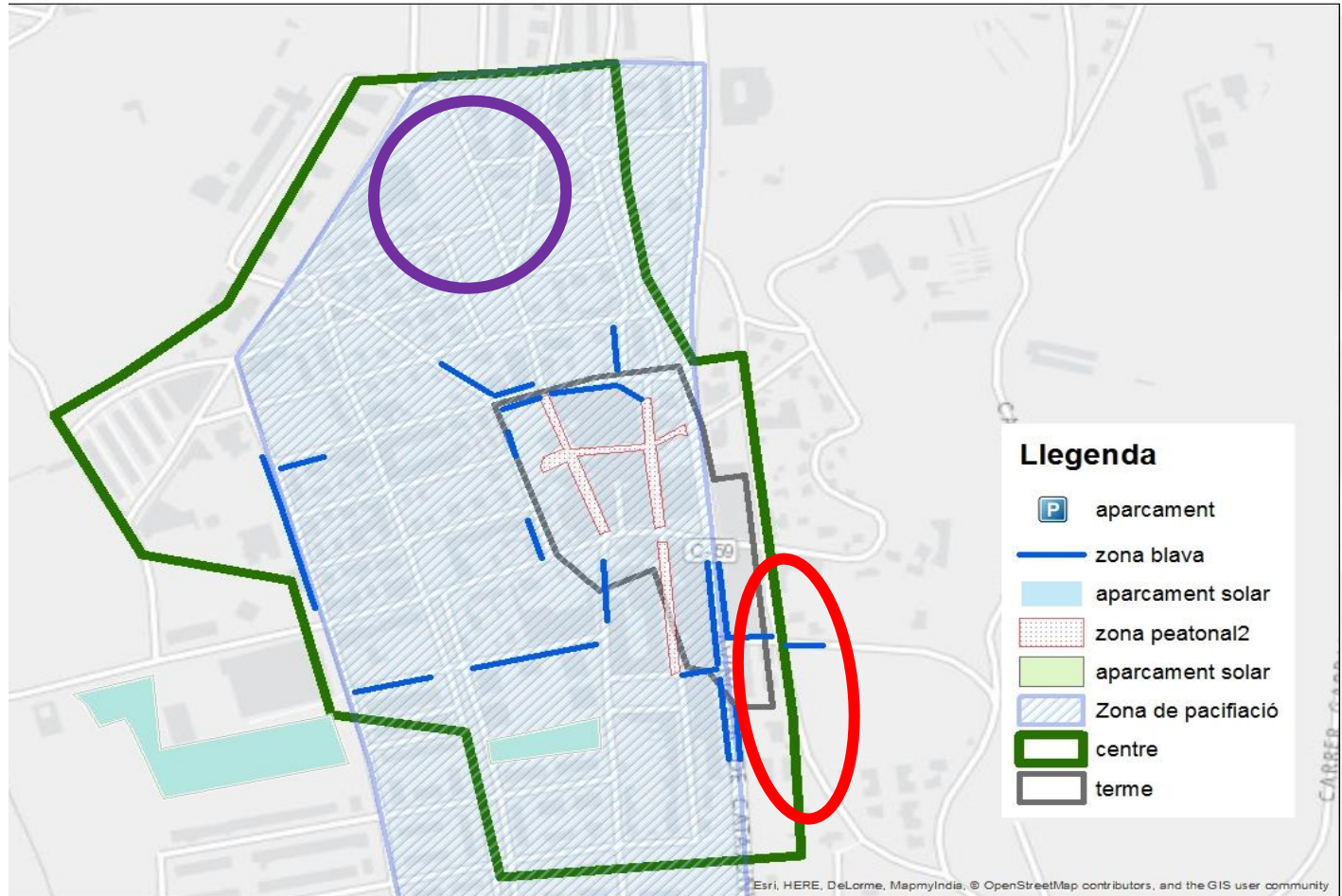
Centres generadors de mobilitat.

- Situació perimetral dels grans establiments comercials de Palau-solità i Plegamans
- Els dos establiments més grans (Mercadona i Caprabo), es localitzen en el perímetre del centre. La seva localització en els extrems, no ajuda a complementar els fluxos de compra, especialment la no quotidiana. El cas del Caprabo és extrem, està en un lloc on hi ha un buit força gran entre el nucli "Google" i a on està el Caprabo, quedant allunyats de l'àrea més densa "Google".



Mobilitat. Resum

- Infraestructures d'aparcament concentrades en una part del Centre (la part sud).
- No disposar d'aparcament en altres llocs, com podria ser un a l'Av. Catalunya, concentra massa els fluxos. Caldria potenciar, especialment amb extensió de la zona blava, la part nord de la zona de l'Església.
- Manca de senyalització clara de la dotació d'aparcaments de rotació.
- Caldria definir un pla de senyalització i ampliació de la dotació d'aparcament regulat de rotació en superfície.



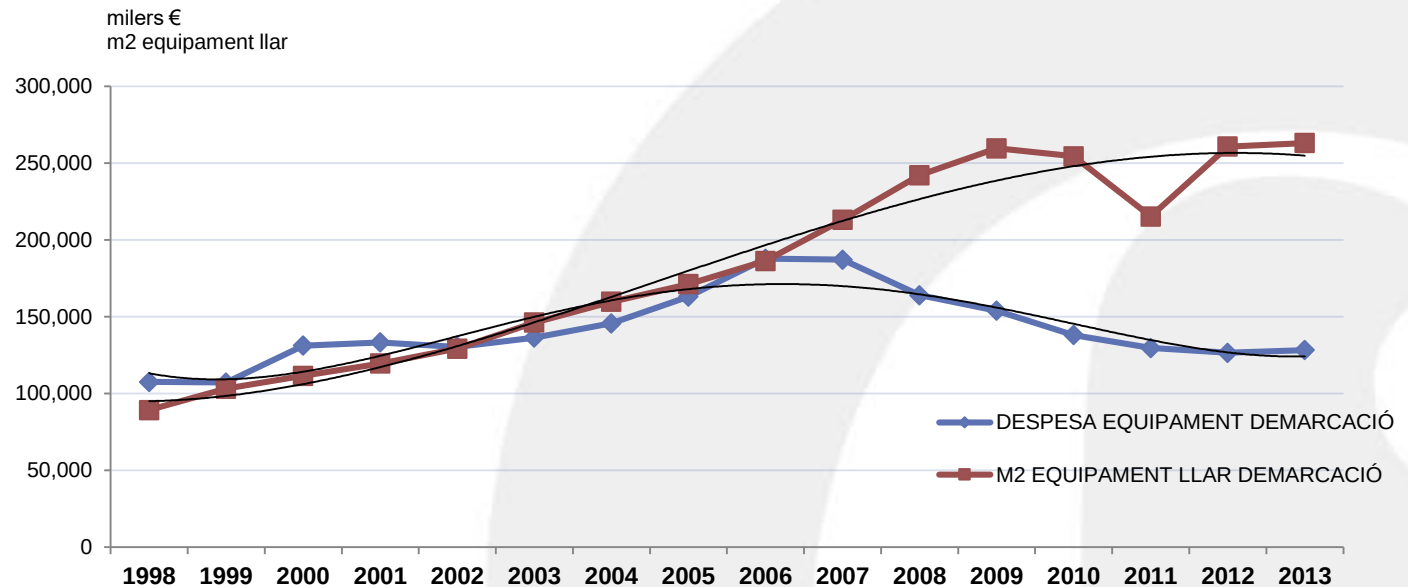
Mobilitat. Resum

- Equipaments d'aparcament concentrats en una part del Centre (la part sud).
- No disposar d'equipaments d'aparcament en altres llocs, com podria ser un a l'Av. Catalunya, concentra massa els fluxos. Caldria potenciar, especialment amb extensió de la zona blava, la part nord de la zona de l'Església.
- Manca de senyalització clara de la dotació d'aparcaments de rotació.
- Caldria definir un pla de senyalització i ampliació de la dotació d'aparcament regulat de rotació en superfície.



