II PLAN LOCAL DE COMERCIO DE EJEA DE LOS CABALLEROS

2021-2024

INDICE

1. **INTRODUCCIÓN…….…….…… 3**

2. **MARCO CONCEPTUAL …….. 5**

3. **METODOLOGÍA DE TRABAJO…….…….. 7**

4. **BALANCE DEL I PLAN LOCAL DE COMERCIO DE EJEA (2017-2020) ……..…. 13**

5. **ESTRATEGIAS, LINEAS DE ACTUACION Y MEDIDAS 26**

   Línea estratégica 1. Promoción y difusión del comercio local, y fidelización del cliente
   Línea estratégica 2. Innovación competitiva del comercio local
   Línea estratégica 3. Procesos de calidad y profesionalización
   Línea estratégica 4. Consolidación y mejora del comercio de proximidad
   Línea estratégica 5. Espacio urbano comercial.

6. **COORDINACION Y EVALUACION …….…… 37**

7. **RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y ECONÓMICOS …….. 38**

1. INTRODUCCIÓN

El 16 de octubre de 2017 el Pleno del Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros aprobó el I Plan Local del Comercio de Ejea, que tenía un horizonte temporal de cuatro años, desde 2017 hasta 2020, ambos inclusive. Este I Plan de Comercio de Ejea de los Caballeros partió de la premisa de que un municipio que considere el comercio como una de las actividades protagonistas de su economía debe fomentar la convivencia de un conjunto diverso de formatos comerciales, localizados en puntos distintos y con intereses muy diferentes. A partir de ahí se concibió una herramienta de planificación que aglutinase un compendio de acciones bajo diferentes líneas y ejes de actuación.

Partiendo de un marco normativo y conceptual en el que se encuadran el desarrollo y la implementación de las políticas en materia de comercio de cercanía o proximidad, en el documento del primer plan se recogieron una serie de principios rectores y criterios de concepción.

Para la elaboración de este primer plan se articuló, en colaboración con Aragón Participa (Gobierno de Aragón) y la Asociación de Empresarios del Comercio, Industria y Servicios de Ejea de los Caballeros, un proceso participativo en el que a través de diferentes talleres y jornadas se implicó a los agentes del sector, dando oportunidad de expresar sus demandas e inquietudes, abriendo también este proceso a la ciudadanía en su conjunto.

Tras los cuatro años de vigencia del primer plan, es voluntad del Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros propiciar una segunda edición del mismo, que abarque otros cuatro años de aplicación, es decir, desde 2021 a 2024. El proceso elaborativo del II Plan Local de Comercio de Ejea y Pueblos ha discurrido en 2021, continuando el espíritu participativo y co-creativo del primer plan.

En este II Plan Local de Comercio de Ejea y Pueblos se ha reeditado la colaboración entre el Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros, a través de SOFEJEA, la asociación Ejea Comercio, y el Gobierno de Aragón, a través de Aragón Gobierno Abierto. Para ello se suscribió entre el Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros y la Dirección General de Gobierno Abierto e Innovación Social del Gobierno de Aragón un acuerdo básico para articular el proceso participativo en la elaboración de este segundo plan de comercio. De este modo, la cooperación interinstitucional, entre ayuntamiento y gobierno autonómico, y la colaboración público-privada, entre estos y la asociación Ejea Comercio, se concibe como piedra angular del trabajo de elaboración de este II Plan Local de Comercio de Ejea y Pueblos.

Las circunstancias han hecho que el año en el que se produce la elaboración de este segundo plan, 2021, coincida con una pandemia de escala mundial que ha hecho tambalear los cimientos sobre los que se sustentaban los países y sus sociedades. La crisis sanitaria de la COVID 19 ha provocado una crisis económica muy profunda y grave, que nos ha afectado a todos, pero sobre todo a aquellos sectores económicos en los que la movilidad, el contacto humano y la accesibilidad son vitales, como el caso del comercio de proximidad o cercanía.

El Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros, desde marzo de 2020 y durante 2021, ha venido arbitrando un plan de choque frente a la pandemia. Un plan de choque que, entre otras medidas, ha puesto en circulación recursos económicos para ayudar a los sectores económicos más afectados, como el comercio y la hostelería, o los trabajadores autónomos y las microempresas locales. Son ejemplo de ello el Plan de Ayudas “Ejea Avanza”, en sus convocatorias de 2020 y 2021, o el Plan de Incentivo del Consumo Local, con la activación del Bono Ejea tanto en su vertiente de comercio como de hostelería.

Además, el Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros aprobó el 3 de septiembre de 2020 el Pacto por el Empleo y la Reactivación Económica de Ejea y Pueblos, que había sido avalado previamente por el Consejo Socioeconómico de Ejea y Pueblos. El Pacto pretende ser un instrumento al servicio de la recuperación económica tras la pandemia y una hoja de ruta que guíe el desarrollo de nuestro municipio por el camino de progreso, equidad y calidad de vida que todos deseamos. En este sentido, el propio Pacto recoge la necesidad de elaborar un II Plan Local de Comercio de Ejea y de prestar todo el apoyo posible al comercio local, más si cabe cuando ha sido unos de los sectores más afectados por la crisis económica provocada por la pandemia de la COVID 19.

Este documento del II Plan Local de Comercio de Ejea y Pueblos es reflejo del trabajo analítico y del proceso participativo que lo ha precedido. Su contenido se ha articulado en diferentes partes, empezando por esta misma pieza introductoria y siguiendo después con el marco conceptual en el que se desenvuelve.

Como afortunadamente partimos de un primer plan, otra de las partes en la que se estructura este documento es el balance del mismo. Es decir, la recopilación de los resultados de ejecución de ese primer plan que discurrió entre los años 2017 y 2020.

A continuación, avanza el desarrollo de contenidos del II Plan Local de Comercio de Ejea y Pueblos con una explicación de la metodología de trabajo que se ha seguido, en la que la participación ha tenido mucho que ver.

A partir de ahí, nos dirigimos a la parte nuclear de este segundo plan, a aquella en la que se explicitan las líneas estratégicas, los ejes de actuación y las medidas concretas que se deberán poner en marcha en los próximos cuatro años de vigencia del plan.

Por último, se abordan dos partes importantes para la virtualidad de este segundo plan. Por un lado, la explicación de su sistema de coordinación y evaluación continua. Por otro, la disponibilidad de recursos humanos y económicos que se ponen a disposición para que llegue a buen puerto el II Plan Local de Comercio de Ejea y Pueblos.

2. MARCO CONCEPTUAL

Uno de los conceptos que se ha manejado en la elaboración del II Plan Local de Comercio de Ejea y Pueblos (2021-2024) es de la continuidad. Dado que tenemos la suerte de partir de un primer plan, parece lógico que se haga una proyección de muchas partes del mismo en este segundo. No tendría mucho sentido romper con esquemas de planificación y trabajo que han funcionado bien y que pueden y deben seguir funcionando en el futuro. Tras un análisis sosegado, se ha comprobado que muchas de las líneas estratégicas, ejes de actuación y medidas del primer plan deben estar presentes también el segundo plan. Quizás haya que modularlas o adaptarlas, pero el camino avanzado en el primer plan desde 2017 debe seguir siendo andado en el segundo plan, pues muchas de las acciones son continuas, dinámicas y aprovechables. Para avanzar no solo es necesario hacer cosas nuevas y disruptivas, sino también hay que seguir haciendo lo que está bien y sea positivo.

Pero, obviamente, este II Plan Local de Comercio de Ejea y Pueblos no puede ser ajeno al tiempo que le ha tocado vivir, a un momento en el que se ha desatado una tormenta perfecta en formato de pandemia. Además de continuar proyectando acciones y medidas que ya estaban en el primer plan, esta segunda edición ha integrado nuevos planteamientos que en todo o en parte se han promovido como consecuencia de la crisis económica de la COVID 19. El comercio de cercanía, el comercio local de proximidad, la ha sufrido en sus carnes. La pandemia ha cambiado modos y maneras en la forma en la que el consumidor, el ciudadano de a pie, se relacionada con su comercio. La pandemia ha introducido nuevos enfoques, pero, sobre todo, ha acelerado cambios que ya se venían sugiriendo desde tiempo atrás.

