



PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO DE EL EJIDO 2030

Documento 2 de 2: Plan de Actuación Comercial



El Ejido
AYUNTAMIENTO



Plan Estratégico de Comercio de El Ejido. Versión v01. Agosto 2025

Empresa ejecutora: AUREN CONSULTORES SP, SLP.

Equipo Redactor:

Dirección Técnica:

Juan Antonio López García (Socio Director del Proyecto). Análisis estratégico.

Manuel Martínez Molina (Director Técnico). Análisis estratégico.

Equipo Consultor:

M^a Ángeles Jurado Moreno: Análisis estratégico.

M^a Jesús Pérez Ariza: Análisis socioeconómico y comercial.

Noelia Bueno Ruiz: Información cualitativa.

Pablo Rodríguez Martínez: Análisis socioeconómico y comercial y Sistemas de Información Geográfica.

Con el apoyo y colaboración de la Unidad de Fomento y Comercio del Ayuntamiento de El Ejido.

ÍNDICE

5. PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL	4
5.1. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA.....	5
5.1.1. El Modelo Comercial de El Ejido	6
5.1.2. Misión, Visión, Valores	7
5.1.3. Objetivos Estratégicos	8
5.2. PLAN OPERATIVO DE ACTUACIÓN COMERCIAL.....	10
5.2.1. Síntesis del Plan de Actuación Comercial.....	12
5.2.2. Desarrollo del Plan de Actuación Comercial.....	15
LÍNEA ESTRATÉGICA: L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.	16
LÍNEA ESTRATÉGICA: L02. IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y EXPERIENCIA COMERCIAL	38
LÍNEA ESTRATÉGICA: L03. ENTORNOS COMERCIALES ACCESIBLES Y FUNCIONALES.....	55
LÍNEA ESTRATÉGICA: L04. TRANSFORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME COMERCIAL.	65
5.3. CALENDARIO DE EJECUCIÓN.....	78
5.4. PRESUPUESTO ESTIMADO DEL PLAN.....	80
5.5. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN	83
5.6. MODELO DE GOBERNANZA DEL PLAN	88
5.7. COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN DEL PLAN	89

Una vez establecido el diagnóstico de la situación actual del comercio en El Ejido, se establece a continuación el Modelo Comercial de la ciudad y el Plan de Actuación Comercial con el que hacer frente a los retos y desafíos a los que se enfrenta el sector en nuestra localidad. Porque, como decía Le Corbusier “sin Plan, solo hay desorden y arbitrariedad”.

5. PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL

Una vez establecido el diagnóstico de la situación actual del comercio en El Ejido, se presenta a continuación el Plan de Actuación Comercial como instrumento clave para afrontar los retos detectados y activar las oportunidades identificadas. Este Plan constituye la hoja de ruta operativa del *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido 2030* y se articula como una respuesta estructurada, participativa y alineada con las necesidades reales del tejido comercial y de la ciudadanía.

El Plan de Actuación Comercial de El Ejido se fundamenta en una visión integral del comercio urbano como motor de cohesión social y dinamismo económico en todos los núcleos urbanos del municipio con cierta actividad comercial. Para ello, se han definido un conjunto de líneas estratégicas, medidas y actuaciones que buscan corregir debilidades estructurales, mantener fortalezas consolidadas, afrontar amenazas emergentes y explotar las oportunidades que ofrece el contexto local. Todo ello, en coherencia con los principios y objetivos del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, al que se vinculan explícitamente las actuaciones propuestas.