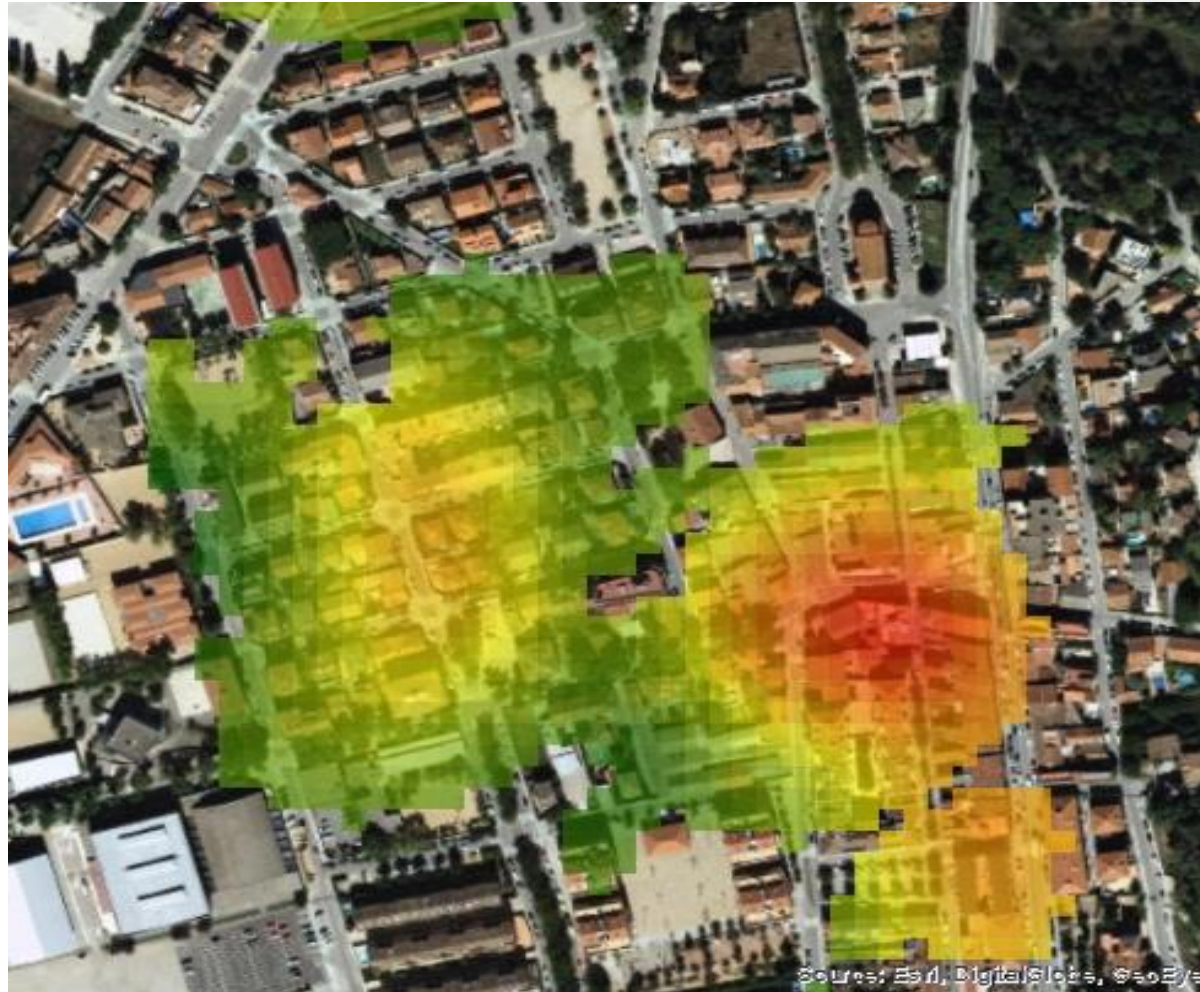
Locals comercials

- Centre: Locals de mida modesta.
- La tendència general del sector del comerç demana cada cop locals més grans.
- Carrer Comerç: no acaba de funcionar com punt de nova oferta
- No es genera una continuïtat entre la oferta l'Av. Catalunya, i Camí Reial.
- Zona peatonalitzada. Substitució d'activitats comercials per activitats de serveis i/o de magatzem.
- Aquesta substitució fa que les activitats més comercials o de serveis a les persones que s'hi vulguin localitzar es vegin penalitzades per activitats de caire més administratiu i que no generen un flux tan intens.



Locals comercials

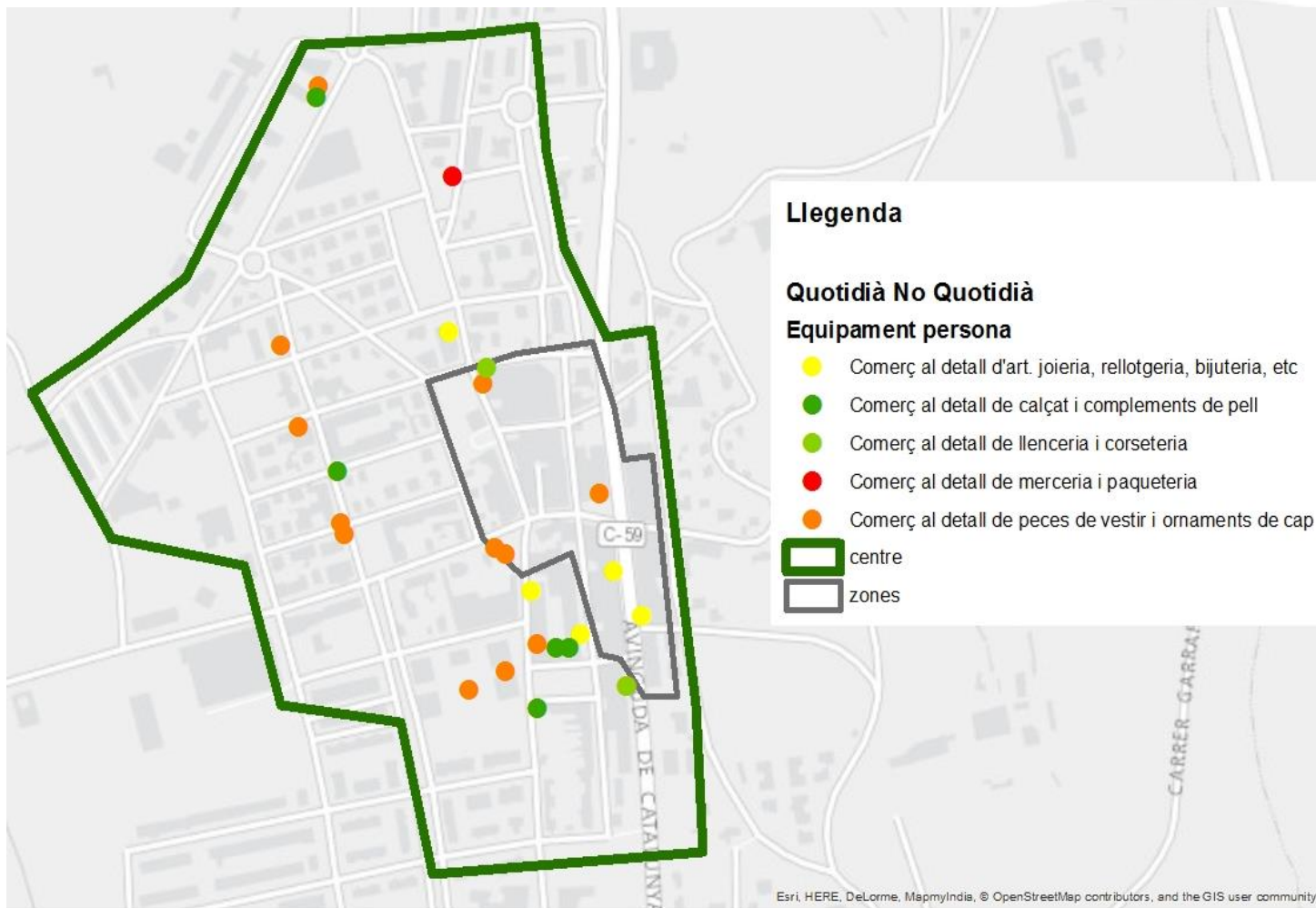
- Centre: Locals de mida modesta.
- La tendència general del sector del comerç demana cada cop locals més grans.
- Carrer Comerç: no acaba de funcionar com punt de nova oferta
- No es genera una continuïtat entre la oferta l'Av. Catalunya, i Camí Reial.
- Zona peatonalitzada. Substitució d'activitats comercials per activitats de serveis i/o de magatzem.
- Aquesta substitució fa que les activitats més comercials o de serveis a les persones que s'hi vulguin localitzar es vegin penalitzades per activitats de caire més administratiu i que no generen un flux tan intens.