Los especialistas han identificado una serie cuestiones que afectan al desempeño del comercio de proximidad. Han aparecido nuevos canales de distribución de productos, tanto online como ofline. Hay cambios en la movilidad de la población y nuevos requerimientos de accesibilidad al producto o servicio. El espacio urbano, con el vaciamiento de actividad económica en los cascos históricos y la degradación del parque inmobiliario también influye en el comercio local. Pero también le afecta la aparición de nueves residentes, de nuevas familias y hogares, que son fruto del cambio demográfico. Ante este escenario, los diferentes actores que intervienen en el devenir del comercio, públicos y privados, han puesto el foco en la generación de redes y en procesos de innovación constante. También lo ha hecho con políticas de intervención en la movilidad, en el espacio urbano comercial, con procesos de regeneración urbana y acciones de dinamización socioeconómica.

Todo esto, en mayor o menor medida, se venía haciendo antes de la llegada de la crisis de la COVID 19. Pero tras su explosión, la actividad comercial se vio afectada sobremanera. Como respuesta a la práctica paralización del comercio de proximidad, bien por su obligado cierre o bien por el descenso drástico de usuarios presenciales, se han generado alternativas que han buscado su supervivencia: la digitalización, la automatización y el e-Commerce.

Esta triple respuesta es reflejo de la solución a un problema: si desde el comercio no puedo relacionarme con mi cliente presencialmente, lo tendré que hacer a distancia. Este cambio de relación -del “cara a cara” al “cara a pantalla”- ha venido para quedarse. Aunque los formatos presenciales en un local comercial determinado no desaparecerán, tendrán que convivir con los formatos de relación a distancia. En esto la digitalización del comercio local va a jugar un papel fundamental, pero esa digitalización se debe producir no solo en el plano de las herramientas o los equipos, sino también, y sobre todo, en la mentalidad del comerciante, en cómo debe reformular su negocio para hacerlo sostenible desde este punto de vista.

Se ha hecho mucho hincapié en la necesidad de digitalizar el comercio de proximidad. Quizás no todos los comercios de cercanía lo necesiten, pongamos todo en su contexto. Todo dependerá de si el negocio funciona, tiene actividad e ingresos. Pero evidentemente gran parte del comercio local no debe perder de vista que, para cimentar su competitividad en un mercado cada vez más agresivo, deberá hacer un esfuerzo para interiorizar un proceso de digitalización a su medida, que dé respuesta a sus necesidades. En este sentido, la apuesta por la omnicanalidad, por integrar fórmulas de Marketplace local y sistemas de plataformas de envío a domicilio, las herramientas de comunicación digital con el cliente (APP, tarjeta de fidelización) y las estrategias de comunicación digital (redes sociales) son variables que hay que poner en un paradigma de futuro del comercio local de cercanía. La formación continua, las acciones de dinamización, las campañas de comunicación que destaquen la calidad, la atención personalizada y la cercanía y la generación de vínculos estables con el cliente son retos que también tendrá que acometer el comercio local.

Pero todo no ha sido negativo con esta pandemia. Ella ha generado cambios que se han convertido en oportunidades para el comercio de proximidad. Esta crisis ha puesto de moda lo cercano, lo próximo, lo de toda la vida. Se ha vuelto a poner el foco en las personas, gracias al efecto ejemplarizante del personal sanitario, de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, de los productores agroalimentarios, de los transportistas, etc.

Además, lo saludable se ha vinculado con lo próximo y con lo cercano, lo que ha beneficiado a las tiendas de alimentación de barrio, al pequeño comercio de frutas y hortalizas, de carne y pescado. De este modo, el estilo de vida saludable enmarcado en un hábitat a la medida del ser humano se ha puesto mucho en valor. El medio rural ha salido reforzado como paradigma de espacio donde se prima la calidad de vida, frente a un medio urbano de grandes ciudades, masificado y deshumanizado.

La COVID 19 ha llevado aparejadas nuevas conductas del consumidor, que busca seguridad y fiabilidad tanto en el producto como en el modo en que éste se le hace llegar. Han aparecido nuevos mercados, sobre todo los digitales, y nuevas maneras de entregar el producto al cliente, lo que se llama delivery.

De lo que se trata ahora, y es una de las pretensiones de fondo de este II Plan de Comercio de Ejea y Pueblos, es de aprovechar todas estas oportunidades para convertirlas en ventajas competitivas. La concepción compartida de la oferta comercial junto a otras ofertas, como el turismo o la hostelería, es muy pertinente en un mundo en el que el cliente busca experiencias que le enriquezcan, además de saciar una necesidad concreta.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO

El proceso de conformación y elaboración del II Plan Local de Comercio de Ejea se estableció de manera consensuada por el grupo motor del mismo, que estuvo integrado por SOFEJEA, asociación Ejea Comercio, Dirección General de Gobierno Abierto e Innovación Social del Gobierno de Aragón (Aragón Gobierno Abierto) y la empresa Inteligencia Colectiva, encargada de la coordinación del proceso participativo.

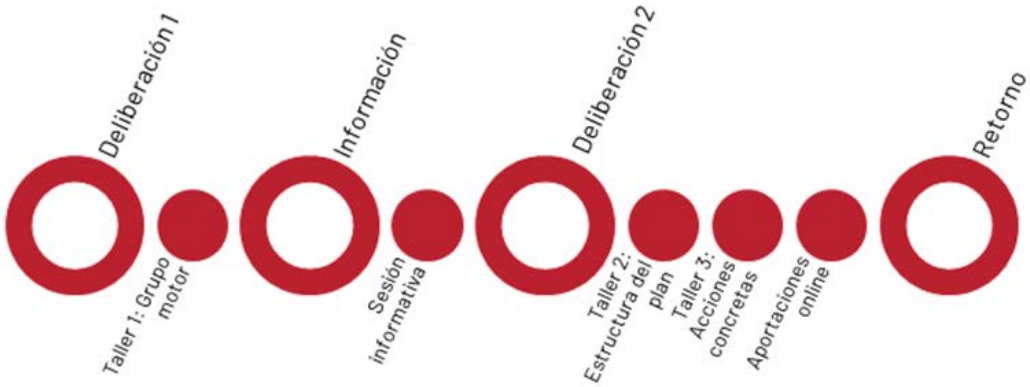
El punto de partida del trabajo fue la evaluación del I Plan Local de Comercio, vigente hasta 2020, que se realizó de manera conjunta por SOFEJEA y la asociación Ejea Comercio. Se identificaron las acciones que se llevaron a cabo en los diferentes ejes de actuación y aquellas otras que, por diferentes motivos, no pudieron realizarse. El documento resultante ha servido de palanca de arranque del proceso de elaboración del II Plan Local de Comercio, puesto que muchas de las acciones van a tener continuidad desde el primer a este segundo plan.

SOFEJEA elaboró también un mapa de actores que pudieran estar concernidos en el proceso elaborativo de este segundo plan, tanto de las entidades relacionadas directa o indirectamente con el comercio local como de otros agentes, como el plenario del Consejo Socioeconómico de Ejea, entidades ciudadanas, asociaciones empresariales, culturales, deportivas, sociales, vecinales o empresas del polígono industrial, entre otras.

Aragón Gobierno Abierto se encargó de diseñar la imagen corporativa del II Plan Local de Comercio y de su proceso participativo, que ha servido para su difusión en los diferentes canales (cartelería, web, redes sociales). En la web de Aragón Gobierno Abierto se subió toda la información del proceso participativo, explicando los mecanismos de participación también a través de las webs corporativas, redes sociales y mailings de SOFEJEA, Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros y asociación Ejea Comercio.

Se diseñó una campaña de comunicación y difusión del proceso participativo del II Plan Local de Comercio de Ejea que incluyó emisión de notas de prensa, cuñas de radio en SER Cinco Villas, noticias en las webs y redes sociales, cartelería en tablones públicos, etc.

Dentro de esta metodología participativa, se programaron diferentes sesiones y talleres, expresados en este gráfico:



Todas las sesiones se celebraron en formato presencial en el siguiente calendario

Taller 1. Grupo motor

- Fecha: 3 de junio
- Hora: 9,30h a 11.30h
- Lugar: Sede de SOFEJEA
- Formato: Presencial
- Temas a tratar: Contraste del documento de arranque. Contenido y horario de los talleres del proceso participativo.

Sesión informativa

- Fecha: 22 de junio
- Hora: 20,30h
- Lugar: Museo de Aquagraria
- Formato: Presencial
- Temas a tratar: Presentar el proceso y el documento de partida. Presentación de experiencias por parte de REDEL y Cámara de Comercio de Zaragoza
- Participación abierta.

