

**PROFESIONALES PARA EL FOMENTO DE LA
ACTIVIDAD ECONÓMICA VALENCIA EXTRAMUROS
NORTE**

Comercio como vehículo de dinamización, revitalización e inclusión en Orriols

(Orriols, 2015)

Javier Hernández González (javierhernandez@gmail.com)

EXTRACTO

Este informe pretende hacer un recorrido descriptivo por la población y los servicios del distrito de Orriols. Se tratará de dibujar el perfil demográfico de su población, identificar las características singulares de la misma y, paralelamente se esbozará igualmente el perfil y estado actual del sector del comercio y su potencial como vehículo de socialización, convivencia, dinamización e inclusión social.

1-. Singularidades demográficas de Orriols:

1.1-. Habitabilidad y urbanismo

Con los planes de Ensanche de Francisco Mora, entre 1907 y 1912, un antiguo núcleo rural constituido por alquerías y terrenos agrícolas se anexionó a la ciudad de Valencia. Es en los años sesenta cuando el barrio experimenta el mayor cambio demográfico y urbanístico que, configura definitivamente su actual estructura urbanística, construyéndose en esas fechas el 61,2% de las viviendas que hoy forman parte de este distrito mientras que, en el resto de la ciudad fueron construidas el 24,2% en total en el mismo periodo (Moncusí, 2009). La génesis de esta zona de la ciudad de Valencia asentó las bases de lo que hasta hoy forma parte de la ideosincrasia del barrio destacando dos características identitarias propias. Por una parte, el perfil socioeconómico de clase trabajadora, puesto que, la gran mayoría de aquellas viviendas construidas fueron viviendas sociales. La otra gran característica, se observa ya en los inicios del barrio; siendo receptor de inmigrantes que poblaron el barrio al ser los receptores de aquellas viviendas sociales. Lejos de las migraciones transcontinentales contemporáneas, Orriols fue receptor de nuevos vecinos que emigraban desde otras zonas de España. Así se desarrolló esta zona de Valencia, y así llega hasta nuestros días, trabajadora y conviviendo con la multiculturalidad.

Que el diseño urbanístico de los sesenta se mantenga hasta la fecha en un 61,2%, muestra la singularidad de una vecindad altamete identificada con su entorno cotidiano y a la vez, muestra la poca intervención por parte de las administraciones públicas que ha

vivido el barrio en cuanto a modernización urbana. De hecho, observando la imagen del barrio (Imagen 1) se puede comprender cómo la construcción y obras de mejora del barrio, por su características físicas (calles estrechas, escasez de zonas verdes, escasez de zonas abiertas, etc.), se realiza siempre en la periferia del barrio, más próximas a los barrios vecinos donde los espacios son más amplios y no estaban urbanizados hasta hace pocos años que al propio centro del barrio Orriols.

Imagen 1. Delimitación aproximada del barrio de Orriols.



Fuente: Google earth. Elaboración propia (área no proporcional a la imagen real).

De esta manera, con las características de un barrio de los años sesenta conviviendo en pleno siglo XXI, los vecinos de Orriols conviven con los inconvenientes propios de un diseño urbano no actualizado ni humanizado. Donde las dificultades clásicas

de movilización (los autobuses urbanos deben ser de tamaño adecuado para calles angostas y con poco ángulo de giro), el tranvía que por motivos obvios queda a la periferia del barrio, las escasas plazas de estacionamiento propias de un diseño urbano sin preveer un parque automovilístico tan grande como el actual y la inexistencia de ciclovías, se añade la escasa y deteriorada dotación de zonas de encuentro para la ciudadanía como zonas verdes, plazas acondicionadas para personas de edad avanzada y niños.

Estas características, lejos de suponer un obstáculo al desarrollo de este barrio de trabajadores e inmigrantes, ha hecho que el barrio de Orriols generase unas dinámicas propias de convivencia y población. Aconteciendo a una dinámica de convivencia interna basada en el pequeño comercio que tradicionalmente ha cubierto las necesidades básicas de sus vecinos.

1.2.- Perfil demográfico

1.2.1.- Origen de los vecinos

Tal y como se apunta en el inicio de este documento, Orriols nació como barrio receptor de inmigrantes venidos de otras zonas de España. Tendencia que ha ido incrementándose y complementándose con la llegada de pobladores al barrio de inmigrantes venidos de fuera de España (como se observa en la tabla 1).

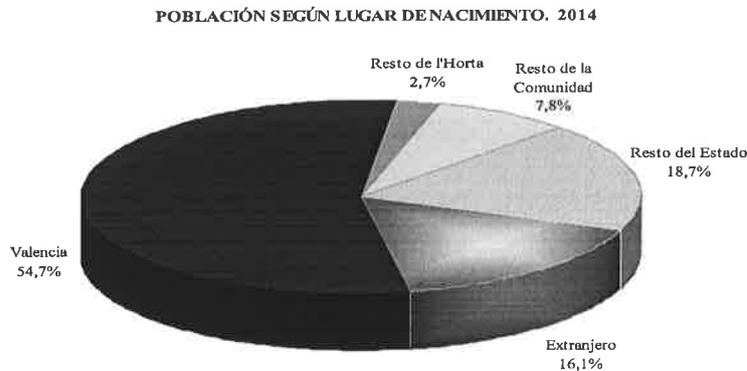
Tabla 1. Distribución de la población de Orriols por lugar de nacimiento, año 2014.

	Total	%		Total	%
València	7.091	44,1	Reste de l'Estat per Comunitats	3.283	20,4
Reste de l'Horta	338	2,1	Castella la Manxa	1.428	8,9
Reste de la Comunitat per Comarques	925	5,7	Andalusia	604	3,8
la Ribera Alta	67	0,4	Madrid	189	1,2
la Plana de Utiel-Requena	178	1,1	Aragó	266	1,7
Los Serranos	108	0,7	Castella i Lleó	170	1,1
la Safor	40	0,2	Catalunya	145	0,9
La Costera	19	0,1	Reste de Comunitats	481	3,0
el Camp de Turia	56	0,3	Estranger	4.452	27,7
El Alto Palancia	81	0,5			
la Ribera Baixa	30	0,2			
l'Alacantí	43	0,3			
Reste de Comarques	303	1,9			

Fuente: Oficina de estadística del Ayuntamiento de Valencia

Observando los datos de la tabla, observamos como el 44% de los habitantes del barrio son oriundos de la ciudad de Valencia y, el 48,1% nacieron fuera de la ciudad y; de ellos el 27,7% nacieron fuera del Estado Español. Con el 27,7% de población no española, Orriols se manifiesta como una de las zonas donde más extranjeros conviven, muy por encima de la media del resto de la ciudad de Valencia, donde el porcentaje es del 16,1% (gráfico 1).