Intensitats de baixes d'activitats (2005-2015)

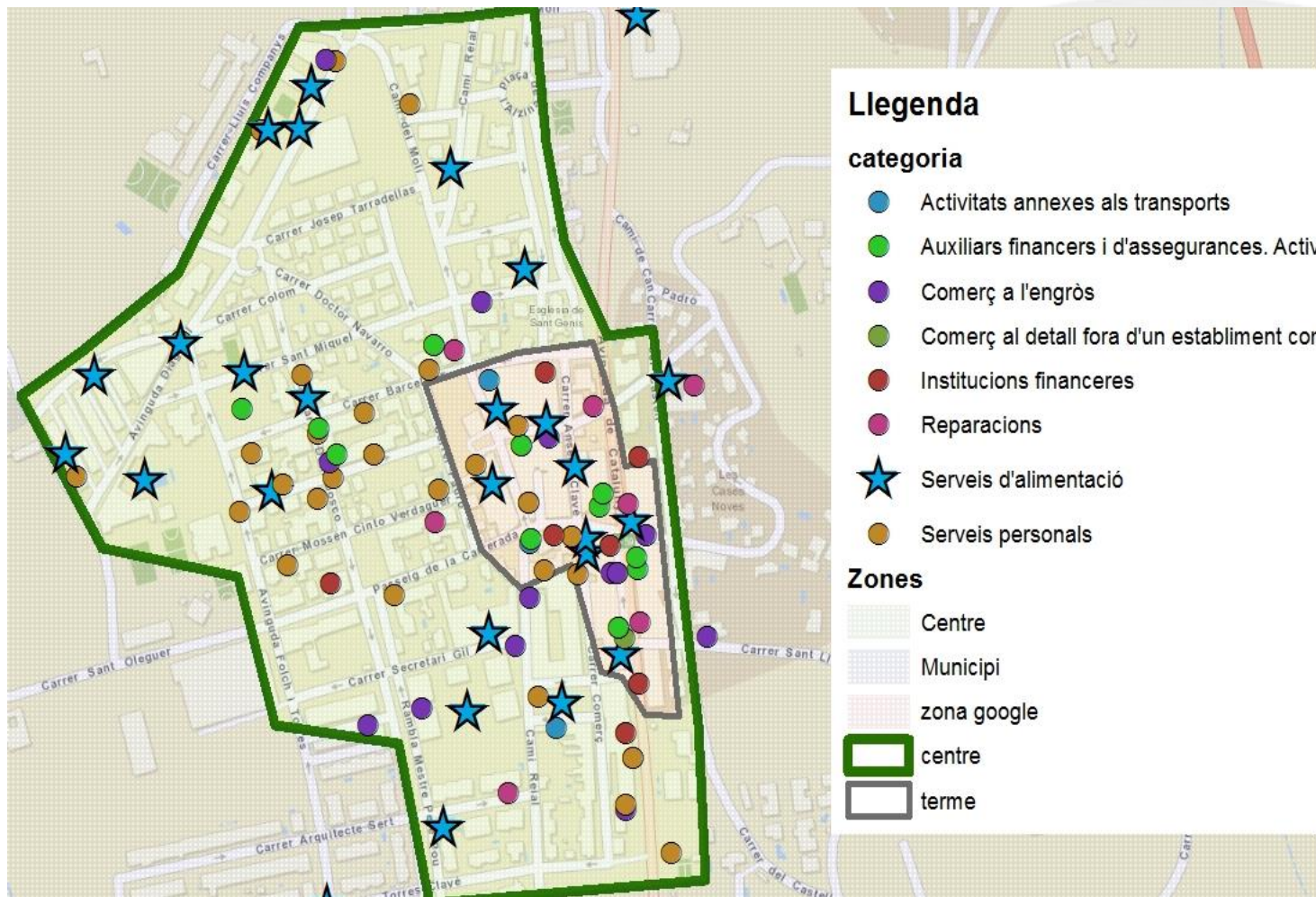
Locals comercials

- Centre: Locals de mida modesta.
- La tendència general del sector del comerç demana cada cop locals més grans.
- Carrer Comerç: no acaba de funcionar com punt de nova oferta
- No es genera una continuïtat entre la oferta l'Av. Catalunya, i Camí Reial.
- Zona peatonalitzada. Substitució d'activitats comercials per activitats de serveis i/o de magatzem.
- Aquesta substitució fa que les activitats més comercials o de serveis a les persones que s'hi vulguin localitzar es vegin penalitzades per activitats de caire més administratiu i que no generen un flux tan intens.



Locals comercials

- Centre: Locals de mida modesta.
- La tendència general del sector del comerç demana cada cop locals més grans.
- Carrer Comerç: no acaba de funcionar com punt de nova oferta
- No es genera una continuïtat entre la oferta l'Av. Catalunya, i Camí Reial.
- Zona peatonalitzada. Substitució d'activitats comercials per activitats de serveis i/o de magatzem.
- Aquesta substitució fa que les activitats més comercials o de serveis a les persones que s'hi vulguin localitzar es vegin penalitzades per activitats de caire més administratiu i que no generen un flux tan intens.



- 1) El comerç de Palau es distingeix entre els comerços amb trajectòria i els de nova constitució. L'elevat índex de tancament del segon grup perjudica als primers i dóna la sensació que el teixit del municipi està poc consolidat.
- 2) El mercat setmanal és un generador de fluxos de visitants – autòctons i forans -. Per aquest fet, el desplaçament del mateix cap al centre urbà pot repercutir en una major afluència de persones al nucli del municipi.
- 3) Aquesta actuació no seria suficient. Per una banda caldria dotar més places d'aparcament – o procurar una major rotació a les existents – i vehicular accions de dinamització que enllacin el mercat setmanal amb el comerç urbà.
- 4) El comerç del municipi, tot i ser ben percebut per la ciutadania, pot fer un pas endavant cap a l'excel·lència de la gestió dels seus negocis mitjançant activitats formatives. Malgrat aquest àmbit té poca acceptació per part del comerciants, cal incidir en accions formatives orientades a captar nou públic per als negocis.
- 5) És necessari formular una identitat comercial i de municipi unitària; mitjançant una marca i un pla estratègic que integri a tota la població. Per aconseguir-ho és important comptar amb recursos i, sobretot, amb la implicació activa tant dels comerciants com del propi ajuntament.