Sesión informativa del 22 de junio de 2021

Taller 2. Estructura del plan

- Fecha: 29 de junio
- Hora: 20,30h
- Lugar: Ejea Emprendedora (sede de SOFEJEA).
- Formato: Presencial
- Temas a tratar: decisión sobre la estructura y ejes del II Plan Local de Comercio de Ejea
- Participación abierta.

Taller participativo del 6 de julio de 2021

Taller 3. Acciones concretas

- Fecha: 20 de julio
- Hora: 20,30 horas
- Lugar: Ejea Emprendedora (sede de SOFEJEA).
- Formato: Presencial
- Temas a tratar: propuestas de acciones concretas en materia de digitalización, relevo generacional y atracción del cliente joven.
- Participación abierta.

Taller participativo del 20 de julio de 2021

Además, se elaboró un cuestionario online con la estructura de líneas estratégicas y objetivos del Plan para que todos los comerciantes y la ciudadanía pudieran realizar propuestas concretas a cada uno de los objetivos estratégicos.

Se prepararon unas fichas equivalentes en papel para se puedan completar por las personas con menos destreza digital.

Sesión de validación técnica

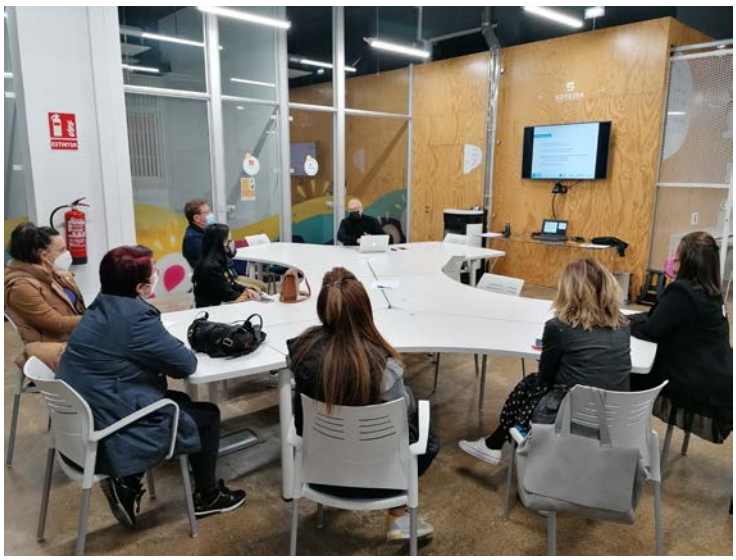
- Fecha: 13 de octubre
- Hora: 10 horas
- Lugar: Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros
- Formato: Presencial
- Temas a tratar: validación por los técnicos municipales de la viabilidad de las medidas y acciones contenidas en el primer borrador del segundo plan.
- Participación: técnicos municipales de las áreas convergentes con el plan.

Sesión de validación técnica del 13 de octubre de 2021

La última sesión de trabajo se realizó con el personal técnico municipal implicado en el desarrollo del comercio local (urbanismo, servicios públicos, cultura y festejos, deportes y policía local). El objetivo de la sesión era presentar y contrastar las propuestas ciudadanas para poder validar su aplicación real.

Sesión de retorno

- Fecha: 25 de octubre
- Hora: 20,30 horas
- Lugar: Ejea Emprendedora (sede de SOFEJEA).
- Formato: Presencial
- Temas a tratar: dación de cuentas de cómo queda el borrador del segundo plan, con explicaciones de las acciones contenidas y de las que no se han podido incluir.
- Participación: personas que han participado en los talleres participativos previos.


Sesión de retorno del 25 de octubre de 2021

En la sesión de retorno se expuso a las personas que formaron parte del proceso participativo cómo había quedado el plan, qué propuestas realizadas por ellos se han admitido (la mayoría de ellas), cuáles no y por qué. En la sesión, además de SOFEJEA, participó el Departamento de Gobierno Abierto e Innovación Social del Gobierno de Aragón y la empresa que ha conducido todo el proceso participativo, Inteligencia Colectiva.

4. BALANCE DEL I PLAN LOCAL DE COMERCIO DE EJEA (2017-2020)

El 16 de octubre de 2017 el Pleno del Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros aprobó el I Plan Local del Comercio de Ejea, que tenía un horizonte temporal de cuatro años (2017-2020). A continuación, se detallan los ejes de actuaciones y las acciones concretas recogidas en el I Plan Local del Comercio de Ejea, y la evaluación de las mismas. En este sentido, hay que señalar que el último año de vigencia del plan, 2020, ha quedado mediatizado por la pandemia de la Covid 19 en lo que se refiere a la puesta en marcha de determinadas acciones. No obstante, muchas de las medidas desarrolladas por el Ayuntamiento de Ejea dentro del Plan "Ejea Avanza" han tenido puesta la mirada en el pequeño comercio de Ejea y Pueblos, que han sido uno de los mayores afectados por la crisis económica del coronavirus, sobre todo en los segmentos del pequeño comercio, hostelería y servicios. Por ejemplo, las Ayudas Ejea Avanza y el Bono Comercio Ejea. En color azul señalamos las acciones concretas implementadas en el I Plan Local de Comercio de Ejea y en color rojo las que nos han podido desarrollarse y que, en la mayoría de los casos, se trasladan a este segundo plan.

Línea 1 / Marca del sector comercial de Ejea de los Caballeros

Basada en la proyección de una imagen junto al desarrollo de una estrategia de comunicación con el objeto de retener al residente en el casco urbano y tratar de reforzar su atractivo comercial entre los residentes de municipios vecinos, incrementando la visibilidad del sector comercial ejeano.

Actuación 1. Desarrollo de la imagen corporativa del comercio local		
Objetivo **1.** Identificación y visualización del comercio como sector estratégico. **2.** Unificar la identidad del sector.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
1.1.1. Diseño de una imagen atractiva, directa y actual.	Diseño logo corporativo del plan	SI 184
1.1.2. Adaptación de la imagen a la estrategia del Plan.	Logo e imagen corporativo se adaptó e incorporó a los diferentes formatos de comunicación: anuncios, folletos, carteles, mupi, web, redes sociales, etc.	SI 184
1.1.3. Crear una base de datos de comercios adheridos e identificación de los mismos.	La base de datos se corresponde con los comercios asociados a Ejea Comercio	SI 184
Actuación 2. Manual de identidad corporativa		
Objetivo **1.** Consolidar y profesionalizar una identidad común de todo el sector. **2.** Regular el uso unitario de esa identidad.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada**

		/ Participantes
1.2.1. Redacción del manual	Se realizó con una empresa local	SI 184
1.2.2.. Formación en identidad corporativa	Se realizaron diferentes reuniones y sesiones explicativas para la concepción y uso de la identidad corporativa del plan	SI 184
Actuación 3. Campañas de comunicación de la imagen corporativa		
Objetivo 1 Acercar la actividad comercial a la sociedad. 2 Promocionar y poner en valor la importancia socio- económica del comercio. 3 Incentiva la compra en el comercio local.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
1.3.1. Diseñar diferentes tipos de campañas promocionales teniendo en cuenta diferentes sectores, edades, interés, etc, del público objetivo.	Publicidad: Cadena Ser, revista Hoy en Cinco Villas, periódico La Crónica de las Cinco Villas, redes sociales y web de Ejea Comercio, SOFEJEA y Ayuntamiento de Ejea.	SI Toda la población de la comarca

Línea 2 / Promoción, animación y fidelización del comercio local.

Concienciar de la importancia de comprar en el comercio local para impulsar la economía del municipio proyectando el valor social del pequeño comercio: contribuye a hacer la vida más fácil y más amable, ayuda a mantener el entorno, la seguridad, la iluminación, etc.