Gráfico 1. Población según lugar de nacimiento.



Fuente: Oficina de estadística del Ayuntamiento de Valencia.

La población extranjera de Orriols, prácticamente duplica a la población extranjera de la ciudad de Valencia. Esto muestra claramente el carácter multicultural del barrio. Este dato, cabe complementarlo con la gran riqueza y variedad de culturas que conviven dentro del 27,7% de ciudadanos extranjeros (como muestra la tabla 2).

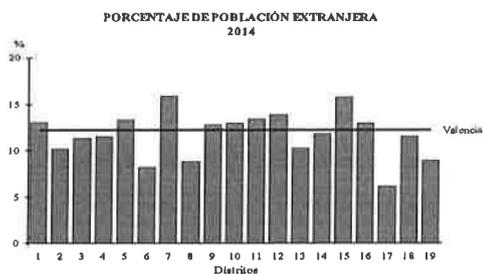
Tabla 2. Población de Orriols, por sexo y continente de origen.

	Total	UE(27)	Resta d'Europa	Àfrica	Amèrica del Nord	Amèrica Central	Amèrica del Sud	Àsia, Oceania i Altres
Total	3.628	587	144	937	9	95	1.294	562
Homes	2.154	308	63	666	3	27	657	430
Dones	1.474	279	81	271	6	68	637	132

Fuente: Oficina de estadística del Ayuntamiento de Valencia.

Cabe destacar que esta clasificación por continentes, encierra todavía mayor riqueza y diversidad si se desglosara por países, siendo además muy llamativa el equilibrio entre ciudadanos venidos de África, América del Sur y Asia y Oceanía. De esta manera, queda nuevamente evidenciado el carácter eminentemente receptor y acogedor de inmigrantes del barrio evidente si hacemos una comparativa con el resto de distritos de la ciudad de Valencia (gráfico 2).

Gráfico 2. Porcentaje de población extranjera por distritos (2011)



Fuente: Oficina de estadística del Ayuntamiento de Valencia.

La numeración horizontal del gráfico 2 corresponde a los diferentes distritos de la ciudad de Valencia y la línea horizontal es el promedio de la ciudad. El número 15 corresponde a Rascaña, donde se ubica el barrio de Orriols y el 7 a Olivereta (los dos distritos con mayor población inmigrante). Cabe destacar la desigualdad por distritos y, a la luz de los datos, la desigualdad por barrios incluso dentro de un mismo distrito. Recordando que en Orriols había un 27,7% (tabla 1) de inmigrantes y, en todo Rascaña apenas supera el 15%, implica que Orriols tiene un porcentaje muy superior al del resto de barrios colindantes pertenecientes a Rascaña.

1.2.2-. Ocupación y edad

Atendiendo a la ocupación de los vecinos de Orriols, se observa la constatación del carácter popular de sus habitantes (Tabla 3 y 4).

Tabla 3. Población según nivel de estudios y sexo (2011).

	Total	Analfabeta	Sense estudis	Primer grau	Segon grau	Tercer grau	Menors de 16 anys
Total	17.120	260	1.875	2.725	7.650	1.980	2.825
Homes	8.620	55	450	1.530	4.285	790	1.505
Dones	8.500	205	1.225	1.195	3.365	1.190	1.320

Fuente: Oficina de estadística del Ayuntamiento de Valencia.

Tabla 4. Población según sexo y situación profesional (2011)

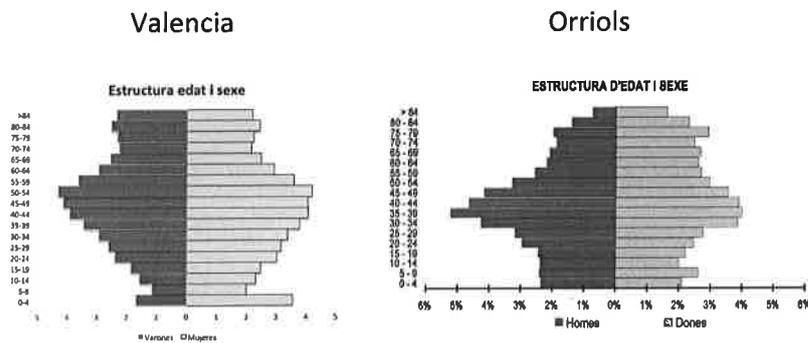
	Total	Empresari amb personal	Empresari sense personal	Empleats fixos o indefinits	Empleats eventuais	Ajuda familiar	Membre de cooperativa	Desocupats que no han treballat abans
Pobl Activa	7.986	205	525	4.080	2.400	205	0	570
Homes	4.345	145	340	2.210	1.370	95	0	190
Dones	3.645	60	190	1.875	1.035	110	0	380

Fuente: Oficina de estadística del Ayuntamiento de Valencia.

En la tabla 3, se observa que la población con estudios universitarios (tercer grado) es marcadamente minoritario, llamando la atención que, en el caso de las mujeres, el número de personas sin estudios es incluso superior al número de personas con estudios universitarios. En cualquier caso, es llamativo cómo la población se concentra muy mayoritariamente en torno a las opciones de estudios de primer y segundo grado. En la tabla 4, por otra parte, queda reflejado el carácter trabajador de la población donde los empresarios con empleados son 205 por una parte y los empresarios autoempleados y los empleados son 7005. Lo que indica que hay 6800 personas más empleadas que empleadores.

En cuanto a la edad, Orriols también presenta características singulares. En el gráfico 3, se puede comparar la estructura de la población de Orriols y Valencia.

Gráfico 3. Pirámide poblacional por edad y sexo de Valencia y Orriols.



Fuente: Oficina de estadística del ayuntamiento de Valencia

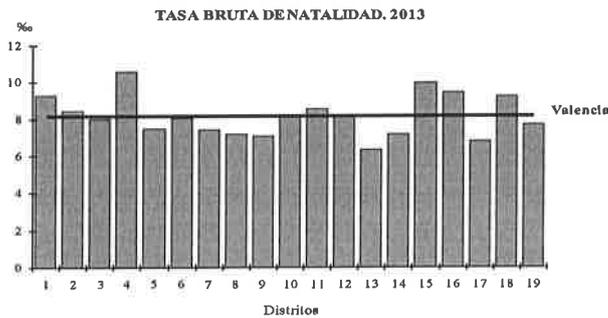
Elaboración propia de la pirámide de Valencia

NOTA: Ambos gráficos muestran el porcentaje de población que supone cada grupo etario.