Estratègiques

Pla Especial del nucli urbà de Palau-solità i Plegamans

Reubicació del Mercat setmanal

Foment activitat econòmica urbana

Foment de la competitivitat de les empreses: Formació

Foment de la competitivitat: Continuació DPV

Augmentar l'atracció i servei als municipis veïns amb urbanització extensa

Urbanisme comercial

Millora del confort dels carrers del nucli central

Modificar l'ordenança d'edificació

Foment de la conservació i millora dels edificis antics

Viabilitat ordenances reguladores activitat

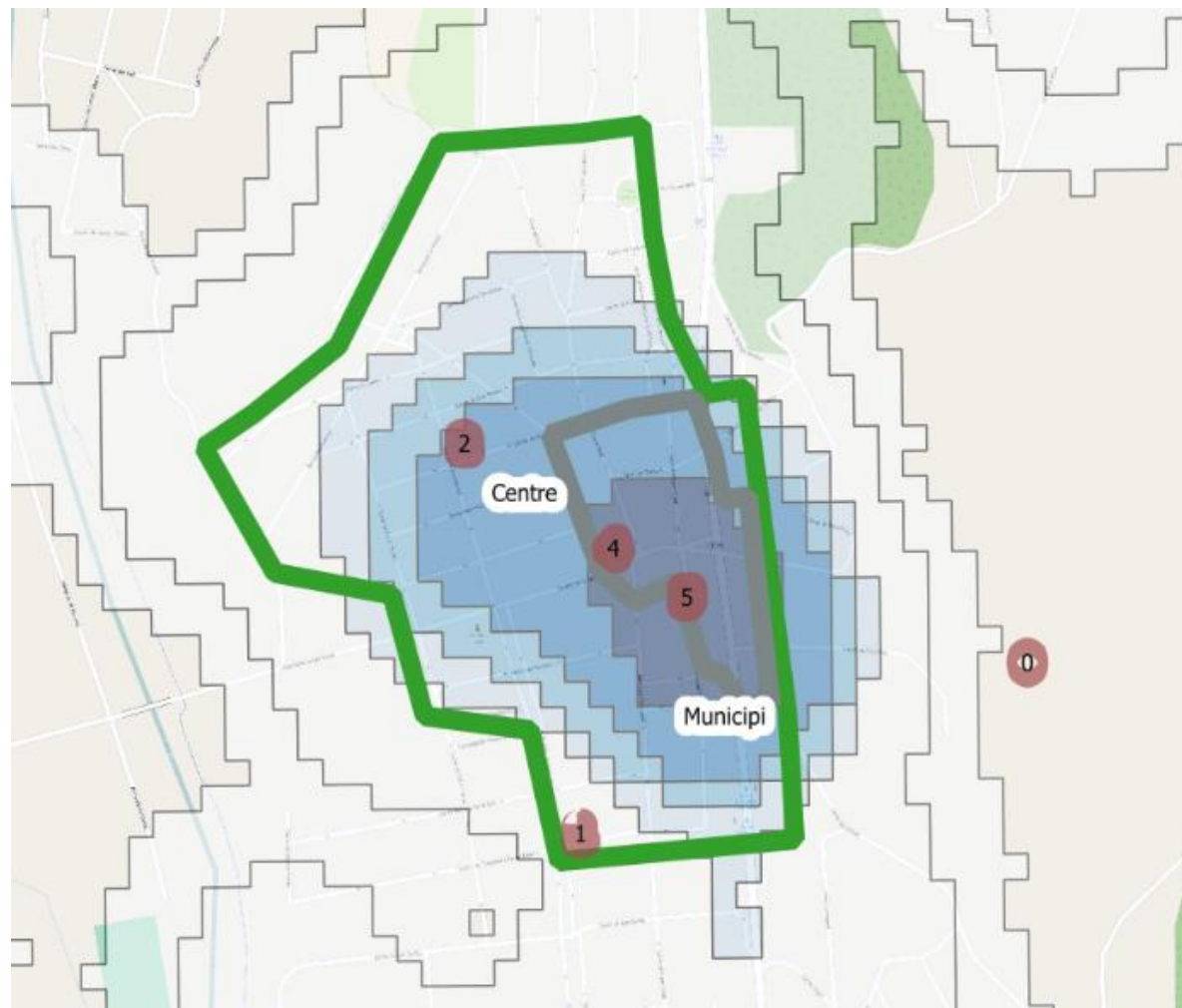
Millora en la senyalització i aparcament