Actuación 1. Acciones de promoción comercial		
Objetivo **1.** Incentivar el consumo el comercio local. **2.** Destacar la importancia del comercio local para la economía municipal.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
2.1.1 Creación de una Comisión Técnica.	Desde la entrada en acción del plan ha funcionado una comisión técnica de seguimiento compuesta por la asociación Ejea Comercio, Ayuntamiento de Ejea y SOFEJEA.	SI

2.1.2. Desarrollo de campaña publicitaria general ,	Tras la aprobación del I PLC se puso en marcha una campaña de comunicación para darlo a conocer a través de los medios locales	SI Población de la comarca
2.1.2 Desarrollo de campañas sectoriales conjuntas y/o zonificadas (Campañas de descuentos, campañas específicas, …)	A modo de ejemplo se citan: Cesta Bienvenida. Certamen Coral de Ejea Semana de "Stock fuera". Sorteo #yocomproenEjea. Sorteo 6000 €. Mercado de Stock. Black Friday. Concurso de Escaparates. Una cita con Rebeca Romeo. Apertura en día festivo. Promoción redes sociales sorteo. Yo compro en Ejea. Bono Ejea. Comprar en Ejea tiene premio. www.somostucomercio.com. Feria de Ejea Bono Comercio	SI Población de la comarca
2.1.3 Aprovechar las sinergias creadas por los eventos organizados desde el Ayuntamiento para la difusión del sector.	En todos los eventos organizados por el Ayuntamiento en los que es posible, se difunde el comercio local, a modo de ejemplo se pueden citar, el Evento "Mézclate Conmigo" en las Fiestas de Ejea. Patrocinio del Premio al Público del Certamen Coral de Ejea por parte de la asociación Ejea Comercio Presencia preferente en los eventos feriales organizados por el ayuntamiento y SOFEJEA	SI Población de la comarca
2.1.4 Fomentar y facilitar la participación de los comercios en los Eventos Feriales y/o similares, organizados por el Ayuntamiento.	Feria de Ejea. Descuento del 20% en el precio de participación en la Feria de Ejea a los comercios ejeanos. Plaza del Comercio Local en la Feria de Ejea. Feria NaturEjea. Salón del Regalo Navideño. www.alimentoejea.es Integración de actividades de Ejea Comercio en los programas de los eventos feriales	SI Población de la comarca
2.1.6 Extender las campañas de promoción		Traslado

comercial a localidades del área de influencia próxima		al II PLC
2.1.7 Trabajar para el incremento de la presencia del sector comercial ejeano en medio de comunicación buscando formatos profesionalizados.	Aplicación teléfono móvil, Smartphone , web comercio Ejea, bono Ejea comercio, alimento Ejea	SI Población local.
2.1.8 Creación de un directorio comercial on-line, APP o similar	Aplicación teléfono móvil, web comercio Ejea, Smartphone bono Ejea comercio, alimento Ejea	SI Población local
Actuación 2. Acciones de animación comercial		
Objetivo **1.** Incentivar el consumo el comercio local. **2** Dinamizar el sector, con el desarrollo de actuaciones innovadoras y creativas.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
2.2.1 Promover y potenciar actividades culturales y de ocio en las diferentes zonas comerciales.	Mézclate Conmigo. Actuaciones musicales en la Noche Blanca Ubicación de actuaciones y eventos en plazas urbanas Feria del Libro en el Paseo del Muro Peatonización de la Avenida Cosculluela en las Fiestas de la Virgen de la Oliva	SI Población local
2.2.2 Desarrollar acciones que incentiven el consumo (música en las calles, decoración ambiental,…) ¡	Comercio en la calle. Noche Blanca. Fiestas en honor a la Virgen de la Oliva. Campaña navidad. Encendido del Árbol de Navidad y alumbrado navideño en las calles. Iluminación festiva en la Avenida Cosculluela	SI Población local
2.2.3 Apoyar la instalación de comercios singulares.	Proyectos emprendedores ubicados en Ejea Emprendedora Programas de incentivo como el concurso “Monta tu Empresa”.	SI 15 iniciativas
Actuación 3. Campaña de fidelización de la población		
Objetivo **1.** Fidelización de los actuales clientes. **2.** Incremento de las compras en el comercio local. **3.** Posicionar al comercio local en la intención de compra del cliente.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participa**

		ntes
Diseño de campañas de fidelización.	Tarjeta Visa Ejea. Premios tarjetas regalo.	SI Población local
Acciones de empoderamiento del comercio local	Organización del Encuentro del Comercio de Ejea Campañas de comunicación en medios locales	SI Población Local 50 comercio anualmente
Visibilizar la importancia económica y de ocupación laboral del comercio local (colectivos prioritarios)	Invitación preferente a actos organizados por el ayuntamiento a Ejea Comercio Participación activa de Ejea Comercio en el Consejo Socioeconómico de Ejea, comité ferial y otros foros municipales.	SI
2.3.4 Fomentar el reconocimiento social del comercio local como un comercio competitivo y de calidad.	Homenaje comerciante destacado.	SI
2.3.5 Propiciar el encuentro y colaboración entre comercio y hostelería	Presencia conjunta en eventos feriales Implicación en la organización de las fiestas Noche Blanca	SI 70 comercios
2.3.6 Apoyo y refuerzo de la actividad hostelera de calidad como un atractivo local que repercuta en la actividad comercial.	Convenio entre ayuntamiento de Ejea y Ejea Hostelera Cursos formativos dirigidos a la mejora de la calidad de la hostelería Programa Findestape	SI 100 participantes
i. Creación de un programa escolar, el Comercio en la Escuela	Programa “Educar consumo responsable y local” Programa “El comercio en la escuela.” Programa “Emprender desde el pupitre” Encuentro de Jóvenes Emprendedores en los IES	SI 300 alumnos

Línea 3 / Innovación competitiva del sector.

Modernización del tejido comercial de Ejea de los Caballeros tratando de contribuir a la consecución de una imagen del comercio moderna, atractiva y de calidad.

Actuación 1. Plan de renovación de los establecimientos comerciales		
Objetivo **1.** Facilitar la actualización de los establecimientos comerciales. **2.** Propiciar que los establecimientos comerciales se adapten a los estándares de calidad y tendencias. **3.** Fomentar una imagen actual del comercio		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
Crear una línea específica de financiación de inversiones en comercios.	Ayudas municipales al fomento de la actividad económica y empresarial Plan de Ayudas Ejea Avanza Programa de ayudas Casco Histórico XXI	SI 555 beneficiarios
Programa formativo municipal actualizado conforme a las demandas del sector.	Financiación municipal de cursos formativo a demanda de Ejea Hostelera Integración en los programas formativos de SOFEJEA y Ejea Emprendedora	SI 180 participantes
i. Realización de consultorías especificas especializadas.	Realización de consultorías y tutorizaciones a demanda de Ejea Comercio, bien por parte de SOFEJEA o bien por parte de otras entidades colaboradoras como Cámara de Zaragoza, CEOE Aragón, Adefo Cinco Villas o IAF	SI 120 tutorizados o comercios asesorados
Actuación 2. Plan de relevo generacional		
Objetivo **1.** Fomentar el relevo generacional. (Familiar y/o nuevo emprendimiento) **2.** Evitar el cierre de comercio consolidando el sector ya existente. **3.** Facilitar a personas emprendedoras la identificación de oportunidades de negocio. **4.** Detección de empresas sin relevo		

Medida	Actuación principal	Realizada / Participantes
3.2.1 Asesoramiento técnico	Desde SOFEJEA se presta asesoramiento técnico para la puesta en marcha de negocios, entre otros los traspaso.	SI 15 proyectos asesorados
3.2.2 Creación y difusión de una Bolsa de Traspasos.		Traslado al II PLC
3.2.3 Creación de una línea de ayudas.	En las ayudas municipales que se convocan todos los años no hay una línea específica, pero si se recogen los traspasos como un gasto subvencionable	SI 15 proyectos financiados
Actuación 3. Diagnóstico de la innovación		
Objetivo **1.** Análisis de la situación actual en el ámbito de la innovación. **2.** Detención de necesidades. **3.** Fomento de la innovación.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
3.3.1 Realización de diagnóstico.		Traslado al II PLC
3.3.2 Acciones formativas en innovación.	El plan formativo, se ha acciones formativas en relación con la innovación comercial	SI 40 comercios participantes
3.3.3 Estudio de buenas prácticas a implantar y creación de un catálogo.		Traslado al II PLC

Actuación 4. Promoción del comercio de Ejea de los Caballeros a través de las redes sociales		
Objetivo **1.** Mejorar la visibilizarían del comercio Local. **2.** Llegar al público objetivo usuario de estas formas de comunicación. **3.** Potenciar la presencia en redes sociales.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
3.4.1 Difusión a través de las redes sociales municipales de acciones conjuntas del comercio.	Se han creado diferentes webs: www.alimentoejea.es. www.somostucomercio.com. www.bonoejea.es Difusión en las redes sociales de ayuntamiento y SOFEJEA de actividades conjuntas con Ejea comercio, o individuales de ésta.	SI 180 comercios participantes
i. Acciones formativas en comunicación digital	Inclusión de acciones formativas en marketing digital y comunicación on line en los planes formativos municipales.	SI 50 comercios participantes
Actuación 5. Reducir la brecha digital		
Objetivo **1.** Mejorar la competitividad del sector. **2.** Incrementar las ventas a través de canales tradicionales. **3.** Implantar nuevos canales de venta no tradicionales. **4.** Mejorar la imagen del sector.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
3.5.1 Combinar estratégicas que permitan establecer la venta on line como canal complementario a la venta presencial.	Se han creado web específicas: www.alimentoejea.es. www.somostucomercio.com.	SI 180 comercios participantes
3.3.3. Acciones formativas.	Cursos formativos sobre digitalización comercial, e-comece, web comerciales, venta on line, marketing digital, etc.	SI 80 comercios participantes
3.3.4. Apoyar la creación de páginas webs.	Inclusión en los gastos subvencionables en las líneas de ayudas municipales	SI 180 comercios participantes

3.5.4 Potenciar la creación de e-comerce	Inclusión en los gastos subvencionables en las líneas de ayudas municipales www.somostucomercio.com.	SI 180 comercios participantes

Línea 4- Gestión de los procesos y profesionalización de la actividad comercial que permita incrementar la calidad.