Observando las dos pirámides poblacionales, se destacan tres aspectos claramente diferenciados que corresponden a las tres partes principales de las pirámides. La parte, baja, la parte central y la parte superior. En cuanto a la parte baja de la pirámide, se destaca la alta presencia de niños y jóvenes menores de 20 años en Orriols, mientras que, en Valencia ese grupo de población tiene mucho menor peso en la estructura. En cuanto a la parte central, observamos rápidamente que de nuevo, los grupos etarios mayoritarios, en Orriols son más jóvenes. Y, por último, la parte superior de la pirámide muestra como la proporción de población mayor de 65 años es mucho más reducida en el barrio de Orriols que en la ciudad. Estos tres elementos muestran una población envejecida y con dificultades para renovarse en la ciudad de Valencia y; en cambio, una población de mediana edad y con capacidad para renovarse en Orriols. Estos indicadores suponen dos realidades complementarias que se retroalimentan. Al mismo tiempo que en Orriols, la mayor parte de la población está en edad laboral productiva y, según los datos lo estará

por muchos años. En la ciudad de Valencia, hay menor proporción de población productiva y, por lo tanto de población activa. Además, en contra de las dinámicas de otras poblaciones de la ciudad de Valencia, en Orriols, gracias a la aportación de la inmigración no se da el fenómeno de gertrificación. Esto es, el envejecimiento acelerado de la población por el desplazamiento de los sectores medios hacia otros sectores geográficos. En definitiva, la población de Orriols, es una población con mayor capacidad productiva, con indicios de mayor estabilidad y mayor capacidad de reemplazo, por lo que, cabe suponer que tendrá una estructura similar, joven y activa aún con el paso del tiempo. Algo que se refuerza y corrobora atendiendo a la tasa bruta de natalidad (gráfico 4).

Gráfico 4. Tasa bruta de natalidad por distritos.



Fuente: Oficina de estadística del Ayuntamiento de Valencia

De la misma manera que en el gráfico 2, cada número del eje horizontal corresponde a un distrito, siendo el 15 el distrito de Rascaña. Observamos que, solo presenta una tasa de natalidad superior a Rascaña el distrito 4, Campanar.

1.3-. Comercio, empleabilidad e inclusión social

1.3.1-. El carácter comercial de Orriols

Tras perfilar demográficamente la población de Orriols y observar sus características marcadas por la no gertrificación, su carácter obrero y, sobre todo su multiculturalidad y capacidad para convivir disfrutando de esa diversidad aportada por los inmigrantes, cabe detenerse en el estudio de las fuentes de trabajo y características sociolaborales de los habitantes de Orriols y; cómo la actividad económica del barrio genera socialización y puede ser un motor de inclusión social más efectivo que cualquier política pública aislada.

Las actividades económicas que se desarrollan en Orriols se muestran a continuación (tabla 5).

Tabla 5. Actividades económicas por tipos (2014)

	Total	%
Industrials	33	100,0
Comerç i serveis	693	100,0
Comerç, restaurants hostaleria i reparacions	364	52,5
Transports i comunicacions	61	8,8
Institucions financeres i assegurances	140	20,2
Reste de serveis	128	18,5
Professionals	118	100,0
Agricultura	2	1,7
Indústria i construcció	10	8,5
Comerç, hostaleria i transports	17	14,4
Finances, dret, assegurances	52	44,1
Reste de serveis	37	31,4

Fuente: Oficina de estadística del Ayuntamiento de Valencia

Observando la tabla, se destaca como actividad y sector principal dentro del barrio de Orriols, el comercio y los servicios. Por cada actividad profesional e industrial, hay 4,59

actividades de comercio y servicio. Esta es otra de las características específicas del barrio y, se está convirtiendo en un vehículo eficaz de inclusión y dinamización de la vida social y económica del barrio.

Ya en 2009, el profesor Mancusí, identificó como uno de los elementos representativos del barrio de Orriols es que "sus habitantes se dedican mayormente al sector servicios, con concentración de actividad comercial de inmigrantes en algunas calles en particular". Vemos como el comercio protagoniza la vida del barrio y, probablemente no sea por casualidad. Como señalan Elizagarate y Zorrila (2004) "la pérdida de atractivo comercial está en muchos casos ligada a la pérdida de atractivo de la ciudad, por lo que se considera que el comercio es una de las variables fundamentales ". Estas profesoras de la Universidad de País Vasco consideran que la revitalización urbana, cursa necesariamente con la revitalización del comercio. Cabe destacar que en muchas propuestas como la de las autoras, estando centradas en sectores eminentemente turísticos, lejos de una lectura encaminada al turismo exclusivamente, al trabajar en favor del "atractivo de la ciudad" puede ir en beneficio del turismo pero, el primer beneficiario es el ciudadano habitante de las zonas donde se trabaja para revitalizar el comercio.

El comercio tiene hace una aportación a la revitalización y a la convivencia que se puede caracterizar en torno a tres ejes: socialización y revitalización, empleabilidad e, inclusión social.

1.3.2-. Socialización y revitalización a través del comercio

Un barrio que ofrece a sus vecinos la posibilidad de abastecerse de productos y servicios sin desplazarse fuera de él, es un barrio dinámico, humano y sustentable. El hecho de tener todas las necesidades cubiertas dentro del barrio genera una infinidad de beneficios asociados. Desde la no necesidad de desplazarse, implicando la disminución de contaminación ambiental, hasta la facilitación de generación de redes sociales y de apoyo entre los vecinos. Comprar en pequeños establecimientos habituales favorece que los ciudadanos se relacionen entre sí y genera relaciones sociales más próximas y humanizadas. Al mismo tiempo, genera la posibilidad de crear rutinas cotidianas encaminadas a relacionarse con otras personas. Lejos de la despersonalización a la que asistimos en los grandes centros comerciales, el pequeño comercio de barrio permite a comerciantes y clientes interactuar en confianza y compartir inquietudes que solo dos vecinos del mismo barrio pueden compartir. El simple hecho de que la vida del barrio esté presente en las conversaciones cotidianas genera sentimiento de pertenencia e identidad al sentirse identificado el cliente con el comerciante y viceversa al compartir problemas y soluciones de su vida cotidiana, comerciante y cliente comparten el colegio de sus hijos, asisten a los mismos centros de salud, comparten centros religiosos, etc. No es aventurado pensar que esa identificación y sentimiento de pertenencia, generará a su vez en los habitantes la necesidad de conservar, respetar y revitalizar el barrio participando activamente en la vida social del mismo. El pequeño comercio de proximidad es un comercio con personalidad que humaniza, alejándose de las grandes superficies alejadas de los centros de los vecindarios que generan desplazamientos, impulsividad, prisas y

deshumanizan la vida cotidiana al dificultar compartir espacios reflexivos por falta de horarios de los ciudadanos.

1.3.3-. Empleabilidad:

Al atender a las características de empleabilidad de la población española y europea, destacada rápidamente el papel que ocupan las PYME en la economía, especialmente en aspectos como empleabilidad y productividad. De esta manera, lejos del protagonismo mediático de las grandes empresas, son las PYMES quienes son el motor de la economía. En la tabla 6 se hace una comparación entre España y la UE-28 en cuanto a la presencia de empresas según número de trabajadores con datos del INE, DIRCE (2014) y la Comisión Europea en su "Annual Report on European SMES 2013/2014".