4 Propostes

Estratègiques

Pla Especial del nucli urbà de Palau-solità i Plegamans

Reubicació del Mercat setmanal



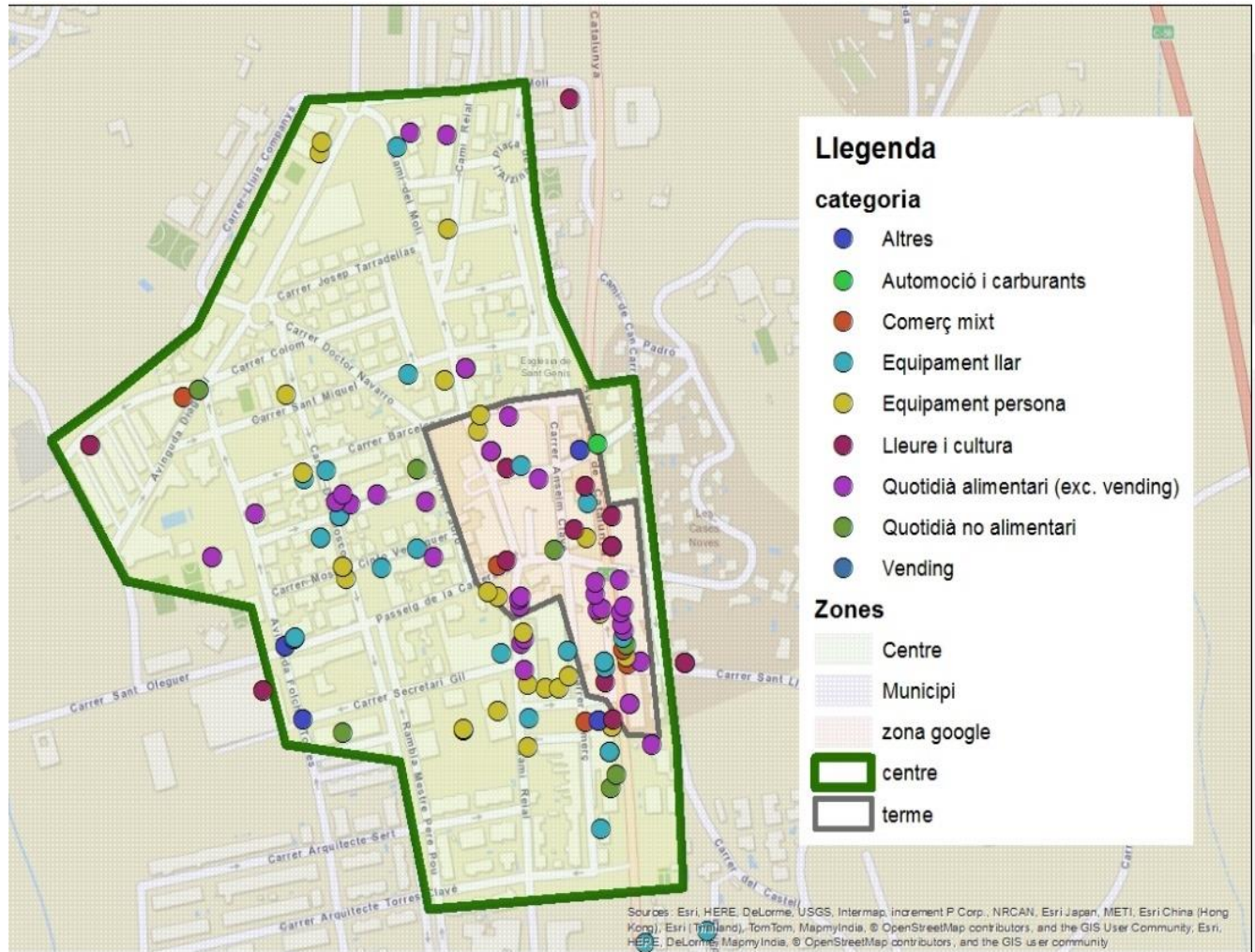
Cambra de Comerç de Sabadell

Propostes

Estratègiques

Pla Especial del nucli urbà de Palau-solità i Plegamans

Reubicació del Mercat setmanal



Propostes

Estratègiques

Pla Especial del nucli urbà de Palau-solità i Plegamans

Reubicació del Mercat setmanal



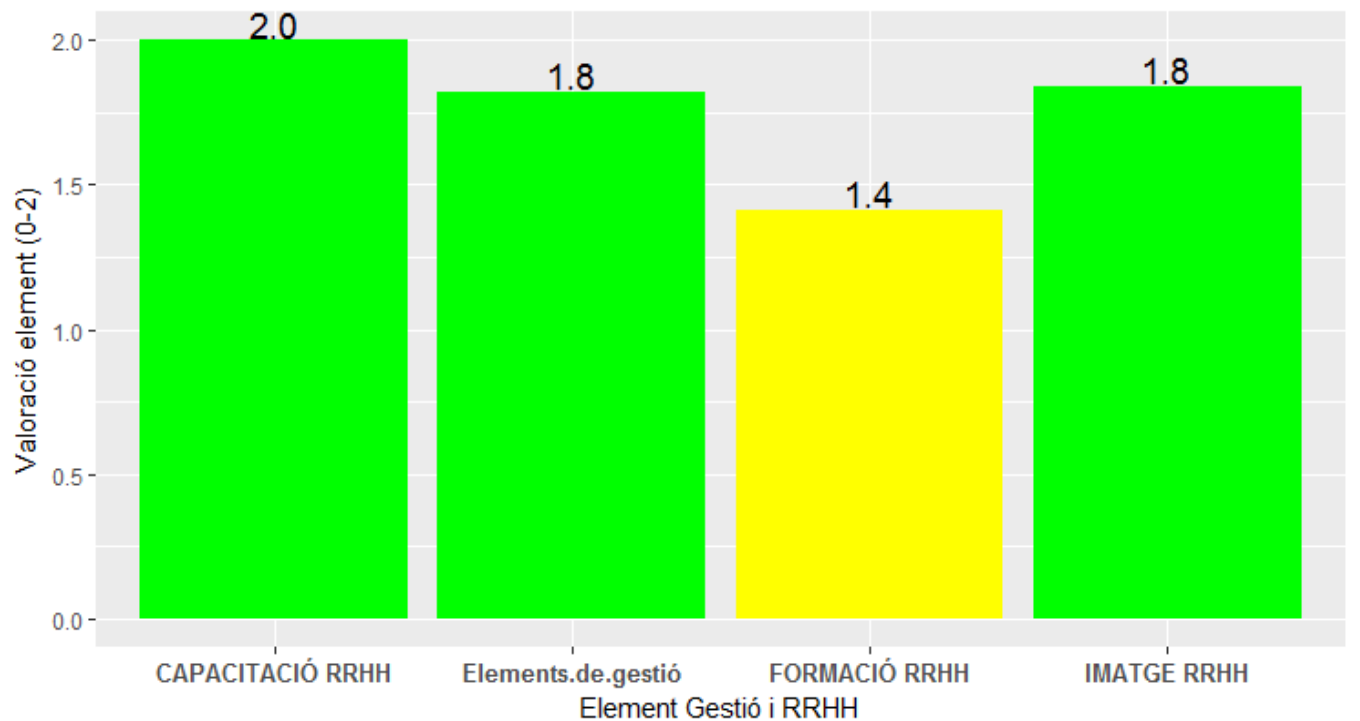
4 Propostes

Foment
activitat
econòmica
urbana

Foment de la
competitivitat de les
empreses: Formació

Foment de la
competitivitat:
Continuació DPV

Augmentar l'atracció
i servei als municipis
veïns amb
urbanització extensa



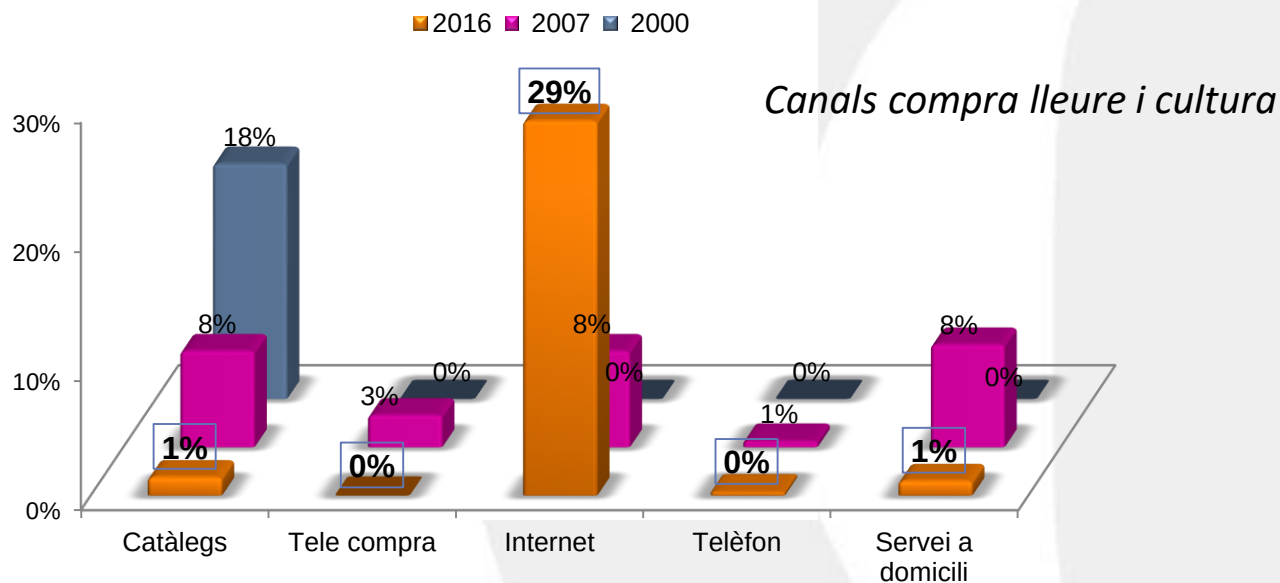
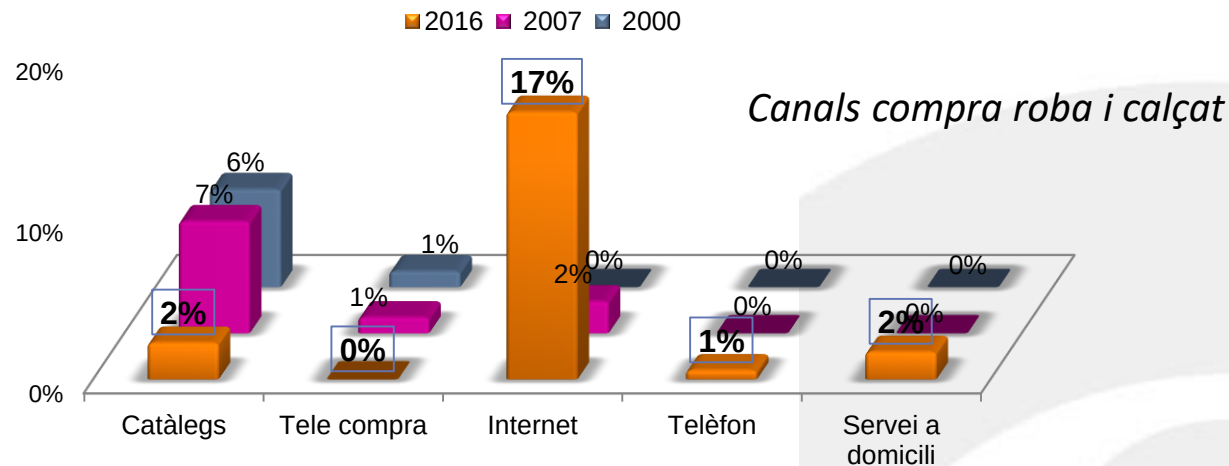
4 Propostes