En un sector cada vez más competitivo y en continua renovación, son necesarias medidas que incrementen la profesionalización de la actividad comercial buscando una mejora continua de la calidad, tendente a reconocer la labor desatacada del comercio.

Actuación 1. Reconocimiento a la labor destacada del comercio		
Objetivo **1.** Puesta en valor de la importancia socio-económica del sector. **2.** Empoderamiento del sector.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
4.1.1 Estudio del impacto del comercio en la economía local		Traslado al II PLC
4.1.2 Priorizar compras comercio local por parte del Ayuntamiento.	Tanto el Ayuntamiento de Ejea como SOFEJEA priorizan las compras en los comercios locales, en el marco del cumplimiento de la normativa de contratación pública.	SI 180 comercios participantes
4.1.3 Campañas de priorización de compra en el comercio local por parte de otras administraciones, instituciones y sectores locales.	Se han realizado acciones de promoción y concienciación del consumo en el comercio local.	SI 185 comercios participantes
Actuación 2. Fortalecimiento de la cooperación empresarial		
Objetivo **1.** Fomentar el asociacionismo del comercio local. **2.** Crear sinergias entre diferentes sectores. **3.** Realización de actuaciones conjuntas.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
4.2.1 Conocer experiencias exitosas de otras localidades.	La pertenencia de SOFEJEA a REDEL (Red de Entidades de Desarrollo Local) y al grupo de trabajo del comercio ha permitido conocer y tener contacto con numerosos casos y proyectos de	SI

	éxito de comercio local en otros lugares de España, así como tener acceso a estudios sobre las tendencias del comercio de proximidad en España.	
4.2.2 Fomentar encuentros con otras asociaciones u organizaciones sectoriales	Se han creado diversos foros de intercomunicación. Consejo Socioeconómico de Ejea Comités feriales Grupos de trabajo multisectoriales	SI
4.2.3 Propiciar acciones de participación conjuntas	Semana de la Persona Emprendedora en Ejea Stands promocionales en ferias Coorganización de la Feria de Ejea Coorganización de la Noche Blanca Coorganización del Mercado de Stock	SI 180 comercios participantes
Actuación 3. Fomento de los foros de debate entre agentes vinculados al comercio.		
Objetivo **1.** Crear foros de análisis y reflexión sobre temas de especial relevancia para el sector. **2.** Fomentarla participación del sector en las decisiones que le afecten. **3.** Mejorar el conocimiento mutuo de los agentes implicados, facilitando canales de colaboración.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
4.3.1 Organización de talleres y jornadas	Se han organizado de forma anual un plan formativo, con diversas acciones, además todos los años se celebra el Encuentro del comercio que contempla talles y jornadas	SI 80 comercios participantes
4.3.2 Acciones formativas	Plan Formativo anual	SI 80 comercios participantes
4.3.3 Fomento del trabajo en red	Encuentros del Comercio anuales	SI 80 comercios participantes
4.3.4 Aprovechamiento de recursos de otras entidades colaboradoras con el Ayuntamiento para mejorar la competitividad del sector.	Se aprovechan todos los recursos que ponen al servicio del sector comercial instituciones como	SI 80 comercios

	Cámara, CEOE u otras organizaciones con las que se mantienen líneas de colaboración.	participantes
Actuación 4. Potenciar la formación.		
Objetivo **1.** Mejorar la profesionalización del sector. **2.** Incrementar la calidad del servicio prestado. **3.** Facilitar la mejora continua de los profesionales del sector. **4.** Detección de necesidades y creación de itinerarios formativos.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada / Participantes**
4.4.1 Elaboración de un programa formativo	Planes formativos anuales	SI 80 comercios participantes

Línea 5- Potenciar el comercio de proximidad y mejorar el que ya está asentado.

Todas las líneas de actuación, medidas y acciones desarrolladas en este documento tienen como objetivo final potenciar el comercio de proximidad y mejorar el ya asentado.

Actuación 1. Apoyo al comercio de proximidad.		
Objetivo 1 Dotar al comercio de proximidad local de herramientas para competir frente a las amenazas detectadas. **1.** Fomentar la competitividad del comercio de proximidad.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada/ Participantes**
5.1.1. Adaptar las acciones a realizar a la singularidad y dificultades derivadas de la ubicación del comercio (Pueblos, Casco Histórico)	Línea de ayudas municipales "Casco Histórico XXI" para la instalación de actividades comerciales y de servicios Plan de Ayudas Ejea Avanza Barenación especial en el Concurso Monta tu Empresa para las actividades ubicadas en los Pueblos de Ejea.	SI 185 comercios participantes
5.1.2. Mantener los diferentes programas municipales de subvenciones y ayudas.	Plan de Ayudas Ejea Avanza Programas de fomento de la actividad económica Ayudas Casco Histórico XXI Concurso Monta tu Empresa	SI 185 comercios particip

	Acciones del Plan Local de Comercio Bonificaciones fiscales.	antes
5.1.3. Convenio de colaboración con las asociaciones del comercio ¡	Convenio anual entre ayuntamiento y Ejea Comercio ¡ Convenio Bono Ejea Comercio ¡	SI 185 comercios participantes
Actuación 2. Censo de locales vacíos.		
Objetivo **1.** Disponer de un censo con locales vacantes para la instalación de una actividad comercial. **2.** Facilitar la instalación de nuevos emprendedores en el sector comercio. **3.** Fomento de la ocupación de locales disponibles.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada/ Participantes**
5.2.1 Elaboración del censo		Se traslada al II PLC
5.2.2 Campaña creativa en los locales puestos a disposición		Se traslada al II PLC

Línea 6- Espacio urbano

El espacio urbano se convierte en un elemento que ejerce influencia en el desarrollo de las políticas contenidas en este plan. Por todo ello se hace necesario recoger algunas medidas destinadas espacios urbanos seguros, amigables, sostenibles y que propicien un desarrollo equilibrado de la ciudad.

Actuación 1. Mejora continuada del espacio urbano promoviendo actuaciones de reconversión de espacios comerciales y de mejora de la imagen de los núcleos comerciales.		
Objetivo **1.** Que el entorno urbano acompañe y favorezca la dinamización del sector. **2.** Creación de espacios seguros, amigables y sostenibles.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada/ Participantes**
6.1.1 Trabajo continuo en limpieza, ajardinamiento, mobiliario urbano y mejoras estéticas	Inversiones municipales anuales de conservación y renovación del mobiliario urbano y los espacios verdes.	SI
6.1.2 Mejora del acceso a la fibra óptica y adaptación a nuevas tecnologías.	Establecimiento de áreas de Wifi libre Mejora de la fibra óptica en	SI