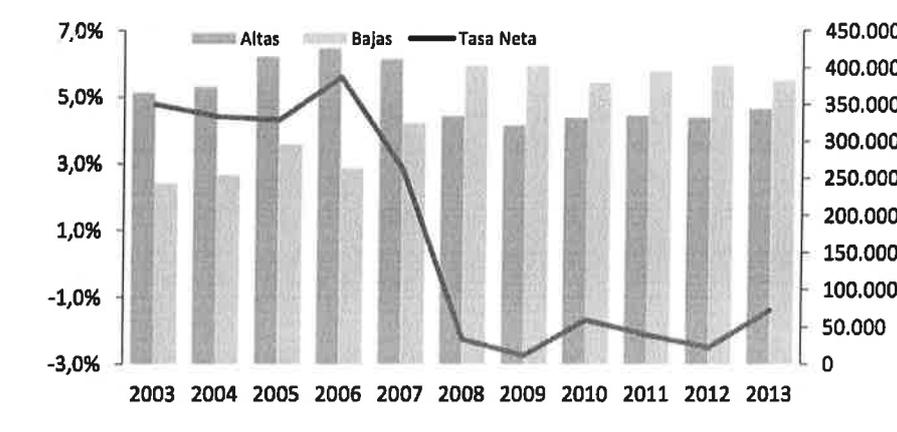
Tabla 6. Empresas por número de empleados en España y la UE-28 (porcentajes 2013).

	Desglosando PYMES por nº de trabajadores				Con PYMES agrupadas	
	Micro sin asalariados	Micro 1-9	Pequeñas 10-49	Medianas 50-249	PYME 0-249	Grandes 250 y más
España	53,6	42,2	3,5	0,6	99,9	0,1
UE-28		92,4	6,4	1,0	99,8	0,2

Fuente: Dirección General de Industria y de la PYME. Elaboración propia.

Observando los datos, vemos como las PYMES son la estructura mayoritaria que presentan las empresas españolas y europeas; lo que, más allá de su aportación al PIB y al empleo, muestra que la cultura empresarial y ciudadana está centrada en la pequeña y mediana empresa sin excepción caracterizando así el mercado y el tipo de consumo español y europeo.

Gráfico 5. Evolución del número de empresas y variación anual (porcentajes)



Fuente: Ine, DIRCE 2004-2014.

Siguiendo el gráfico 5 y atendiendo al informe "retrato de las PYME 2015" de la Dirección General de Industria y las PYME (2015), encontramos la llamativa fluctuación que ha tenido la evolución del número de empresas. Siendo en el caso de las PYME llamativo por su sensibilidad a la exposición a momentos económicos coyunturales; ya que, en el informe citado se expone que tras el máximo alcanzado en 2007, durante el periodo 2007-2013 desaparecieron el 8,9% de PYME. Mostrando inequívocamente la necesidad de mantener acciones de protección que minimicen la influencia de los momentos de recesión de los ciclos económicos.

Analizando la aportación de las PYME al empleo, igualmente las PYME presentan un papel protagonista y determinante en cuanto a la empleabilidad de la ciudadanía española y europea como se muestra en la tabla 7 con datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (datos a 31 de diciembre de 2014) y Comisión Europea, Eurostat, DIWecon, DIW, London Economics. Estimaciones para 2014.

Tabla 7. Empleo empresarial según clasificación de empresas por número de trabajadores en España y UE-28 en 2014

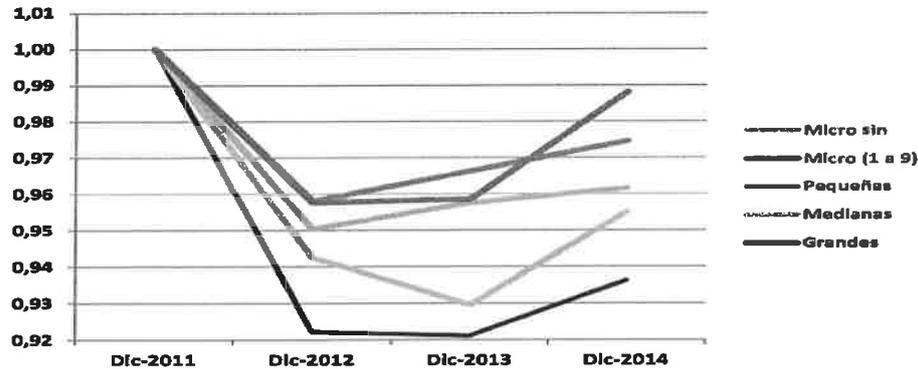
	Desglosando PYMES por nº de trabajadores			Con PYMES agrupadas	
	Micro empresas	Pequeñas	Medianas	PYME	Grandes
	0-9	10-49	50-249	0-249	250 y más
España	32,6	18,6	14,8	66,0	34,0
UE-28	28,6	20,7	17,4	66,6	33,4

Fuente: Dirección General de Industria y de la PYME. Elaboración propia.

Según los datos de la tabla, los ciudadanos españoles y europeos se emplean mayoritariamente en una PYME, en el caso español lo hace el 66% siendo el 34% empleado en las grandes empresas. Entrando en la diferenciación de las PYME, el 32,6% de los trabajadores españoles se emplea en micro empresas que tienen entre 0 y 9 empleados, el 18,6% en pequeñas empresas y, el 14,8% en medianas empresas. Lo que implica que, de nuevo las PYME más pequeñas son quienes aportan en mayor medida a la creación de puestos de trabajo para los ciudadanos.

En la creación de empleo, de nuevo las PYME se muestran como las empresas más expuestas e influenciadas por los momentos económicos coyunturales. En el siguiente gráfico, presentado también en el mencionado informe "retrato de las PYME 2015", se observa cómo ha evolucionado el empleo por tamaño de empresa en el periodo 2011-2014. Nuevamente, "se observa cómo la crisis está incidiendo en mayor medida al empleo generado por las pequeñas empresas, seguido del de las medianas. El empleo en las grandes empresas ha sido el menos afectado, con una variación del -1,19% en el periodo 2011-2014" (Dirección General de Industria y de la PYME, 2015, p. 4)

Gráfico 6. Evolución del empleo por tamaño de empresa (2011-2014).



Fuente: Dirección General de Industria y de la PYME.