Foment
activitat
econòmica
urbana

Foment de la
competitivitat de les
empreses: Formació

Foment de la
competitivitat:
Continuació DPV

Augmentar l'atracció
i servei als municipis
veïns amb
urbanització extensa



Cambra de Comerç de Sabadell

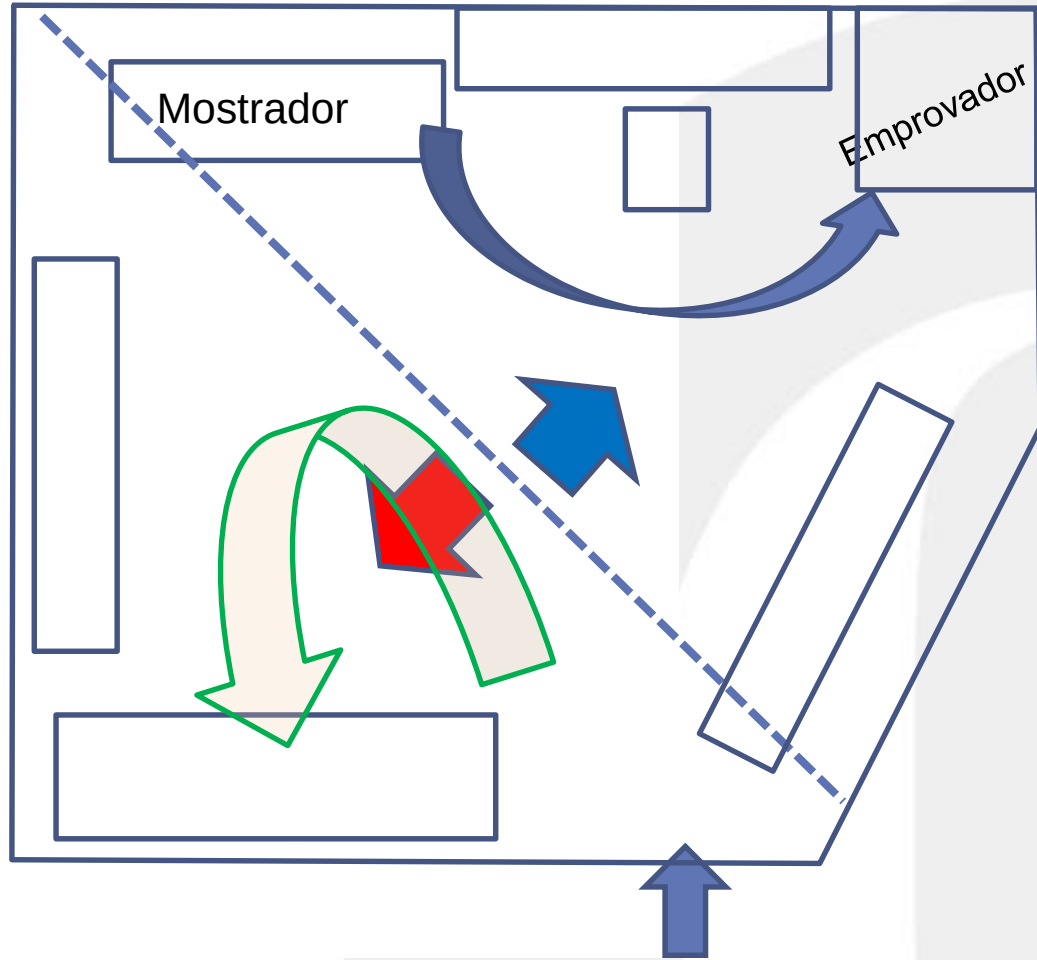
Propostes

Foment
activitat
econòmica
urbana

Foment de la competitivitat de les empreses: Formació

Foment de la competitivitat: Continuació DPV

Augmentar l'atracció
i servei als municipis
veïns amb
urbanització extensa



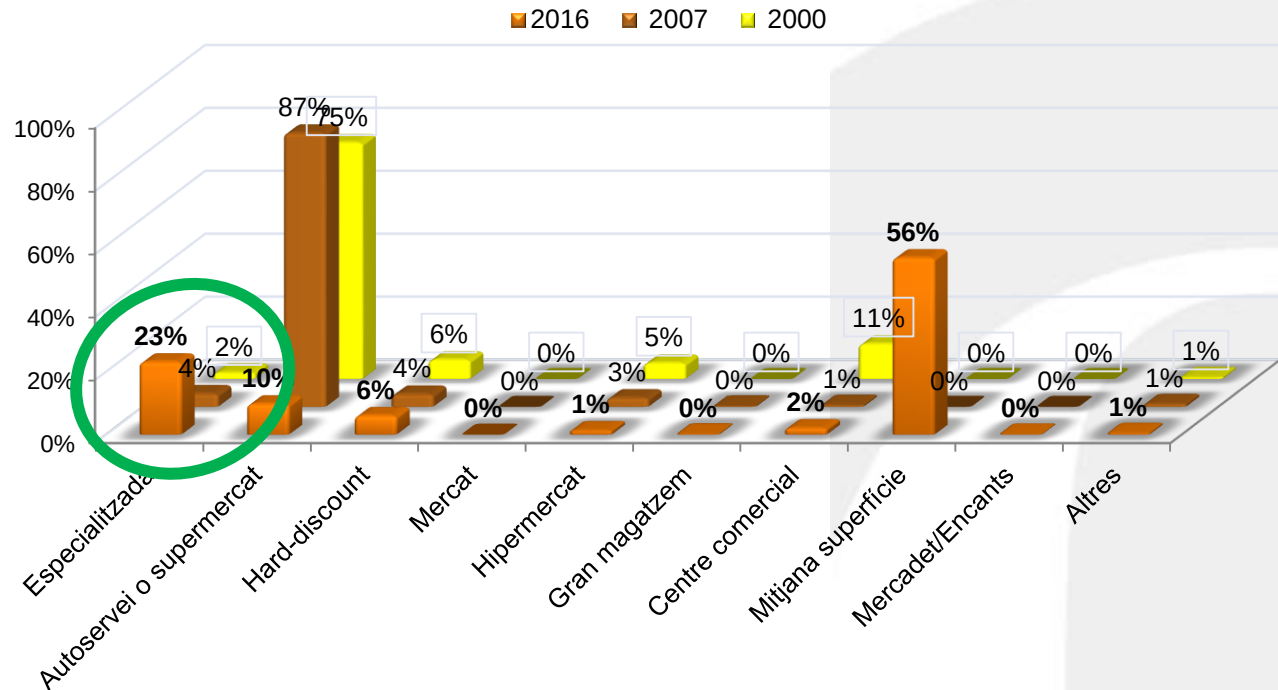
4 Propostes

Foment
activitat
econòmica
urbana

Foment de la
competitivitat de les
empreses: Formació

Foment de la
competitivitat:
Continuació DPV

Augmentar l'atracció
i servei als municipis
veïns amb
urbanització extensa



Gràfic. Evolució tipus d'establiment compra Alimentació Seca



Cambra de Comerç de Sabadell

4

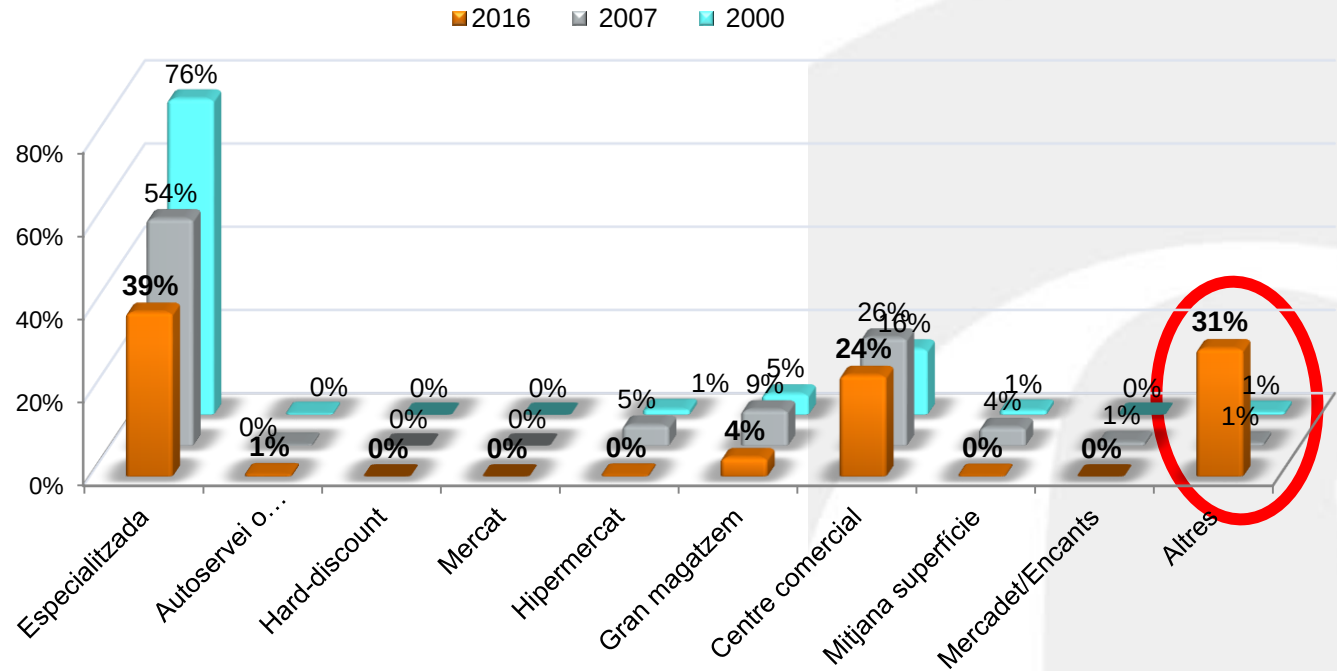
Propostes

Foment
activitat
econòmica
urbana

Foment de la
competitivitat de les
empreses: Formació

Foment de la
competitivitat:
Continuació DPV

Augmentar l'atracció
i servei als municipis
veïns amb
urbanització extensa



Gràfic. Evolució en l'establiment de compra d'equipament llar



Cambra de Comerç de Sabadell

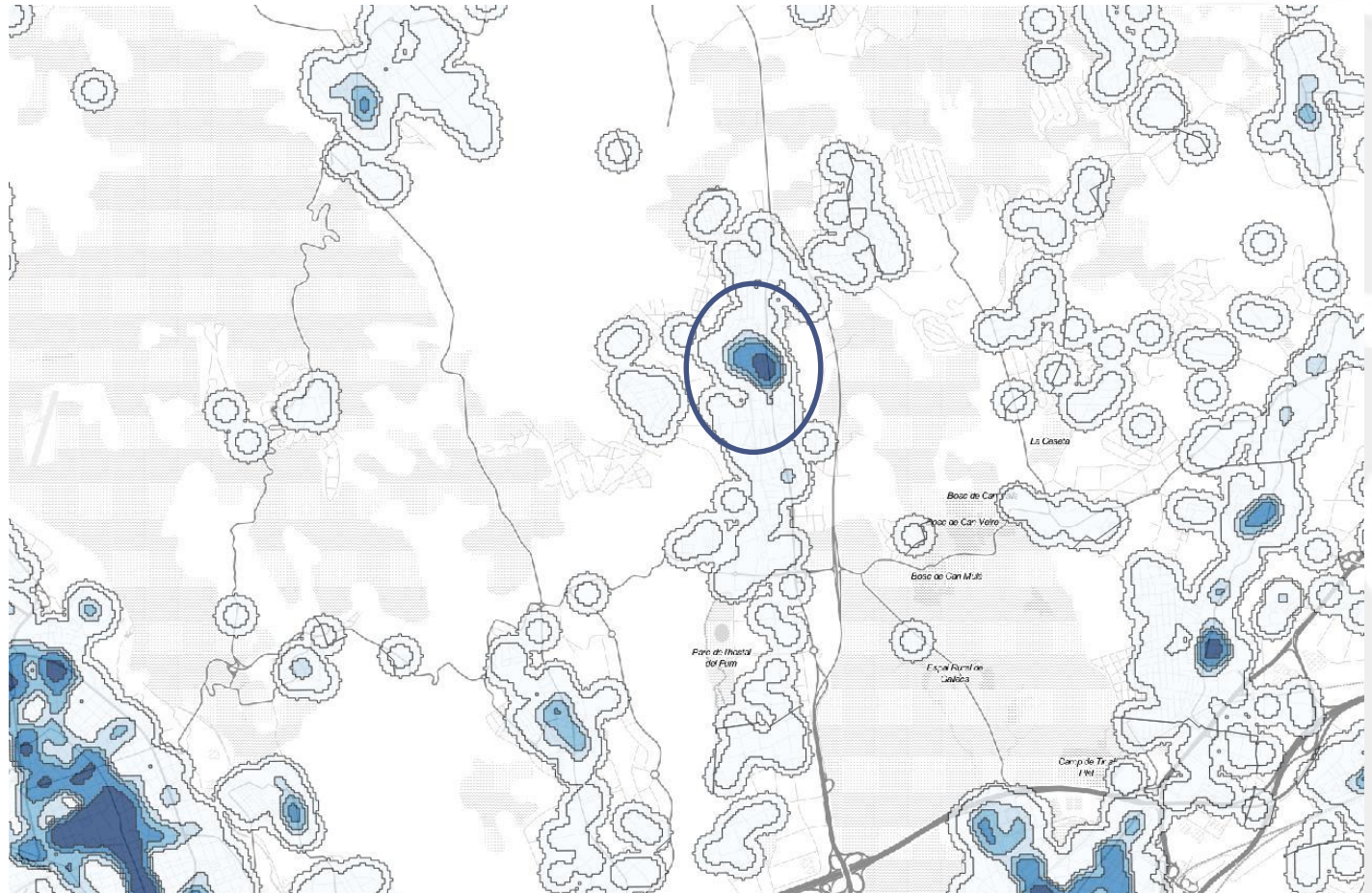
4 Propostes

Foment activitat econòmica urbana

Foment de la
competitivitat de les
empreses: Formació

Foment de la
competitivitat:
Continuació DPV