	el casco urbano y de la banda ancha	
6.1.3. Facilitar la creación de nuevos espacios para el comercio de proximidad y calidad.	Revisión de la normativa urbanística	SI
6.1.4. Implicar de manera transversal a todas las áreas municipales, en la ejecución de las medidas.	Reuniones de coordinación periódicas interdepartamentales	SI
Actuación 2. Ganancia de espacio en la calle para el peatón.		
Objetivo 1. Lograr una ciudad más habitable. 2. Mejorar la accesibilidad tanto del ámbito urbano como del comercial. 3. Fomentar las compras de proximidad.		
Medida	**Actuación principal**	**Realizada/ Participantes**
6.2.1 Plan de accesibilidad.	Ejea tiene la calificación de Ciudad Accesible. Inversiones anuales en accesibilidad en las aceras, escales y espacios urbanos	SI Conjunto de la población
6.2.2 Plan de señalización viaria (horizontal y vertical)	Desarrollado por el Área de Urbanismo y La Policía Local	SI Conjunto de la población
6.2.3 Financiación de obras en la mejora de la accesibilidad de los comercios.	Ayudas municipales para las obras de accesibilidad en los comercios dentro de los programas de fomento de la actividad económica.	SI Conjunto de la población
6.2.4 Mejora de la iluminación viaria con carácter sostenible.	Plan Municipal de Eficiencia Energética. Cambio por fases a un sistema de iluminación Led	SI Conjunto de la población
6.2.5 Puesta a disposición de espacios al aire libre ligados a zonas comerciales, para eventos de ocio.	Eventos, conciertos y actuaciones ubicadas en Plaza de la Villa, Plaza de la Diputación, Plaza de España, Plaza de Santa María, Avenida Cosculluela, etc.	SI Conjunto de la población
6.2.5 Facilitar la participación del sector en la planificación urbanística.	Consulta de las decisiones en materia de urbanismo comercial a Ejea Comercio por parte del Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento de Ejea.	SI Conjunto de la población

II PLAN LOCAL DE COMERCIO DE EJEA DE LOS CABALLEROS

2021-2024

ESTRATEGIAS, LÍNEAS DE ACTUACIÓN Y MEDIDAS

5.- ESTRATEGIAS, LÍNEAS DE ACTUACIÓN Y MEDIDAS

LÍNEA 1 / PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL COMERCIO LOCAL, Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

Desplegar una estrategia constante para mostrar las potencialidades del comercio local como uno de los pilares de la economía de Ejea de los Caballeros, de tal modo que se contribuya al objetivo de, primero, fidelizar a la clientela actual y de, segundo, atraer a nuevos potenciales clientes mediante campañas de promoción y difusión.

Unidad de actuación 1. Acciones de promoción comercial.		
Objetivos **1.** Visibilizar las potencialidades del comercio local **2.**Captar la atención de los potenciales clientes		
Medida	**Agente**	**Temporalización**
Desarrollo de campañas publicitarias de carácter general	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
Desarrollo de campañas sectoriales conjuntas y/o temáticas	Ejea Comercio	2022-2024
Desarrollo de campañas de incentivo del consumo local	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
Aprovechar las sinergias creadas por los eventos organizados desde el Ayuntamiento para la difusión del sector	Áreas de Desarrollo Económico, Cultura, Deportes, Juventud.	2022-2024
Fomentar y facilitar la participación de los comercios en los eventos Feriales y/o similares, organizados por el ayuntamiento y/o SOFEJEA	Área de Desarrollo Económico y SOFEJEA	2022-2024
Realizar campañas de promoción comercial a localidades del área de influencia próxima	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
Crear la marca comercial “De Ejea de toda la vida”	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
Incrementar la presencia del sector comercial ejeano en los medios de comunicación buscando formatos profesionalizados.	Ejea Comercio	2022-2024
Mantenimiento y actualización de directorio comercial on-line, APP o similar	Ejea Comercio	2022-2024
Indicadores de gestión individualizados. 1. Número de campañas realizadas. **2.** Número de eventos en los que se participa. **3.** Comercios participantes en cada una de las acciones.		

Unidad de actuación 2. Acciones de animación comercial.

Objetivos

1. Incentivar el consumo en el comercio local.

2. Organización de actuaciones innovadoras y creativas.

Medida	Agente	Temporalización
Promover actividades culturales y de ocio en las diferentes zonas comerciales.	Área de Cultura	2021-2024
Desarrollar acciones que favorezcan el acompañamiento a un consumo amigable incentiven el consumo (música en la calle, decoración ambiental, etc.)	Área de Cultura, Urbanismo, Juventud	2021-2024
Apoyar la instalación de comercios singulares.	Área de Desarrollo Económico	2021-2024

Indicadores de gestión individualizados.

1. Número de acciones realizadas.
2. Número de eventos organizados
3. Número asesorías realizadas con comercios singulares

Unidad de actuación 3. Campaña de fidelización de la potencial clientela

Objetivos

1. Fidelización de los actuales clientes.

2. Incorporar a nuevos segmentos de clientes a la estrategia de fidelización

3. Incrementar las compras en el comercio local.

4. Posicionar al comercio local de manera preferente en la decisión de compra del cliente.

Medida	Agente	Temporalización
Diseño de campañas de fidelización.	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
Actuaciones de empoderamiento del comercio local	Ejea Comercio	2022-2024
Visualizar la importancia del comercio local en la estructura económica de Ejea y Pueblos	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
Fomentar el reconocimiento social del comercio local como un comercio competitivo, de proximidad y de calidad.	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
Propiciar acciones colaborativas entre comercio y hostelería	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2022-2024
Acercar el conocimiento del comercio local a los centros educativos	Área de Educación	2022-2024
Impulsar programas específicos para atraer al consumidor joven al comercio local	Área de Desarrollo Económico, Juventud, OMIJ, Ejea Comercio	2022-2024

Indicadores de gestión individualizados.

1. Número de campañas realizadas.
2. Numero de escolares alcanzados.
3. Número de jóvenes alcanzados

LÍNEA 2 / INNOVACIÓN COMPETITIVA DEL COMERCIO LOCAL

Introducción de la innovación como estrategia transversal en el tejido comercial de Ejea y Pueblos para conseguir mayores cotas de competitividad, sostenibilidad empresarial e inserción en el mercado.

Unidad de actuación 1. Plan de renovación de los establecimientos comerciales.

Objetivos

1. Posibilitar la modernización de los establecimientos comerciales.
2. Contribuir a que los negocios se adapten a las tendencias actuales de competitividad
3. Proyectar una imagen dinámica del comercio local

Medida	Agente	Temporalización
2.1.1 Buscar líneas específicas de financiación para las inversiones en comercios.	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
2.1.2 Diseño de programas formativos adaptado a las demandas del sector	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
2.1.3 Realización de consultorías especificas especializadas.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2022-2024

Indicadores de gestión individualizados.

2.1 Subvenciones y/o ayudas concedidas e importe de las mismas.
2.2 Acciones formativas y participantes en ellas
2.3 Consultorías realizadas en comercios.

Unidad de actuación 2. Relevo generacional de los negocios

Objetivos

1. Fomentar el relevo generacional.
2. Evitar el cierre de comercio consolidando ya existente.
3. Facilitar a personas emprendedoras la identificación de oportunidades de negocio.
4. Detección de empresas sin relevo

Medida	Agente	Temporalización
2.2.1 Asesoramiento técnico y formación específica	Área de Desarrollo Económico y SOFEJEA	2022-2024
2.2.2 Inventario de negocios en posible situación de traspaso	Área de Desarrollo Económico	2022-2024
2.2.3 Creación de una línea de ayudas específicas	Área de Desarrollo Económico	2022-2024
2.2.4. Establecer mecanismos de intermediación entre comercios en traspaso y potenciales emprendedores	Área de Desarrollo Económico y SOFEJEA	2022-2024
2.2.5. Creación de programas específicos para negocios con posibilidad de relevo generacional familiar	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2023-2024

Unidad de actuación 3. Innovación para la sostenibilidad del negocio		
Objetivos 1. Análisis de la situación del comercio local en materia de innovación 2. Detención de necesidades y fomento de la innovación en las áreas específicas		
Medida	**Agente**	**Temporalización**
2.3.1 Realización de un diagnóstico de situación de la innovación comercial.	Área de Desarrollo Económico, SOFEJEA y Ejea Comercio	2022
2.3.2 Acciones formativas en innovación.	Área de Desarrollo Económico, SOFEJEA y Ejea Comercio	2022-2024
2..3.3 Integrar la perspectiva del comercio local en el Observatorio de la Innovación	Área de Desarrollo Económico	2022-2024
Indicadores de gestión individualizados. 1. Numero de diagnósticos realizados. 2. Numero de acciones formativas y participantes en las mismas. 3. Coste de las acciones realizadas.		
Unidad de actuación 4. Promoción del comercio de Ejea a través de las RR.SS.		
Objetivos 1. Mejorar la visualización del comercio Local. 2. Llegar al público objetivo usuario de las redes sociales 3. Potenciar la presencia en redes sociales.		
Medida	**Agente**	**Temporalización**
2.4.1 Difusión a través de las redes sociales municipales de acciones conjuntas del comercio.	Área de Nuevas Tecnologías y SOFEJEA	2022-2024
2.4.2 Acciones formativas en comunicación digital	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2021-2024
Unidad de actuación 5. Reducir la brecha digital		
Objetivos 1. Mejorar la competitividad del sector. 2. Seguir implantando nuevos canales de venta no tradicionales. 3. Potenciar la venta multicanal		
Medida	**Agente**	**Temporalización**
2.5.1 Combinar estratégicas que permitan establecer la venta on line como canal complementario a la venta presencial.	Ejea Comercio	2021-2024
2.5.2 Acciones formativas	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2021-2024
2.5.3 Apoyar la creación de páginas webs.	Área de Desarrollo	2021-2024

	Económico	
2.5.4 Potenciar la creación de e-comerce	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2021-2024

Indicadores de gestión individualizados.