Resumiendo los datos anteriormente expuestos sobre el número de empresas y empleo que ofrecen, las grandes empresas sufren menor variación y son más estables en cuanto al número de empleos que generan y, las PYME están más expuestas a la coyuntura económica. Esto indica que, en España, las grandes empresas ofrecen el 34% del empleo y, gozan de gran estabilidad, mientras que, las PYME aportan el 66% del empleo y, en cambio sufren grandes fluctuaciones en cuanto a su presencia en el mercado. Lo que vuelve a demostrar que quien más aporta en empleo son las PYME y necesitan mayor respaldo y apoyo. De esta manera, atinge reflexionar sobre hacia qué tipo de empresas se están enfocando las políticas públicas de empleo y cuáles son las que más necesitan el respaldo de la administración. Reforzando a la gran empresa se refuerza el 34% de los puestos de trabajo, si se refuerza a las PYMES, se refuerza el 66%.

1.3.4.- Inclusión

Cotidianamente se utilizan los términos de integración e inclusión social sin diferenciarlos e incluso como sinónimos. No obstante, cabe apuntar que contemporáneamente se diferencian estos dos conceptos, entendiendo la inclusión como una evolución de la integración que consigue superar barreras que no conseguía superar el concepto clásico de integración. En este artículo, se utiliza la integración como el proceso mediante el cual una persona o un colectivo pasa a convivir y ser tenido en cuenta en un contexto social determinado; es decir, el contexto social ya existe y está determinado y, los nuevos miembros se insertan en él siguiendo las normas y estructuras existentes. La inclusión en cambio, se entenderá aquí como el proceso mediante el cual se diseñan y establecen dinámicas sociales partiendo desde la necesidad de tener en cuenta todas las características de los miembros del entorno social; es decir, en el diseño del sistema se difuminan las barreras inter-grupos y se genera un espacio social donde todos forman parte, actúan y aportan en igualdad de condiciones. Cabe destacar que desde esta percepción de la inclusión, para que sea sustentable cabrá generar dinámicas de socialización con mecanismos particulares para las características de cada grupo encaminadas a subsanar las posibles dificultades para la socialización que cada uno de ellos tenga pero, no entendiéndose la socialización como el proceso mediante el cual un grupo se integra al colectivo ya existente; sino que el colectivo se forma desde el principio incluyendo a todos los grupos en igualdad de condiciones, con el mismo protagonismo y garantizando la presencia de sus diferencias como un elemento enriquecedor para el sistema general.

Habiendo perfilado el concepto de inclusión que se persigue en el contexto del barrio de Orriols, cabe preguntarse qué caminos se pueden seguir para alcanzar el objetivo de la inclusión como característica de la convivencia ciudadana. En este artículo, se propone que la actividad comercial en un contexto como el de Orriols, puede convertirse en un vehículo efectivo para tal inclusión. Entre otras cosas, ya parece haberse asentado el comercio en el barrio como elemento característico de quienes son acogidos siendo originarios de multitud de zonas geográficas según muestra el informe de Mancusí (2009).

El comercio, de forma "natural", se convierte en entornos multiculturales en un escaparate de esa multiculturalidad. De esta manera, las diferentes culturas, religiones o hábitos de consumo generan la demanda de comercio igualmente diverso. Trayendo esta afirmación a la realidad cotidiana, podemos identificar tres ejes sobre los que el comercio genera inclusión que, en definitiva son tres elementos del mismo proceso. Se diferencian de manera conceptual para facilitar su presentación pero, en la realidad cotidiana es imposible diferenciarlos puesto que, se retroalimentan y ocurren al mismo tiempo sin diferenciar etapas. Estos tres ejes, aquí se identifican como: a) el comercio como ejercicio de interculturalidad, b) el comercio como generador de identidad y pertenencia y, c) el comercio como facilitador socioeconómico.

a) El comercio como ejercicio de interculturalidad.

Desde los postulados básicos de la economía de consumo, la demanda genera oferta. Si la ciudadanía demanda algún bien o servicio, algún agente del mercado acabará

por ofertarlo. Esto, en la realidad cotidiana del barrio implica que un contexto social tan rico y diverso presenta sin dudas, necesidades igualmente diversas que están establecidas desde las diferencias socioculturales. De esta manera, en el barrio se han establecido numerosos comercios gerentados por vecinos provenientes de fuera del barrio, de la ciudad y de España. Cada vecino que instala un negocio, instala en el barrio al mismo tiempo, su cultura y cosmovisión y; así por ejemplo, se pueden encontrar fruterías con productos tradicionalmente no habituales en fruterías valencianas pero sí habituales de las zonas de origen de sus vecinos. Esos productos se demandan y por lo tanto, se ofrecen. Que un comercio ofrezca productos originarios de cualquier parte del mundo significa que en el barrio están presentes cotidianamente todas aquellas zonas de las que provienen esos productos. Al ingresar al comercio, por lo tanto, cualquier vecino se sumerge en aquella variedad y tiene acceso a la posibilidad de ampliar sus hábitos desde la multiculturalidad. La simple presencia de productos diversos, demuestra la presencia de su diversidad vecinal. Podemos observar otros ejemplos como preparación de comidas tradicionales con restaurantes valencianos, de otras zonas de España, comida árabe o asiática. Dentro de estos comercios por tanto, se tendrá acceso a realidades interculturales. Las características religiosas y/o culturales también demandarán diversidad de comercio como por ejemplo, las carnicerías con productos halal. Cada origen geográfico tiene características de consumo propias que se vehiculizan a través de la demanda y se satisfacen a través de la oferta. Así, sin ninguna intencionalidad concreta en su origen, la proliferación de comercio de los vecinos para los vecinos del barrio, genera diversidad necesariamente. De esta manera, haciendo un simple recorrido por los

comercios del barrio, se hace un recorrido multicultural enriquecedor de la vida social del barrio. Como se ha apuntado, el simple hecho de acudir a un negocio puede implicar aprendizajes interculturales, al preguntar, explicar y comparar productos y modos de uso de los mismos entre los vecinos.

Por otra parte, los comercios por defecto son organizaciones que para su supervivencia necesitan clientes. Esto significa que por la simple naturaleza de un negocio, este tendrá las puertas abiertas y, su rutina diaria irá encaminada a captar y mantener clientes. Este ejercicio económico tiene un rol fundamental puesto que, las relaciones al interior del comercio serán sin duda, relaciones abiertas y de proximidad humanizando la actividad comercial. Al abrirse a un cliente en un contexto de comercio de proximidad, le relación cliente-comerciante significa relación vecino-vecino. Así las relaciones comerciales se convierten en relaciones vecinales que dotarán a la convivencia del barrio del carácter abierto de su actividad comercial.

No menos importante es la relación entre trabajadores, siendo el entorno laboral, el entorno en el que un ciudadano pasa una gran cantidad de horas diarias, compartir ese entorno con personas provenientes de diferentes culturas, normaliza y enriquece sin ninguna duda la convivencia en interculturalidad y, finalmente la inclusión social.

b) El comercio como generador de identidad y pertenencia.

