

Plan de Acción Local de Agenda Urbana Española

Cuestionario para la presentación básica de un Proyecto Estratégico

(Esquema básico, de extensión máxima 3 páginas)

Recordatorio: un Proyecto Estratégico (PE) tiene las siguientes características:

- Pueden ser proyectos tractores (con capacidad de arrastre sobre varios ámbitos y para el desarrollo global del municipio, impulsando y dinamizando la realidad local) y también planes sectoriales estratégicos. Ambos son Proyectos Estratégicos para el municipio, aunque internamente funcionen como planes.
 - Suponen una transformación en la organización y/o en la ciudad.
 - Plantean una estrategia a largo plazo. Definen dónde se pretende estar en 2030 y las líneas de actuación para llegar hasta allí. Aunque es habitual que se establezcan fases y planes revisables de menor duración.
-

1. Denominación del Proyecto Estratégico

PLAN DE IMPULSO Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL COMERCIO LOCAL Y DE LA PYME

2. Departamento responsable

DESARROLLO LOCAL

3. Diagnóstico y justificación

Situación actual:

(Presenta la información de diagnóstico de la situación actual que justifica realizar este PE.)

El comercio local tradicional es reconocido por su importancia en la creación de empleo, autoempleo y pequeños negocios, siendo el modelo de empresa familiar quizás el más importante. También se destaca su valor como generador de "vida" y de economía en las ciudades. Sin embargo, es un modelo con grandes debilidades y en el que existen amenazas que ponen en riesgo su viabilidad futura. Como debilidades destacaríamos el envejecimiento y lo que esto supone en términos de competitividad y la falta de relevo generacional de muchos de los establecimientos a pie de calle de las ciudades y como amenaza más severa el cambio de modelo de vida y de consumo de las nuevas generaciones y la pujanza de los grandes operadores de venta online (market places) que ofrecen el producto en tu hogar a precios inferiores y offline (grandes superficies). La falta de capacidad por parte del sector para superar ambas (debilidades y amenazas) es notoria.

La situación del comercio tradicional de San Sebastián de los Reyes no es diferente a la descrita y el camino hacia la especialización, la digitalización, la venta multicanal y el aprovechamiento de las características de su modelo (cercanía, profesionalidad, confianza, trato familiar y contacto con el vendedor y el producto) debe ser impulsado por las administraciones si queremos que sobreviva dignamente.

El plan de Impulso al Comercio se inició en 2020 y supuso una integración de acciones que tienen que ver con la transformación digital, la sensibilización a través de campañas a la

población y al tejido comercial, la formación de éste último colectivo para afrontar los cambios que les afectan, además de introducir herramientas que favorezcan una primera y rápida introducción digital del comercio, pretende a medio plazo introducir elementos de tracción y monitorización que desde el Ayuntamiento y las asociaciones empresariales puedan ayudar a generar campañas o mejorar las existentes midiendo sus impactos.

Principales retos:

(Intenta poner en orden de prioridad los retos a enfrentar. Pon tantos guiones como necesites)

- Concienciar y formar al comerciante en la modernización y transformación digital del negocio.
- Introducción de elementos off y online que hagan competitivos los negocios y ofrezcan alternativas a los compradores más jóvenes
- Generar redes colaborativas en el sector para operar en un mercado en el que no pueden competir aisladamente
- Asegurar el relevo generacional del comercio familiar
- Introducir elementos de monitorización de campañas organizadas por el Ayuntamiento, las Asociaciones empresariales y las agrupaciones de comerciantes que permitan medir la eficacia de las estrategias adoptadas y ayude a determinar las medidas correctoras.

4. Objetivos

(Enumarar los objetivos de Agenda Urbana asociados a este PE. Si algún objetivo de este PE no estuviera entre los de Agenda Urbana, por favor recógelos también para incluir las peculiaridades del municipio. Pon tantos guiones como necesites).

- ALINEACIÓN CON OE 2, 5, 7 y 9. A través del apoyo al comercio local con campañas de sensibilización y formación para facilitarles la transformación digital:
- OE2. EVITAR LA DISPERSIÓN URBANA Y REVITALIZAR LA CIUDAD EXISTENTE (2.5. Impulsar la regeneración urbana), el comercio de proximidad ayuda a mantener la vía pública activa y fomenta la movilidad sostenible.
- OE5. MOVILIDAD SOSTENIBLE (5.1. Favorecer la ciudad de proximidad., 5.2. Potenciar modos de transporte sostenible) No menos importante es el apoyo a la revitalización de la economía local, generando y monitorizando eventos para impulsar la economía.
- OE7. IMPULSAR Y FAVORECER LA ECONOMÍA (7.1. Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica). Al facilitar la transformación digital ayudamos a fomentar la innovación.
- OE9. FOMENTAR INNOVACIÓN DIGITAL. (9.1. Favorecer la sociedad del conocimiento y avanzar hacia el desarrollo de ciudades inteligentes (Smart Cities))

5. Líneas de actuación

(Enumera las líneas de actuación del PE. Pon tantos puntos como necesites)

1. Fase de Diagnóstico previo (debería ser muy centrada en cuanto a sus objetivos y corta en el tiempo ya que la problemática es bien conocida)

2. Concertación. Creación de un núcleo de trabajo estable formado por los grupos de interés: comerciantes más activos y las asociaciones comerciales (ACENOMA). Con ellos planificaremos y haremos seguimiento del Plan.
3. Puesta en marcha del Plan. Se iniciarán con proyectos piloto de corta duración en los que se experimentarán las hipótesis de trabajo y se realizará un control de seguimiento de los hitos marcados y los indicadores predefinidos.
4. Ejecución y difusión de acciones a mayor escala.
5. Revisión y rediseño (si es necesario) del plan

6. Estado actual del Proyecto Estratégico

(Señala en qué fase está: si está en elaboración; o si está aprobado como plan por algún órgano municipal; o si hay un plan anterior y ahora se propone su revisión...).

Se dieron una serie de pasos en el período de pandemia integrando actuaciones en un plan de acción muy orientado a implantación rápida y sencilla de soluciones que necesitan ahora revisarse y replantearse.

7. Actuaciones previas y en curso

(Enumera las actuaciones realizadas, señalando si se han realizado previamente o se están realizando ahora. Ej.: obras de accesibilidad en el edificio X. Realizado en la fecha X o realizándose actualmente. Pon tantos guiones como necesites).

- 2020.- Introducción de la herramienta de mercado MiUbic (especie de Groupon con ofertas para tracción de visitantes a las tiendas). Se desarrolló conjuntamente con una campaña de bonos descuento de 10 Euros con cada compra superior a 20. Presupuesto destinado 42.000 Euros.
- 2020.- Introducción del Marketplace DeBarrio.
- 2021.- Preparación de borrador de memoria para ayuda PRTR Mercados Sostenibles (incorpora actuaciones de inversión, aparcamiento de rotación en La Marina, etc.), Nueva convocatoria está próxima a salir
- 2022.- Realización de diagnósticos en varios comercios.

8. Previsión de otros agentes participantes

(Enumera las entidades, agentes, departamentos, que identificas como colaboradores necesarios o convenientes para realizar las actuaciones. Ejemplo: Administración General del Estado, Comunidad de Madrid, otros ayuntamientos, sector privado, agentes sociales, otros departamentos municipales, etc. Pon tantos guiones como necesites).

- ACENOMA, ANOME
- Comercio minorista
- Ayuntamiento de Alcobendas, Comunidad de Madrid
- Departamentos municipales de Urbanismo, Movilidad, Nuevas Tecnologías y tantos centros finalistas como las actuaciones de dinamización requieran.