1. Consultorías realizadas sobre creación de páginas webs y ecomerce.
2. Número de acciones formativas y participantes en las mismas.
3. Coste de las acciones realizadas.

Unidad de actuación 6. Nuevas tendencias de digitalización

Objetivos

1. Incorporar al sector a las nuevas tendencias de digitalización aparecidas tras la pandemia
2. Adaptar el modelo de negocio comercial a los procesos de digitalización
3. Analizar el nivel de digitalización del comercio local
4. Desarrollar estrategias personalizadas de acceso a la digitalización de los negocios

Medida	Agente	Temporalización
2.6.1 Realizar un diagnóstico individual del nivel de digitalización de los negocios	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2023
2.6.2 Tutorizar los procesos de digitalización y en el uso de plataformas digitales	Ejea Comercio	2023-2024
2.6.3 Programación de planes formativos en digitalización comercial según la temática del negocio	Área de Desarrollo Económico, SOFEJEA Y Ejea Comercio	2023-2024
2.6.4 Establecimiento de ayudas a la digitalización del comercio	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2021-2024
2.6.5 Acciones específicas de formación, tutorización y capacitación digital para el pequeño comercio de alimentación	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024

Indicadores de gestión individualizados.

1. Número de diagnósticos realizados
2. Número de tutorizaciones realizadas
3. Número de acciones formativas y asistentes a las mismas
4. Ayudas e importes concedidos

Unidad de actuación 7. Acercamiento y atractividad hacia el cliente joven

Objetivos

1. Ofrecer una nueva experiencia de compra dirigida a los jóvenes
2. Generar espacios comerciales atractivos y polivalentes
3. Usar los canales de comunicación de los jóvenes para dirigir a ellos el mensaje comercial

Medida	Agente	Temporalización
2.7.1 Asesorías individuales para la gestión de redes sociales	Área de Nuevas Tecnologías	2021-2024
2.7.2 Programación de acciones formativas sobre nuevas técnicas de venta y atracción de cliente joven	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024

2.7.3 Integrar las áreas comerciales con espacios urbanos atractivos y polivalentes	Área de Urbanismo	2022-2024
2.7.4 Capacitar para la generación interna o externa de contenidos a través de las tecnologías digitales dirigidas a jóvenes	Área de Nuevas Tecnologías	2022-2024
Indicadores de gestión individualizados. 1. Número de asesorías realizadas 2. Número de acciones formativas y asistentes a las mismas		

LÍNEA 3 / PROCESOS DE FOMENTO DE LA CALIDAD Y PROFESIONALIZACIÓN

En un sector cada vez más competitivo, el comercio de proximidad o cercanía debe fundamentar su sostenibilidad en varios pilares, uno de los cuales es la calidad. Ofrecer un producto o servicio de calidad será una de las variables que el cliente valorará a la hora de formalizar sus compras, para lo cual la profesionalización y la mejora continua son imprescindibles.

Unidad de actuación 1. Valorización del comercio local

Objetivos

1. Puesta en valor de la importancia socioeconómico del sector en el municipio
2. Empoderamiento del sector y toma de conciencia de sus potencialidades

Medida	Agente	Temporalización
3.1.1 Estudio del impacto del comercio en la economía local	Área de Desarrollo Económico y SOFEJEA	2022-2023
3.1.2 Priorizar las compras comercio local por parte del ayuntamiento en el marco de las normas de contratación pública	Área de Desarrollo Económico	2021-2024
3.1.3 Realización de campañas de priorización de compra en el comercio local por parte de otras administraciones, instituciones y sectores locales.	Área de Desarrollo Económico	2023-2024
3.1.4 Acciones de empoderamiento del comercio local	Ejea Comercio	2021-2024

Indicadores de gestión individualizados.

1. Porcentaje de compras realizadas en el comercio local y cuantía total de las mismas.
2. Acciones promocionales realizadas

Unidad de actuación 2. Fomento de la cooperación empresarial

Objetivos

1. Fomentar el asociacionismo del comercio local.
2. Crear sinergias entre diferentes sectores.
3. Realización de actuaciones conjuntas.

Medida	Agente	Temporalización
3.2.1 Conocer experiencias exitosas de otras localidades.	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
3.2.2 Fomentar encuentros con otras asociaciones u organizaciones sectoriales	Ejea Comercio	2022-2024
3.2.3 Propiciar acciones de participación conjuntas entre asociaciones	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024

Indicadores de gestión individualizados.

2. Acciones conjuntas desarrolladas.
3. Experiencias exitosas conocidas

Unidad de actuación 3. Propiciar foros de debate entre agentes vinculados al comercio.

Objetivos

1. Crear foros de análisis y reflexión sobre temas de especial relevancia para el sector.
2. Fomentarla participación del sector en las decisiones que le afecten.
3. Mejorar el conocimiento mutuo de los agentes implicados, facilitando canales de colaboración.

Medida	Agente	Temporalización
3.3.1 Organización de talleres y jornadas	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
3.3.2 Acciones formativas	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
3.3.3 Fomento del trabajo en red.	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2022-2024
3.3.4 Aprovechamiento de recursos de otras entidades colaboradoras con el Ayuntamiento para mejorar la competitividad del sector.	Área de Desarrollo Económico y SOFEJEA	2022-2024

Indicadores de gestión individualizados.

1. Talleres y jornadas realizados.
2. Participantes en los talleres y jornadas
3. Acciones formativas desarrolladas
4. Participantes en las acciones formativas.

Unidad de actuación 4. **Favorecer la formación continua**

Objetivos

1. Mejorar la profesionalización del sector.
2. Incrementar la calidad del servicio prestado.
3. Facilitar la mejora continua de los profesionales del sector.
4. Detección de necesidades y creación de itinerarios formativos.

Medida	Agente	Temporalización
3.4.1 Elaboración de un programa formativo municipal	Área de Desarrollo Económico y Ejea Comercio	2021-2024
3.5.1 Aprovechar los catálogos formativos de otras administraciones y entidades	Área de Desarrollo Económico y SOFEJEA	2021-2024

Indicadores de gestión individualizados.

1. Acciones formativas realizadas
2. Participantes en las acciones formativas.
3. Coste de las acciones formativas.

LÍNEA 4 / CONSOLIDACIÓN Y MEJORA DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD

El comercio local de proximidad y cercanía debe proyectar sus estrategias hacia la consolidación de los negocios ya existentes, introduciendo actuaciones de mejora y adaptabilidad al entorno del mercado, y hacia la proyección de nuevos negocios que detecten las oportunidades de consumo que se están generando entre los clientes.

Unidad de actuación 1. Apoyo al comercio de proximidad.

Objetivos

1. Dotar al comercio de proximidad local de herramientas para competir en un mercado globalizado.
2. Fomentar la competitividad del comercio de proximidad.

Medida	Agente	Temporalización
4.1.1. Adaptar las acciones a realizar a la singularidad y dificultades derivadas de la ubicación del comercio (Pueblos, Casco Histórico, barrios urbanos)	Área de Desarrollo Económico	2022-2024
4.1.2. Mantener los diferentes programas municipales de subvenciones y ayudas.	Área de Desarrollo Económico	2022-2024
4.1.3. Convenio de colaboración con la asociación de comercio	Área de Desarrollo Económico	2021-2024
4.1.4. Fomentar el conocimiento del comercio por parte de la población local	Área de Desarrollo Económico	2022-2024

Indicadores de gestión individualizados.