Hasta ahora, por el carácter multicultural del barrio y sus habitantes, se ha ido haciendo un recorrido por la interculturalidad basada en el origen diverso de los vecinos.

Pero restará complementar ese elemento de interculturalidad con la verdadera inclusión social. Un escenario inclusivo será efectivo cuando la identificación con el conjunto de la comunidad sea común y, posteriormente se refuerce la identidad de cada elemento que la compone. Así, Orriols será un entrono inclusivo cuando los vecinos se identifiquen y actuen como vecinos de Orriols y, posteriormente se atiende a sus características específicas. Por ejemplo, puede haber musulmanes, católicos, evangélicos, protestantes, adventistas, budistas, ateos, agnósticos, judíos, etc. pero, solo si todos se sienten partícipes en igualdad de condiciones de la vida social y, posteriormente cada colectivo satisface las necesidades propias de su condición, será un entorno inclusivo. En caso contrario estaremos en un escenario próximo a la integración pero ni siquiera esa integración sería efectiva. Es habitual en muchos contextos multiculturales no inclusivos, observar que nuevos vecinos hablan de que encuentran trabas a su convivencia por la dificultad de socializarse entre los viejos vecinos con sus normas y valores. En cambio, avanzar hacia una comunidad donde todos participen en igualdad de condiciones en la vida política, social, económica y cultural (inclusión), sin negar ni eliminar las identidades de aquellos que la componen, es derribar definitivamente las barreras para asentar la verdadera convivencia inclusiva.

En el sentido antes mencionado, es donde vuelve a proponerse el comercio como vehículo integrador por las características de su actividad. Un local comercial es un espacio donde la gente interactúa de forma natural porque para eso acude, para interactuar (comprar, vender, consultar, asesorar, prestar o recibir servicio, etc.). En ese espacio de interacción y durante la actividad rutinaria es donde nuevos y viejos vecinos;

aquellos que nacieron en el barrio y aquellos que no (cerca o lejos), comparten sus inquietudes, propuestas y necesidades. Los residentes de Orriols, llevan a sus hijos a los mismos colegios, comparten cultos religiosos, espacios sociales como plazas y parques (si están habilitados para ello), centros de salud, servicios municipales y, en definitiva comparten su vida cotidiana como vecinos de Orriols. Así, el comercio de proximidad y, especialmente el comercio con diversidad cultural, es un agente único que genera sentimiento de pertenencia e identidad con el barrio y sus vecinos. Resultando así, la convivencia en Orriols un objetivo común en el que participarán y defenderán todos sus habitantes. Sintiendo incluidos en el barrio, sus habitantes sentirán como propio el barrio, sentirán propio el mobiliario urbano, sentirán como propios los servicios que les presta el barrio y, en definitiva se harán partícipes de la vida social del mismo siendo de cualquier origen geográfico o cultural porque lo que tendrán en común será pertenecer de forma efectiva al barrio de Orriols.

c) El comercio como facilitador socioeconómico.

Hasta aquí se han presentado algunos aspectos sociales que el comercio puede dinamizar, revitalizar y mantener. Pero, no se puede dejar de lado el carácter puramente económico de la presencia del comercio en un barrio como Orriols. Como se ha expuesto anteriormente, estando en un escenario donde comerciantes y clientes (sin distinción alguna) son, principalmente convecinos, queda pendiente reflexionar sobre las aportaciones que el comercio pueda hacer a la economía de personas y familias.

Lejos de hacer una gran reflexión sobre la situación socioeconómica y laboral de la ciudadanía, se pretende únicamente destacar que la propuesta de entender el comercio como vehículo de desarrollo del barrio de Orriols tiene uno de sus grandes pilares en que es un elemento que unifica respuestas a diferentes necesidades. Si la necesidad de inclusión es vital para los residentes del barrio, también lo es evidentemente su acceso a recursos económicos. Como se ha presentado, el pequeño comercio de proximidad es una fuente de inclusión y empleabilidad; por lo tanto desarrollar el comercio del barrio, hace encontrar soluciones a la inclusión, convivencia y problemas económicos en un mismo lugar. Los residentes que accedan a un puesto de trabajo en el mismo barrio, estarán al tiempo que suplen sus necesidad económicas, convirtiéndose en agentes de socialización activos e inclusivos.

Conclusiones:

Se presenta a continuación una enumeración esquematizada de conclusiones tras las reflexiones presentadas en este artículo. Siendo conclusiones y no propuestas, queda formular dichas propuestas para diseñar e implementar un plan de desarrollo en el barrio que incluya a todos los ciudadanos, sectores y asociaciones.

- Orriols mantiene desde su formación dos características ideosincráticas propias que son: el perfil socioeconómico trabajador y; ser receptor y acogedor de pobladores de fuera de la ciudad de Valencia.

- El 47% de los habitantes de Orriols ha nacido fuera de la ciudad de Valencia, el 20% en el resto de España y el 27% fuera de España, muy superior al resto de la ciudad y a la media española. Por lo que, en cuanto a multiculturalidad es uno de los barrios más ricos de la ciudad.

- Su estructura poblacional destaca por presentar una estructura sustentable y no envejecida, gracias en gran medida a la aportación en cuanto a tasa de natalidad de nuevos vecinos no españoles.

- La tasa de natalidad está por encima de la media de la Ciudad de Valencia y del resto de España.

- Tiene un potencial de fuerza de trabajo característico, estando la mayor parte de su población en edad activa y, garantizando por su estructura sustentabilidad en su fuerza de trabajo.

- Las PYMES son el gran motor de empleo en España, Valencia y, principalmente en el barrio de Orriols.

- Las PYMES son la gran fuente de empleo pero, también están expuestas en mayor medida a las fluctuaciones de los ciclos económicos y las crisis. Por ende, precisan de mayor protección que las grandes empresas.

- De los sectores productivos, en Orriols destaca por su proporción, las empresas dedicadas al comercio.

- El comercio, puede ser un gran agente de inclusión social. Tanto cultural como económicamente hablando.
- Un plan de desarrollo inclusivo del comercio puede suponer a medio y largo plazo, reducción de gastos en servicios de asistencia y subsidios para la administración local y, a Orriols una fuente segura de sustentabilidad económica y social.

Referencias

Ajuntament de València. (2015). Cens de població 2011. Consultado 25 de agosto de 2015

en:

http://www.valencia.es/ayuntamiento/otras_publicaciones.nsf/vDocumentosTitulo/CensoP2011AM?opendocument&lang=2&bdOrigen=ayuntamiento/estadistica.nsf&lang=2&nivel=9

Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (2015). Retrato de las

PYME 2015. Gobierno de España: Madrid. Consultado el 01 de septiembre de 2015

en: http://www.ipyme.org/Publicaciones/Retrato_PYME_2015.pdf

Elizagarte, V. y Zorilla, P. (2004). El comercio urbano como factor estratégico para la

competitividad entre ciudades. *Distribución y Consumo*. Noviembre-diciembre.