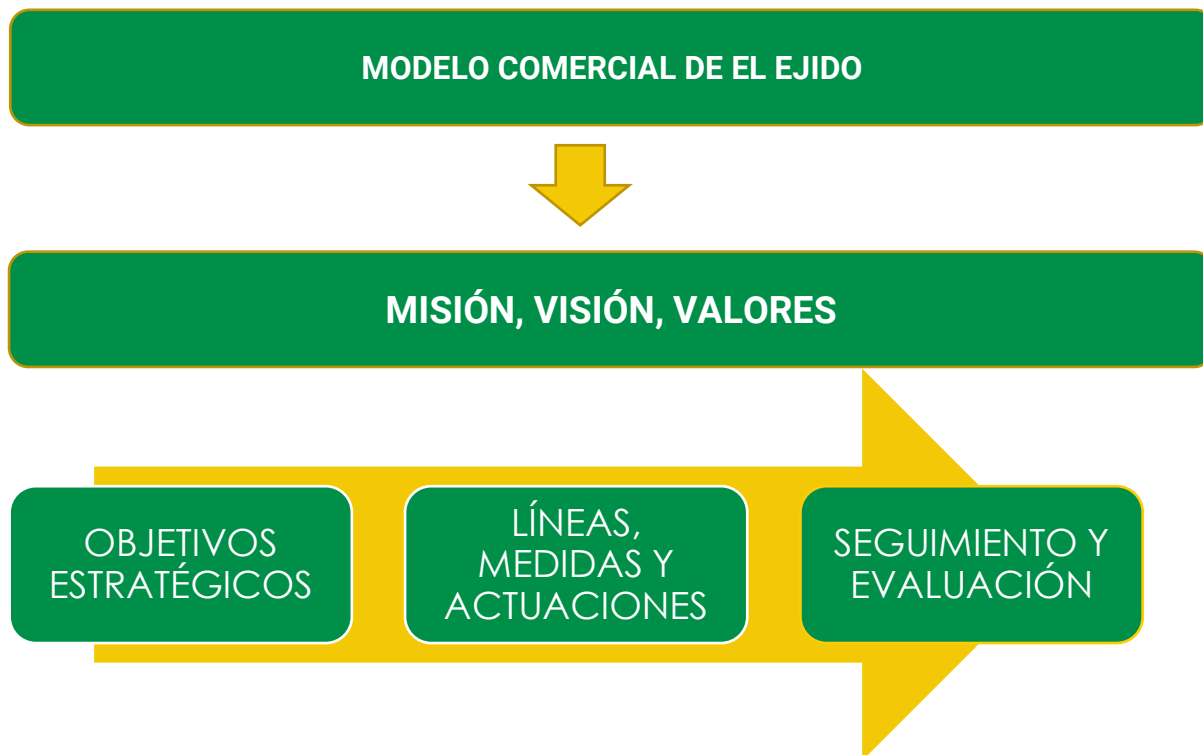
El Plan se estructura en torno a cuatro grandes ejes de intervención:

- **Gobernanza y colaboración público-privada**, mediante la potenciación de canales estables de coordinación, como el Consejo Municipal de Comercio y Servicios y el impulso del asociacionismo comercial.
- **Identidad y dinamización comercial**, a través del desarrollo de una marca comercial propia, campañas de comunicación segmentada y servicios colaborativos que refuercen la experiencia de compra.
- **Adecuación urbanística y accesibilidad**, con actuaciones orientadas a mejorar el confort, la movilidad y la funcionalidad de los espacios comerciales.
- **Transformación digital y capacitación**, mediante programas de formación, tutorización y apoyo a la digitalización del comercio local, con medidas para fomentar el emprendimiento, la inversión y la renovación del tejido comercial.

Este enfoque estratégico-operativo se desplegará en el periodo 2025–2030, con una planificación temporal, presupuestaria y de seguimiento que garantice su viabilidad y sostenibilidad. El Plan se concibe como un proyecto de ciudad, donde la corresponsabilidad entre el Ayuntamiento, el sector comercial y la ciudadanía será clave para su éxito.

5.1. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

En las siguientes páginas se operativiza el Plan Estratégico de Comercio de El Ejido, en un ámbito temporal 2025-2030, mediante un Plan de Actuación Comercial en base a la siguiente estructura:



La estructura operativa del Plan Estratégico de Comercio de El Ejido está organizada en cinco niveles jerárquicos que articulan la estrategia en acciones concretas:

1. **Misión, Visión y Valores:** define el propósito general del plan, la aspiración a largo plazo y los principios que guían su desarrollo.
2. **Modelo Comercial de El Ejido:** describe el enfoque territorial y funcional del sistema comercial local, diferenciando entre el núcleo urbano principal y los núcleos periféricos con estrategias adaptadas a sus características.
3. **Objetivos Estratégicos:** son las metas generales que se pretenden alcanzar durante el periodo 2025–2030. Están alineadas con los retos detectados en el diagnóstico y con las prioridades del VII PIFCIA.
4. **Líneas, Medidas y Actuaciones:** constituyen el núcleo operativo del plan:
 - **Líneas Estratégicas:** grandes ejes de intervención (gobernanza, identidad, urbanismo, digitalización).
 - **Medidas:** ámbitos de actuación dentro de cada Línea Estratégica.
 - **Actuaciones:** intervenciones concretas, muchas de ellas recogidas en fichas detalladas.
5. **Seguimiento y Evaluación:** incluye los mecanismos para monitorizar la ejecución del plan, medir su impacto y ajustar las acciones en función de los resultados.