Augmentar l'atracció
i servei als municipis
veïns amb
urbanització extensa



4 Propostes

Urbanisme comercial

Millora del confort dels carrers del nucli central

Modificar l'ordenança d'edificació

Foment de la conservació i millora dels edificis antics

Viabilitat ordenances reguladores activitat

Millora en la senyalització i aparcament



Cambra de Comerç de Sabadell

4 Propostes

Urbanisme comercial

Millora del confort dels carrers del nucli central

Modificar l'ordenança d'edificació

Foment de la conservació i millora dels edificis antics

Viabilitat ordenances reguladores activitat

Millora en la senyalització i aparcament



4 Propostes

Urbanisme comercial

Millora del confort dels carrers del nucli central

Modificar l'ordenança d'edificació

Foment de la conservació i millora dels edificis antics

Viabilitat ordenances reguladores activitat

Millora en la senyalització i aparcament



Cambra de Comerç de Sabadell

4 Propostes

Urbanisme comercial

Millora del confort dels carrers del nucli central

Modificar l'ordenança d'edificació

Foment de la conservació i millora dels edificis antics

Viabilitat ordenances reguladores activitat

Millora en la senyalització i aparcament



Cambra de Comerç de Sabadell

4 Propostes

Urbanisme comercial

Millora del confort
dels carrers del nucli
central

Modificar l'ordenança
d'edificació

Foment de la
conservació i millora
dels edificis antics