Consultado 28 de agosto de 2015 en:

http://www.mercasa.es/files/multimedios/1292347679_DYC_2004_78_101_111.pdf

Moncusí, A. (2009). *Viejos y nuevos vecinos de dos barrios de Valencia (Orriols y Russafa)*.

Ajuntament de València: València.

Oficina d'estadística de l'Ajuntament de València (2015). *Estadístiques per territori*.

Consultada 01 de septiembre de 2015 en:

http://www.valencia.es/ayuntamiento/webs/estadistica/inf_dtba/pub/Districte_15_Barri_1.pdf

Bibliografía

Ajuntament de Barcelona i Districte Ciutat Vella (2014). *Plan de barrios*. Disponible en

línea en:

http://www.ravalsudpladebarris.cat/actuaciones_fitxa.php?idioma=1&idActuacion=389

Ajuntament d'Alcoi (2015). *25 propuestas para dinamizar el comercio*. Disponible en línea

en:

http://www.alcoi.org/export/sites/default/es/areas/promocion_economica/descarga/05_-_25_propuestas_para_dinamizar_el_comercio_de_Alcoi.pdf

Ayuntamiento de Ávila (2015). *Estrategia de dinamización e innovación del comercio*

minorista de la ciudad. Disponible en línea en:

<http://www.avilactiva.es/public/files/cats-att108-estrategia-dinamizac.pdf>

Ayuntamiento de Zaragoza (2015). *Plan integral casco histórico 2013-2020*. Disponible en

línea en: <http://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/pich/borrador/comercio.htm>

Eurostat (2015). *Unemployment statistics*. Disponible en línea en:

http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Unemployment_statistics

Organización Mundial del Comercio (2014). *Informe sobre el Comercio Mundial*. En línea

en: https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/wtr14_s.htm

AYUDAS A INICIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

Como hemos expuesto en el trabajo sobre el comercio y el barrio precisamente la revitalización del barrio pasa en parte por dotar al barrio de pequeños comercios que sean capaces de generar riqueza y vecindad.

La destrucción del pequeño comercio es parte de unas políticas equivocadas de anteriores gobernantes que han hundido una economía fructífera y estable en favor de unos intereses más que partidistas con la acumulación de riqueza en cuatro firmas.

La apertura del centro comercial Arena ha supuesto la destrucción en gran parte del pequeño comercio de la zona norte de Valencia. Evidentemente las políticas de anteriores gobernantes han destruido comercios de los cuales vivían cantidad de familias, era una fuente de ingresos de impuestos y una cultura comercial que desaparece y todo esto en favor de una macro empresa que solo vela por atesorar riqueza. La apertura de los horarios comerciales ha supuesto la última puntilla a un pequeño comercio ya debilitado por las políticas del Ayuntamiento, estas políticas que arremeten hasta con el derecho a la vida familiar y el ocio, el explotar la necesidad de trabajar de las gente aprovechándose al máximo de la situación laboral del país, el crear necesidades de gastos artificiales y un sinnúmero de despropósitos a cambio de un centro comercial que ni genera riqueza ni trabajo.

Este barrio tiene unas condiciones muy peculiares que favorecen la instalación de pequeños comercios, las plantas bajas aunque hay de todo, en su mayoría suelen estar entre 60 y 150 m², con lo que nos encontramos que hay una buena diversidad de espacios según el comercio que se quiere instalar. Desde un despacho de pan que no requiere mucho espacio hasta una tienda de saneamiento que podría necesitar más espacio para la exposición de productos, pequeños almacenes de profesionales, agencias de servicios, etc. evidentemente la carga económica tanto en alquileres, como equipamientos y puesta en marcha, como servicios, gasto de comunidad, etc. son menores y adaptables a las necesidades reales de cada negocio.

Al no ser un barrio céntrico los precios de sus locales no son altos. También influye la cantidad de plantas bajas vacías que permiten en estos momentos ajustar los precios de alquiler o compra de locales (siendo la mayoría de propietarios particulares) la negociación de éstos, las fórmulas de meses de carencia o ayuda para inicio, son más fáciles de negociar.

El número de sus habitantes hace que sea un barrio con mucha población y que por los índices de natalidad le dan una continuidad de potenciales consumidores de todo tipo de artículos. Desde productos de primera necesidad como alimentación u otros no tan imprescindibles pero evidentemente necesarios como ropa, etc. La composición de sus habitantes en edades, nacimiento y creencias, provoca la venta de artículos muy variados permitiendo incluso la especialización del servicio que fuese.

Gran importancia tiene hacia quien va dirigido el fomento de la ayuda a la apertura de comercios y servicios. Pensamos que se debe fomentar en el mismo barrio esta actividad, sobre el 80% de los habitantes del barrio están comprendidos entre los 25 y 50 años, justo las edades de mayor potencial y capacidad de trabajo unido a la gran capacidad que a esas edades se tiene de imaginación y creatividad. Es evidente que precisamente estos jóvenes son capaces de crear equipos de trabajo e indudablemente se adaptan a los cambios comerciales y están al día de las últimas tendencias ya que son parte innata en sus quehaceres diarios.

Pedimos al Ayuntamiento el fomento de las ayudas a la apertura de negocios, evidentemente su ampliación económica que ya existen y que arbitre la apertura cuanto antes de una oficina o ventanilla en el barrio que fomente estas actividades. El aumento de la publicidad, de ayudas o

campañas de publicidad donde el pequeño comercio o servicios se vea llevado a cabo por la gente joven. Hay muchas formas de ayudar a que el comercio minorista en el barrio se establezca y aumente en cantidad y calidad.

La interrelación con otras entidades públicas, oficinas de empleo, Servef, diputación, Consellería de Comercio, y un largo etc. en donde se oferte el pequeño comercio como fórmula de generar empleo, estadísticas nuevas fórmulas de comercio, información de ayudas, una bolsa de inmuebles que estén ayudados o subvencionados, necesidades de mercado, etc.

Otro de los problemas que llevamos desde hace años sufriendo es el abandono por parte de la administración local.

Se ha dejado el barrio sin policía de proximidad, la limpieza es bastante limitada y la inversión que se realiza en el barrio es prácticamente nula. Independientemente de estas circunstancias, se han reubicado en el barrio familias desestructuradas que han ocupado pisos e incluso fincas sin que, hasta el momento, ningún organismo de autoridad, haya actuado por evitar estas situaciones. Debido a la manera de actuar de estos nuevos inquilinos, el barrio ha ido degradándose respecto a convivencia y tensiones entre vecinos, llegando a crear inseguridad.