5.1.1. El Modelo Comercial de El Ejido

El modelo comercial de El Ejido se alinea con la **Línea de Actuación 13: impulso del comercio local de la Agenda Urbana de El Ejido**. Su objetivo principal es fortalecer y revitalizar el comercio en la localidad.

Dentro de este contexto, el modelo comercial de El Ejido busca **avanzar hacia un sistema equilibrado y complementario que refuerce su papel como capital económica del Poniente Almeriense, a la vez que potencia la singularidad y funcionalidad de sus distintos núcleos poblacionales**.

Por un lado, **el núcleo urbano de El Ejido debe consolidarse como el principal foco comercial del municipio**. Es esencial reforzar su centralidad, su capacidad de atracción supramunicipal y su papel como espacio de referencia para el consumo local. Este eje se sustentará en la mejora continua del entorno urbano, la accesibilidad, la identidad comercial y la profesionalización del tejido empresarial, promoviendo una oferta diversa, moderna y conectada digitalmente.

Por otro lado, es fundamental **desarrollar un posicionamiento específico para los núcleos de Almerimar, Balerma, Las Norias, San Agustín y Santa María del Águila, destacando sus particularidades y potenciales diferenciadores**:

- **Almerimar y Balerma**: con un **marcado carácter turístico**, especialmente Almerimar, deben orientarse hacia un modelo de comercio vinculado a la experiencia, el ocio y el consumo estacional. Será clave implementar estrategias de desestacionalización y fidelización del visitante, sin descuidar a la clientela local.
- **Las Norias, San Agustín y Santa María del Águila**: estas localidades, con una población diversa y dinámica, deben **centrarse en potenciar un comercio de proximidad** adaptado a las necesidades diarias de sus residentes.

En definitiva, el **modelo comercial de El Ejido** debe consolidarse como un **sistema equilibrado que refuerce su núcleo urbano como motor principal de atracción comercial**, moderno, accesible y con identidad propia, **al tiempo que impulsa el desarrollo de los núcleos con cierta actividad comercial, adaptando su oferta a las particularidades de cada uno**: desde el comercio de ultraproximidad hasta el consumo turístico o supramunicipal.

Esta estrategia dual busca cohesionar el territorio, fortalecer el consumo interno y proyectar una imagen comercial diversa, conectada y sostenible. Un enfoque dual que permitirá articular una estrategia comercial cohesionada que combine centralidad y capilaridad, identidad y diversidad, así como proximidad y atracción. De esta forma, se fortalecerá el ecosistema comercial de El Ejido en su conjunto.

5.1.2. Misión, Visión, Valores

Conforme al modelo comercial propuesto, se exponen a continuación la Misión, la Visión y los Valores o atributos que plantea el Plan Estratégico de Comercio de El Ejido, en un ámbito temporal 2025-2030:

Misión:

El *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido 2030* tiene como misión **fortalecer un ecosistema comercial diverso, resiliente y adaptado a las singularidades territoriales del municipio. Se persigue consolidar el núcleo urbano de El Ejido como centro comercial de referencia en el Poniente Almeriense, al tiempo que se impulsa el desarrollo equilibrado de los núcleos periféricos** —como Almerimar, Balerna, Las Norias, San Agustín o Santa María del Águila— **mediante estrategias específicas que refuercen su identidad, funcionalidad y capacidad de atracción. Todo ello desde una gobernanza compartida, una apuesta decidida por la digitalización, la cohesión territorial y la mejora continua de la experiencia comercial.**

Visión:

En el horizonte 2030, El Ejido aspira a ser reconocido como un municipio con un comercio urbano:

- **Territorialmente articulado**, con un núcleo urbano consolidado como motor comercial y núcleos periféricos con estrategias adaptadas a su perfil (turístico, residencial, de proximidad).
- **Conectado y accesible**, con espacios comerciales amables, sostenibles y bien integrados en la trama urbana.
- **Capacitado y dinámico**, con un tejido comercial formado que aprovecha las herramientas tecnológicas para mejorar su competitividad y relación con la clientela.
- **Reconocido institucionalmente**, con estructuras de gobernanza como el Consejo Municipal de Comercio y Servicios y aspirando a ser reconocido oficialmente como Centro Comercial Abierto en Andalucía.
- **Comprometido con el entorno**, que promueve el consumo local, la inclusión social y la sostenibilidad como ejes de su desarrollo.