Viabilitat ordenances
reguladores activitat

Millora en la
senyalització i
aparcament



Cambra de Comerç de Sabadell

4 Propostes

Urbanisme comercial

Millora del confort dels carrers del nucli central

Modificar l'ordenança d'edificació

Foment de la conservació i millora dels edificis antics

Viabilitat ordenances reguladores activitat

Millora en la senyalització i aparcament



Cambra de Comerç de Sabadell

4 Propostes

Urbanisme comercial

Millora del confort dels carrers del nucli central

Modificar l'ordenança d'edificació

Foment de la conservació i millora dels edificis antics

Viabilitat ordenances reguladores activitat

Millora en la senyalització i aparcament



Cambra de Comerç de Sabadell

Propostes

Urbanisme comercial

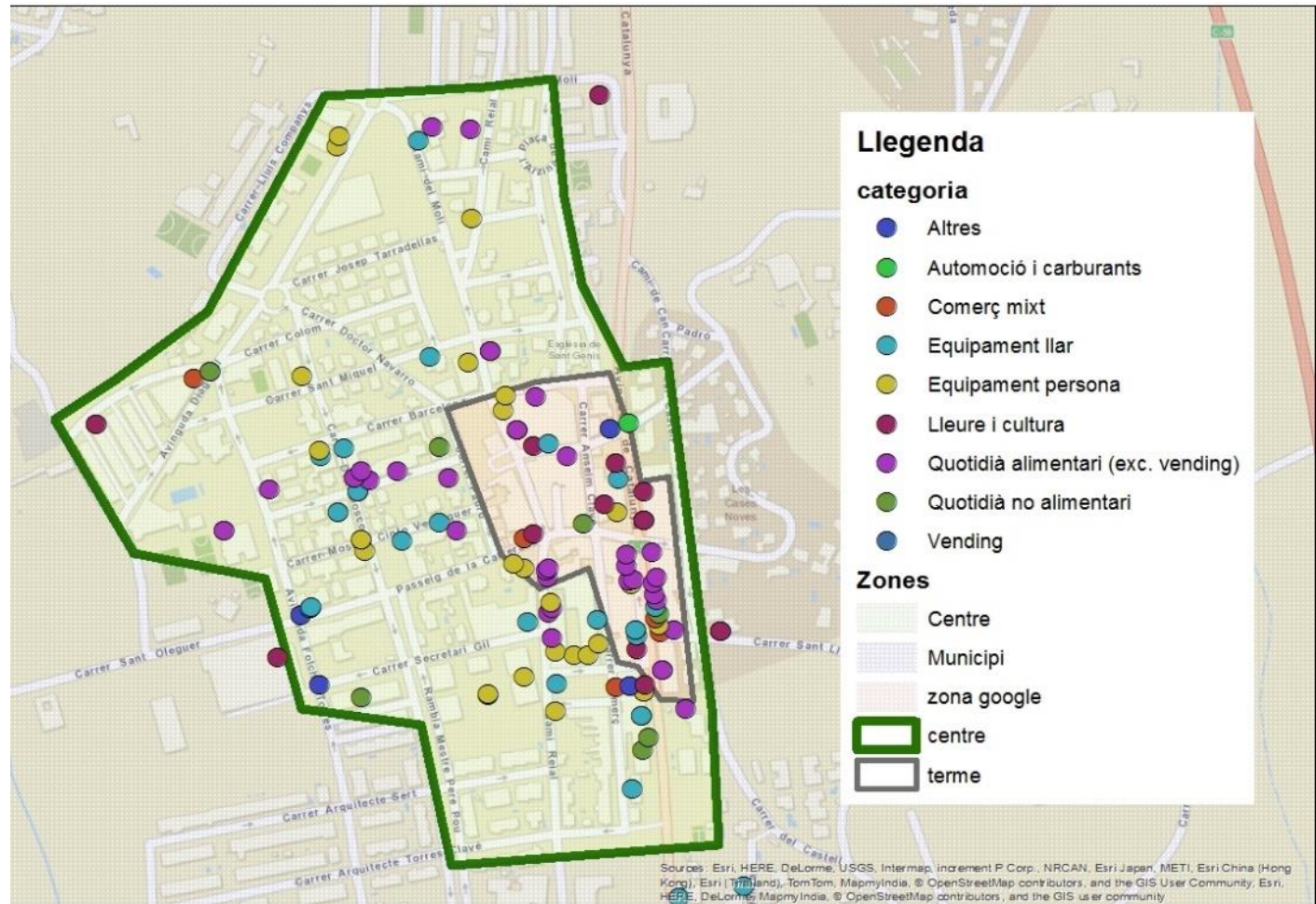
Millora del confort dels carrers del nucli central

Modificar l'ordenança d'edificació

Foment de la
conservació i millora
dels edificis antics

Viabilitat ordenances reguladores activitat

Millora en la senyalització i aparcament



4

Propostes

Urbanisme comercial

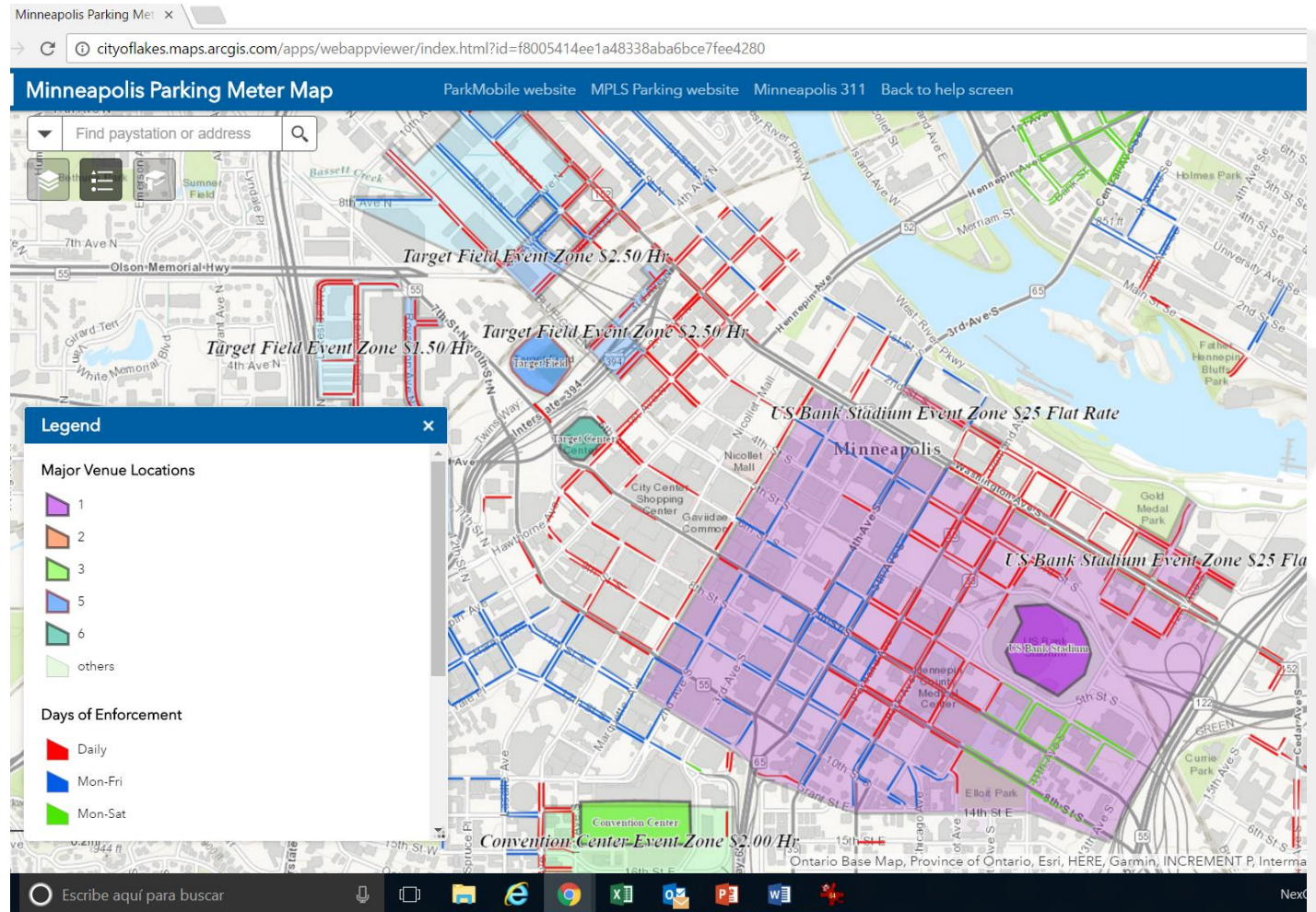
Millora del confort dels carrers del nucli central

Modificar l'ordenança d'edificació

Foment de la conservació i millora dels edificis antics

Viabilitat ordenances reguladores activitat

Millora en la senyalització i aparcament



Cambra de Comerç de Sabadell

MOLTES GRÀCIES

Cambra de Comerç de Sabadell

