

i Informe Encuesta de Coyuntura del Comercio Minorista de la Comunidad Valenciana, 2003.

Este informe presenta la situación de la distribución comercial minorista de la Comunidad Valenciana a través de la opinión de los comerciantes y empresarios del comercio en relación a una serie de variables referentes a su actividad comercial: volumen de negocio, compras a proveedores, inversión, empleo, limitaciones de la actividad y expectativa.



i Informe Encuesta de Coyuntura del Comercio Minorista de la Comunidad Valenciana, 2004.

En 2004 continúan los trabajos que consolidan las encuestas trimestrales de Coyuntura del Comercio Minorista de la Comunidad Valenciana. En esta publicación se puede consultar la opinión de los comerciantes y empresarios valencianos de la actividad de sus negocios y de las perspectivas de futuro. La información puede consultarse por grupos de actividad: alimentación, equipamiento personal, equipamiento del hogar, otros productos de consumo ocasional y grandes superficies.



i Informe Encuesta de Coyuntura del Comercio Minorista de la Comunidad Valenciana, 2005.

Tras dos años de trabajo en la Encuesta Coyuntura del Comercio Minorista de la Comunidad Valenciana. En 2005, se introducen un conjunto de mejoras dando mayor valor añadido a esta herramienta de trabajo. En este informe se recoge la evolución del comercio minorista valenciano a través de un conjunto de variables (volumen de negocio, compras a proveedores, inversión, empleo, precios, limitaciones de la actividad comercial y expectativas comerciales) que permiten desarrollar el Indicador de Confianza del Comercio Minorista, indicador que muestra la situación del comercio valenciano desde el punto de vista de los comerciantes.



i Publicaciones digitales

-  Plan de Acción Comercial
-  Actualización
-  Planes Comarcales



Oficina PATECO

Publicaciones

www.pateco.es

Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana

Oficina PATECO

Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana
 C/ Bailía, 2-3ª
 46003 Valencia
 Tel 96.315.58.70
 Fax 96.391.26.85
pateco@camarascv.org

2007

Consejo de
Cámaras
 de la Comunidad Valenciana



GENERALITAT VALENCIANA
 CONSELLERIA D'EMPRESA, UNIVERSITAT I CIÈNCIA

La distribución comercial minorista en la Comunidad Valenciana.

Contiene todos los datos y el análisis sobre la estructura comercial de la Comunidad Valenciana, tanto en relación con su ubicación en el territorio (Áreas Comerciales), como en lo relativo a su adecuación con la demanda de los consumidores. Incluye los principales resultados y conclusiones de los estudios realizados para el Plan de Acción Territorial aplicado a la Distribución Comercial de la Comunidad Valenciana. Este Plan se realizó en 1996 con el objetivo de desarrollar una metodología propia para el estudio de la actividad comercial en la Comunidad Valenciana y generar una herramienta adecuada y útil para la ordenación y modernización del sector.



Marketing estratégico para el pequeño y mediano comercio.

Este libro nace con la pretensión de que el marketing sea apreciado como una herramienta de gestión útil para las pymes comerciales. Esta publicación expone de forma práctica el proceso para abordar un enfoque estratégico orientado al mercado, desde la elaboración de un plan de marketing, hasta información sobre cada una de las opciones estratégicas con que cuenta el pequeño comercio para posicionarse adecuadamente y ser competitivo.



El impacto de la actividad comercial sobre el territorio.

Guía de consulta que ofrece información práctica sobre cómo se relacionan en la actualidad el comercio y el territorio. Aporta un conjunto de reflexiones, indicadores y datos dirigidos a medir y evaluar la posible incidencia de la actividad comercial sobre el territorio en el que se asienta.



Oficina PATECO. Un instrumento para el comercio.

Tras cinco años de trabajo en el ámbito de la distribución comercial (1996-2001), la Oficina PATECO presenta este balance de actuaciones, que incluye la relación de los estudios realizados y las iniciativas impulsadas por esta oficina en el ámbito de la actividad comercial. El texto aporta elementos para la reflexión sobre la relación del comercio y la ciudad, así como sobre los instrumentos y actuaciones más adecuados para la dinamización del comercio urbano.