1. Ayudas y subvenciones concedidas e importe.
2. Actuaciones realizadas desagregadas por zonas comerciales.

Unidad de actuación 2. Censo de locales vacios

Objetivos

1. Disponer de un censo con locales vacantes para la instalación de una actividad comercial.
2. Facilitar la instalación de nuevos emprendedores en el sector comercio.
3. Fomento de la ocupación de locales disponibles.

Medida	Agente	Temporalización
4.2.1 Elaboración del censo	Área de Desarrollo Económico	2022-2023
4.2.2 Creación de una plataforma digital de registro y control	Área de Desarrollo Económico	2023-2024
4.2.3 Programa de fomento de la actividad comercial en los locales vacíos del Casco Histórico	Área de Desarrollo Económico	2023-2024

Indicadores de gestión individualizados.

1. Número de locales censados.
2. Número de locales participantes en la campaña.

LÍNEA 5 / ESPACIO URBANO COMERCIAL

La ciudad es el espacio urbano donde el comercio local convive con el resto de los sectores económicos y la ciudadanía. La convivencia de los comercios con estos otros actores ha de contar con un urbanismo seguro, accesible, equilibrado y sostenible.

Unidad de actuación 1. Generar un espacio urbano como escenario propicio a la actividad comercial		
Objetivos 1. Favorecer un entorno urbano que facilite la dinamización del sector. 2. Creación de espacios seguros, amigables y sostenibles.		
Medida	**Agente**	**Temporalización**
5.1.1 Trabajo continuo en limpieza, ajardinamiento, mobiliario urbano y mejoras estéticas	Área de Urbanismo	2021-2024
5.1.2 Aplicar la tecnología Smart City	Área de Urbanismo	2022-2024
5.1.3. Facilitar la creación de nuevos espacios para el comercio de proximidad y calidad.	Área de Urbanismo	2022-2024
5.1.4. Implicar de manera transversal a todas las áreas municipales en la ejecución de las medidas del plan	Área de Desarrollo Económico	2021-2024
Indicadores de gestión individualizados. 1. Inversiones realizadas		
Unidad de actuación 2. Favorecer un espacio urbano pensado para el ciudadano		
Objetivos 1. Lograr una ciudad más habitable. 2. Mejorar la accesibilidad tanto del ámbito urbano como del comercial. 3. Fomentar las compras de proximidad.		
Medida	**Agentes**	**Temporalización**
5.2.1 Plan de accesibilidad.	Área de Urbanismo	2021-2024
5.2.2 Plan de señalización viaria (horizontal y vertical)	Área de Urbanismo	2021-2024
5.2.3 Financiación de obras en la mejora de la accesibilidad de los comercios.	Área de Urbanismo	2021-2024
5.2.4 Mejora de la iluminación viaria con carácter sostenible.	Área de Urbanismo	2021-2024
5.2.5 Puesta a disposición de espacios al aire libre ligados a zonas comerciales, para eventos de ocio.	Área de Urbanismo	2021-2024
5.2.5 Facilitar la participación del sector en la planificación urbanística.	Área de Urbanismo	2021-2024
Indicadores de gestión individualizados. 1. Ejecución de los planes. 2. Inversiones realizadas 3. Subvenciones concedidas para mejorar la accesibilidad e importe de las mismas		

6. COORDINACIÓN Y EVALUACIÓN

El seguimiento de los objetivos y de las medidas propuestas en este Plan, y el análisis de la consecución de los mismos, exige una evaluación continua por parte de las personas vinculadas con la realidad del comercio. Para tal fin se creará una Comisión Técnica integrada por:

1-. El/la Concejal/a de Desarrollo Económico.
2-. Un/una técnico SOFEJEA, Agencia Municipal de Desarrollo.
3-. Dos representantes de la Asociación del Empresarios del Comercio, Industria y Servicios.

La Comisión Técnica se reunirá con carácter anual y tendrá las siguientes funciones de cara a este cometido:

- Analizar las medidas y acciones propuestas en los distintos ámbitos de desarrollo del Plan.
- Evaluar la consecución de los objetivos del Plan.
- Estudiar nuevas necesidades y propuestas de actuación.
- Servir de espacio de diálogo y puesta en común de experiencias, necesidades, dificultades y propuestas de actuación con las que se generen sinergias que permitan optimizar la gestión y los resultados de las políticas en materia de comercio.

Toda política pública articulada a través de una planificación estrategia, exige, en pro de la eficiencia y eficacia en la gestión de recursos públicos, unos indicadores de gestión que permitan evaluar la implantación de las medidas y acciones desarrolladas, la repercusión de las mismas y la consecución de los objetivos perseguidos. Esta medición es necesaria no solo a efectos de evaluación sino también como instrumento para la corrección y ajuste del propio Plan que se configura como una herramienta viva y que debe de ser adaptable a la realidad cambiante.

Para cada una de las medidas contenidas en los diferentes ámbitos de actuación del Plan se establecen indicadores de evaluación. Estos indicadores serán sometidos a revisión técnica de manera anual y se constituirán como una herramienta individualizada de evaluación de las actividades propuestas.

Junto a estos indicadores de gestión individualizados por cada una de las medidas, se establecerán otros comunes para el análisis del Plan en su conjunto, estos indicadores comunes son:

- Participantes en el conjunto o de acciones.
- Coste económico de cada una de las acciones.
- Relación coste económico / población alcanzada.
- Nuevas licencias municipales de actividad en el ámbito comercial concedidas.
- Número y porcentaje de asistencia a cada uno de las actuaciones.
- Número de comercios participantes en las medidas.
- Porcentaje de actuaciones/medidas llevadas a cabo (anual)
- Afiliaciones a la seguridad social en el sector servicios y comercio.
- Contratos registrados anualmente en el sector servicios y comercio.
- Paro registrado en el Sector servicios y comercio.

7. RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y FINANCIEROS

Toda planificación estratégica para su correcta implementación debe estar suficientemente dotada de una red de recursos humanos, materiales y financieros, que permitan alcanzar los objetivos planteados y desarrollar las medias planificadas.

8.1. Recursos humanos

Se contará con el personal técnico del Ayuntamiento de Ejea y de la Agencia Municipal de Desarrollo, SOFEJEA.

Además, para el desarrollo de acciones concretas se contará con profesionales externos contratados, personal de otras Administraciones, otras entidades que tengan ámbito competencial en la materia, cobrando especial relevancia el movimiento asociativo, canalizado a través de la Asociación Ejea Comercio, y su personal técnico.

A este respecto cabe destacar que tanto el Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros como SOFEJEA tienen una serie de líneas de colaboración con otras entidades e instituciones, que pueden colaborar de forma puntual, aportando sus recursos humanos para el desarrollo de determinadas acciones.

8.2. Recursos materiales

- Diferentes infraestructuras municipales.
- Espacios públicos.
- Espacios cedidos por otras administraciones públicas.
- Espacios a disposición de la Asociación de Empresarios del Comercio, Industria y Servicios.
- Equipamiento y mobiliario municipales.
- Equipamiento propiedad de SOFEJEA.
- Equipamientos y recursos de otras asociaciones o entidades con los que el Ayuntamiento de Ejea ha subscrito diferentes convenios o líneas de colaboración.

8.3. Recursos financieros

El Ayuntamiento de Ejea se compromete a aprobar anualmente una partida económica destinada a la implementación del Plan Comercio de Ejea de los Caballeros, así como a seguir articulando canales de colaboración con la Asociación Ejea Comercio. Estos canales de colaboración se materializan en un convenio que se firma de forma anual y por la cual la citada Asociación recibe una aportación económica por parte del Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros.

Del mismo modo, desde el Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros se colaborará con cualquier otra asociación o agente social vinculados al comercio local, así como con el sector comercial en general. Además, al tratarse de un plan transversal, existen numerosas partidas incluidas en el Presupuesto del Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros a través de las cuales se podrán financiar acciones y medidas concretas contempladas en este Plan.

El Ayuntamiento de Ejea destina, dentro de su Presupuesto Anual diferentes partidas municipales a la concesión de subvenciones y ayudas que suponen un mecanismo de financiación directa para los destinatarios finales de este plan. En este sentido, son los trabajadores y trabajadoras

autónomas y empresas del sector de comercio quienes representan un gran porcentaje de los beneficiarios de este tipo de ayudas municipales. Estas partidas son:

- Concurso Monta tu Empresa
- Programa Casco Histórico
- Ayudas destinadas al apoyo de la Actividad Económica y Fomento del Empleo
- En las diferentes medidas del Plan se prevé la creación de líneas específicas para el comercio.