La dejadez en la limpieza de vías arrastra un déficit acumulado de varios años por la nefasta gestión anterior.

Por desgracia esta situación ya la han vivido otros barrios de Valencia castigados por los anteriores gestores y sabemos que esta nueva corporación no va a permitir, que se siga con la inercia heredada.

Ante esta situación los vecinos que pueden abandonan el barrio y la gente que queda, limita sus paseos a las mañanas por la inseguridad que les genera salir a la calle cuando oscurece por lo que nuestras ventas disminuyen o se limitan a la mañana.

INTERVENCIONES ESTRUCTURALES

Desde la asociación de profesionales por el fomento de la actividad económica de Valencia extramuros norte, exponemos las siguientes líneas de actuación que hemos considerado útiles y necesarias para la revitalización del barrio, a fin de poder aprobar un plan concreto en el próximo Pleno de la Junta Municipal d'Exposició:

1- Zona de deporte en la zona norte en el descampado de las alquerías en la calle Santiago Rusiñol entre las calles San Juan Bosco y Padre Viñas:

En esta zona proponemos la instalación de unas zonas de vóleybol y una cancha de baloncesto. Hay muchos vecinos del barrio que en estos momentos practican estos deportes en descampados que están en los alrededores, incluso tienen sus propias ligas y no reúnen ningún tipo de infraestructura. Esta zona es hoy utilizada para el estacionamiento de coches y dado que es de tierra se convierte en un verdadero charco de barro. Parte de esta zona, hoy recientemente limpiada por el Ayuntamiento, que reunía gran cantidad de escombros y basura contempla un mejor aspecto, pero evidentemente se le podría dotar de un objetivo mayor que el estacionamiento de vehículos. También pensamos que pueden tener un alto interés cultural lo que queda de estas viviendas pero nada incompatible con la propuesta. Esto daría un alto interés a esta parte del barrio y fácilmente administrable por la oficina que el Ayuntamiento tiene en el lugar.

En esta parte del barrio está ubicada la parada del tranvía y los finales de dos líneas de autobuses, también varios centros educativos (Marni, Instituto Orriols), muy cerca del parque de Orriols, del polideportivo Marni, el campo de Fútbol del Levante, al otro lado de la avenida el impresionante monasterio de Nuestra Señora del Sagrado Corazón o San Miguel de los Reyes.

El paisaje de esta parte del barrio pasaría de un solar embarrado lleno de coches a convertirse en una zona lúdica de deporte en un conjunto muy propicio para esta actividad y la pasividad de apertura de servicios al ser una zona de paso y entretenimiento.

2- Plaza de la ermita, es un viejo proyecto que ya ha sido presentado al Ayuntamiento y sobre el cual hay muchas esperanzas ya que está en pleno barrio y daría mucho aliciente. Esta plaza queremos que sea un centro de interacción de vecinos en donde las actividades al aire libre sean las protagonistas y un centro de atención y diversidad no solo de culturas sino de actividades sobre todo culturales, recreativas, etc., sábados tarde, domingos, verano, etc.

Hoy en día, este solar está prácticamente abandonado y sólo se usa como zona de aparcamiento. También es de tierra convirtiéndose en un nido de polvo y barniza cuando llueve. En su centro está la ermita de San Jerónimo y es utilizada por los Jerónimos (asociación cultural, dedicada a mantener la fiesta año tras año)

Este solar tiene el peligro de estar más bajo que las calles que lo colindan y no estar protegido por barandas ni ningún otro dispositivo de seguridad, ya hemos padecido algún accidente en este solar.

El acondicionamiento de la plaza, que no supondría una gran inversión puesto que su destino permite una zona amplia sin grandes estructuras, podría revitalizar el mismo centro del barrio ya que su ubicación permite ser disfrutado por todos los vecinos, la apertura de establecimientos de servicios sobre todo hostelería con terrazas, etc. Es una de las posibilidades de la zona, la actual vista de coches y tierra sería cambiada por un espacio diáfano, moderno y con vida

3-Efectivamente, cualquier intervención del Ayuntamiento supone un cambio en el ámbito que sea. En el caso de la zona norte, la realización del centro comercial Arena ha supuesto la última manipulación sobre el comercio en esta zona, además de no compensar con ningún tipo de ayuda al barrio.

Compensación evidentemente no económica, pero sí de inversiones en infraestructuras que ayudarían a que nuestro barrio tuviera un tejido comercial suficiente para revitalizarse. Está claro que no era esa la política de intervención pues se ha permitido a un espacio comercial destruir cientos de pequeños comercios y por lo tanto, cientos de puestos de trabajo fijos, estables e integrados en la vida de Valencia y en particular de este barrio.

Dotar de zona turística a Orriols para permitir aún más el abuso de las grandes firmas es lo que hemos esperado día tras día del consistorio anterior que se anulase y no contentos con eso, se ha producido un abandono total por parte de la administración

Así pues solicitamos la máxima implicación del nuevo Ayuntamiento en reducir los descalabros que este centro ha realizado en la zona norte, limitación de horarios y ayudas para la rehabilitación de Orriols.

4- Solicitamos de la junta la revisión de la composición del observatorio de comercio en el cual el pequeño comercio esta infrarrepresentado

En la actualidad, la pequeña empresa supone sobre el 98% de las empresas, también supone más del 70% de los trabajadores. Además la implicación cultural, la estabilidad económica y social, y sobre todo la implicación como parte de la vecindad y convivencia en nuestros barrios aconsejan una mayor, por no decir casi completa, de un observatorio de comercio en donde la pequeña empresa apenas está representada

5- Solicitamos de este Ayuntamiento ser incluidos para recibir información de cuantas campañas puedan ayudar a la rehabilitación de este barrio y así poder participar en ellas

6- Solicitamos información que pueda ayudarnos en uno de nuestros principales objetivos, que no es más que revitalizar y así dar vida a un barrio abandonado en los últimos años

7- Solicitamos se nos comunique de los distintos servicios del Ayuntamiento, tales como limpieza, baldeo, etc. para poder intervenir, ya que en muchas ocasiones no creemos que se cumplan los calendarios

Así mismo, solicitamos que:

Solicitar de la junta la revisión de la composición del observatorio de comercio en el cual el pequeño comercio se encuentra infrarrepresentado

Solicitar que seamos informados e incluidos en las campañas que el Ayuntamiento lleve adelante con el fin de poder participar en ellas

Solicitar información sobre las posibles ayudas a las cuales podamos optar con el fin de revitalizar el barrio, cuestión que como marca nuestros estatutos es nuestro principal objetivo

Solicitar se incluyan las propuestas que presentamos en la Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento sobre todo aquellas que hagan mención a la revitalización y dinamización del barrio

Solicitar se nos informe del calendario de los servicios que se restan al barrio