Alicante. El comercio y la ciudad.

Contiene los resultados y conclusiones de los estudios realizados para elaborar el Plan de Acción Comercial de Alicante (PAC-Lucentum). El PAC Lucentum se desarrolló durante 1997 y constituyó el primero de los Planes de Acción Comercial realizados por la Oficina PATECO. El documento recoge una gran cantidad de información que permitirá conocer con detalle la dinámica comercial de la ciudad de Alicante en general, y de las distintas zonas comerciales en particular, y detectar las claves que permiten comprender su evolución.



Castellón de la Plana. El comercio y la ciudad.

Proporciona un conjunto de datos y reflexiones procedentes del Plan de Acción Comercial de Castellón, realizado en el año 2000, que posibilita el conocimiento de las distintas variables (sociodemográfica, económico-comercial y urbano-comercial) que conforman su modelo comercial. En el texto se recogen asimismo las líneas estratégicas de futuro planteadas para la dinamización del comercio castellonense.



Plan de Acción Comercial de Orihuela.

Incluye los estudios de diagnóstico correspondientes al Plan de Acción Comercial de Orihuela, realizado en 1999. El documento aporta, a través del conjunto de datos presentados, una fotografía de la realidad social, urbana, económica y comercial de Orihuela y plantea una serie de recomendaciones que inciden en las potencialidades de este municipio para convertirse en un referente turístico y comercial.



Plan de Acción Comercial de Burriana.

Esta publicación es una síntesis de la información, diagnósticos y conclusiones del Plan de Acción Comercial de Burriana. En ella se refleja la situación del comercio local bajo una triple perspectiva: social, económica y urbana. Asimismo recoge un conjunto de propuesta de futuro para la dinamización del comercio minorista de la ciudad.



El PFU. Prediagnóstico de Funciones Urbanas.

Convertir a las ciudades de tamaño medio en núcleos de población dinámicos, atractivos y competitivos es una tarea que puede abordarse de diversas maneras. Este manual se concibe como una herramienta de trabajo para el diagnóstico estratégico de las ciudades medias a través del análisis de sus funciones urbanas. En el PFU se establecen una serie de estándares y de indicadores a nivel europeo que permiten elaborar "diagnósticos de desarrollo urbano" de ciudades medias.



EPS. Espacio para la Participación Social.

La nueva planificación estratégica fomenta la participación social, estimula la comunicación entre los distintos agentes ubicados en el territorio, unifica intereses divergentes y ayuda a ordenar las decisiones que se han de tomar garantizando una mejor implantación de las mismas. Esta publicación establece una metodología específica para que ciudades de tamaño medio pongan en marcha procesos de planificación estratégica aplicadas al territorio. El EPS recoge todo un conjunto de fichas y de propuestas cronológicas para que la participación ciudadana contribuya al desarrollo de las ciudades al tiempo que se establecen toda una serie de propuestas para gestionar los procesos de participación ciudadana en la planificación estratégica de las ciudades.



Catálogo de Buenas Prácticas de Planeamiento Urbano.

En un momento donde las ciudades tratan de ser más atractivas, dinámicas y competitivas, el planeamiento urbano se convierte en una herramienta para alcanzar este objetivo. En esta publicación se recogen un conjunto de experiencias, proyectos y acciones innovadoras desarrolladas en distintas ciudades medias, que afectan a diferentes funciones urbanas (movilidad, economía, turismo, asistencia social, etc.) y que pueden ser transferidas a otras localidades adaptándolas a sus especificidades.



I Jornadas Internacionales en gestión de centros urbanos.

Celebradas en la Escuela de Negocios Luis Vives de Valencia durante los días 27 y 28 de septiembre de 2001, las I Jornadas Internacionales de Gestión de Centros Urbanos, enmarcadas en el desarrollo de la tercera edición del Curso de Gerentes de Centro Urbano, han supuesto una aproximación brillante a la experiencia de numerosas ciudades europeas en la gestión de sus centros urbanos y comerciales.