Valores Estratégicos:

Los valores que guían el desarrollo del Plan Estratégico de Comercio de El Ejido son:

- **Equidad territorial:** compromiso con un desarrollo comercial equilibrado entre el núcleo urbano y los núcleos periféricos.
- **Identidad comercial:** puesta en valor de la diversidad y singularidad de cada zona comercial del municipio.
- **Proximidad y confianza:** fomento de relaciones cercanas y duraderas entre comerciantes y ciudadanía.

- **Colaboración público-privada:** impulso de estructuras estables de cooperación como base para una planificación eficaz.
- **Transformación digital:** incorporación progresiva de herramientas tecnológicas para la gestión, promoción y fidelización.
- **Sostenibilidad y resiliencia:** adaptación del comercio a los nuevos hábitos de consumo, al cambio climático y a los retos sociales y económicos emergentes.

5.1.3. Objetivos Estratégicos

Para que el modelo comercial de El Ejido tenga éxito, hay que buscar en todo momento la corresponsabilidad de todos los agentes implicados en el sector. En este contexto, y conforme a la Misión, Visión y Valores Estratégicos, se ha definido un gran Objetivo Estratégico y 4 Objetivos Específicos a conseguir con el *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido 2030* conforme a los puntos críticos y necesidades de mejora del sector comercial de El ejido identificadas a lo largo del Diagnóstico y que serán operativizados a través de las distintas líneas estratégicas de actuación:

El Objetivo Estratégico del *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido* es coincidente con la Misión o meta marcada en el Plan: **"consolidar un ecosistema comercial diverso, resiliente y adaptado a las singularidades territoriales del municipio, impulsando el núcleo urbano de El Ejido como centro comercial de referencia en el Poniente Almeriense y desarrollando estrategias específicas para los núcleos periféricos, mediante una gobernanza compartida, digitalización, cohesión territorial y mejora continua de la experiencia comercial"**.

Este gran Objetivo Estratégico está estructurado a través de 4 Objetivos Específicos, vinculados a los grandes ámbitos o líneas estratégicas:

- 1** OE1. Reforzar la gobernanza y la colaboración público-privada en el sector comercial de El Ejido.
- 2** OE2. Potenciar la identidad y visibilidad del comercio urbano de El Ejido.
- 3** OE3. Mejorar la adecuación urbanística y la accesibilidad de los espacios comerciales.
- 4** OE4. Impulsar la transformación digital y la capacitación del comercio local.

A continuación se expone qué se pretende alcanzar con cada Objetivo Específico:

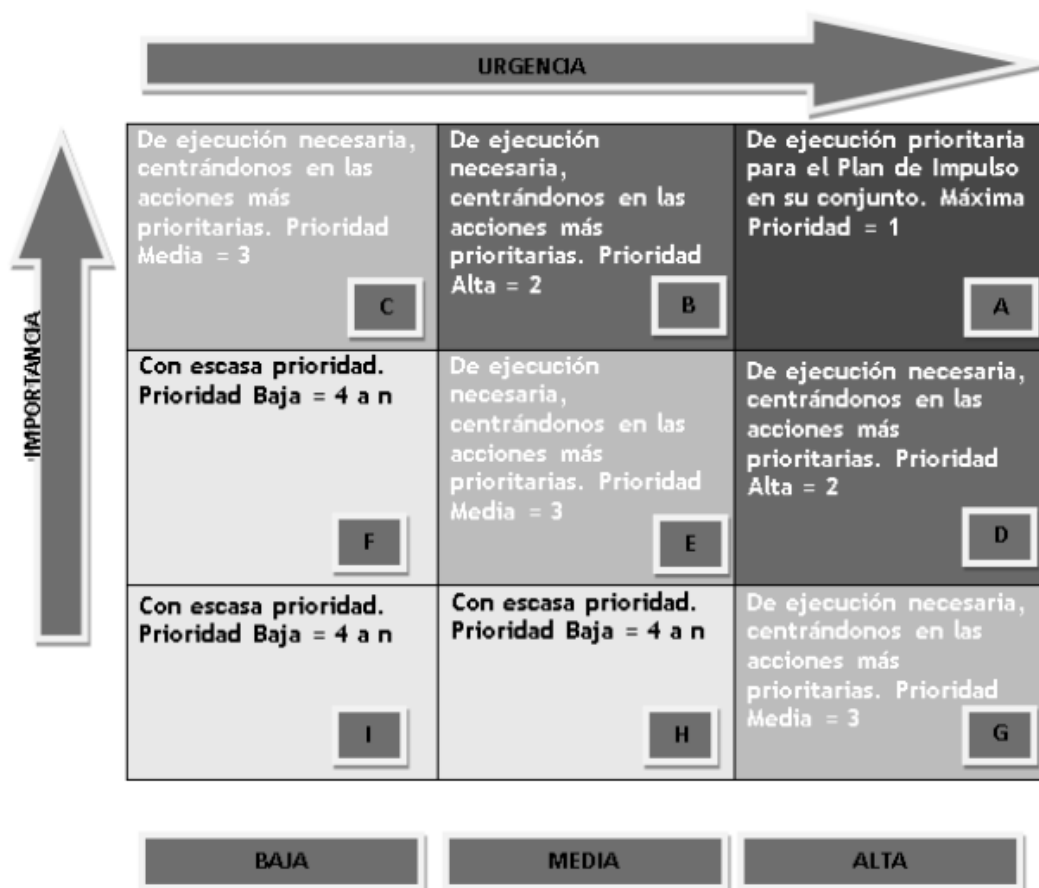
- **OE1. Reforzar la gobernanza y la colaboración público-privada en el sector comercial de El Ejido**, mediante la potenciación de canales estables de coordinación como el Consejo Municipal de Comercio y Servicios, el impulso del asociacionismo y la profesionalización del tejido comercial. Esta línea estratégica busca consolidar una estructura operativa que permita planificar, ejecutar y evaluar las políticas comerciales de forma participativa y eficaz.
- **OE2. Potenciar la identidad y visibilidad del comercio urbano de El Ejido**, desarrollando una marca comercial propia, campañas de comunicación segmentadas y herramientas colaborativas que refuercen la experiencia de compra. Este objetivo pretende conectar con la ciudadanía, fidelizar a la clientela y posicionar al comercio local como parte esencial del estilo de vida ejidense.
- **OE3. Mejorar la adecuación urbanística y la accesibilidad de los espacios comerciales**, mediante actuaciones que incrementen el confort, la movilidad y la funcionalidad del entorno urbano. Se priorizará la creación de espacios amables para el consumo, la planificación de nuevos desarrollos comerciales y la implantación de soluciones como la señalización inteligente y la ampliación de plazas de aparcamiento.
- **OE4. Impulsar la transformación digital y la capacitación del comercio local**, facilitando la formación, tutorización y adopción de herramientas tecnológicas que mejoren la competitividad, la gestión empresarial y la relación con la clientela. Este objetivo incluye medidas para fomentar el emprendimiento, el relevo generacional y la ocupación de locales vacíos con nuevos proyectos viables.

5.2. PLAN OPERATIVO DE ACTUACIÓN COMERCIAL

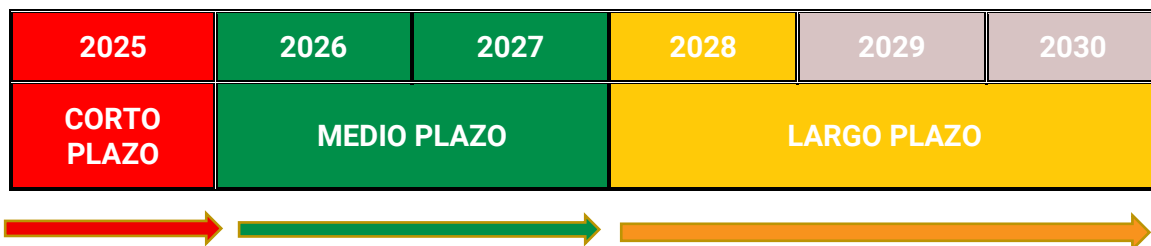
El Plan Operativo de Actuación Comercial constituye el marco de despliegue estratégico del *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido 2030*. Su finalidad es traducir los objetivos generales y específicos en un conjunto estructurado de líneas estratégicas, medidas y actuaciones concretas, que permitan afrontar los retos detectados en el diagnóstico y activar las oportunidades del ecosistema comercial local.

Para conseguir los objetivos propuestos, el Plan de Acción plantea 4 Líneas Estratégicas que pretenden mejorar, potenciar, corregir o mantener, los aspectos críticos identificados en el comercio urbano de El Ejido. Las Líneas Estratégicas se despliegan en medidas y estas en actuaciones específicas que operativizarán el Plan de Acción. En global, las propuestas de actuación del *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido* están comprendidas por 4 Líneas Estratégicas, 10 Medidas y 19 Actuaciones.

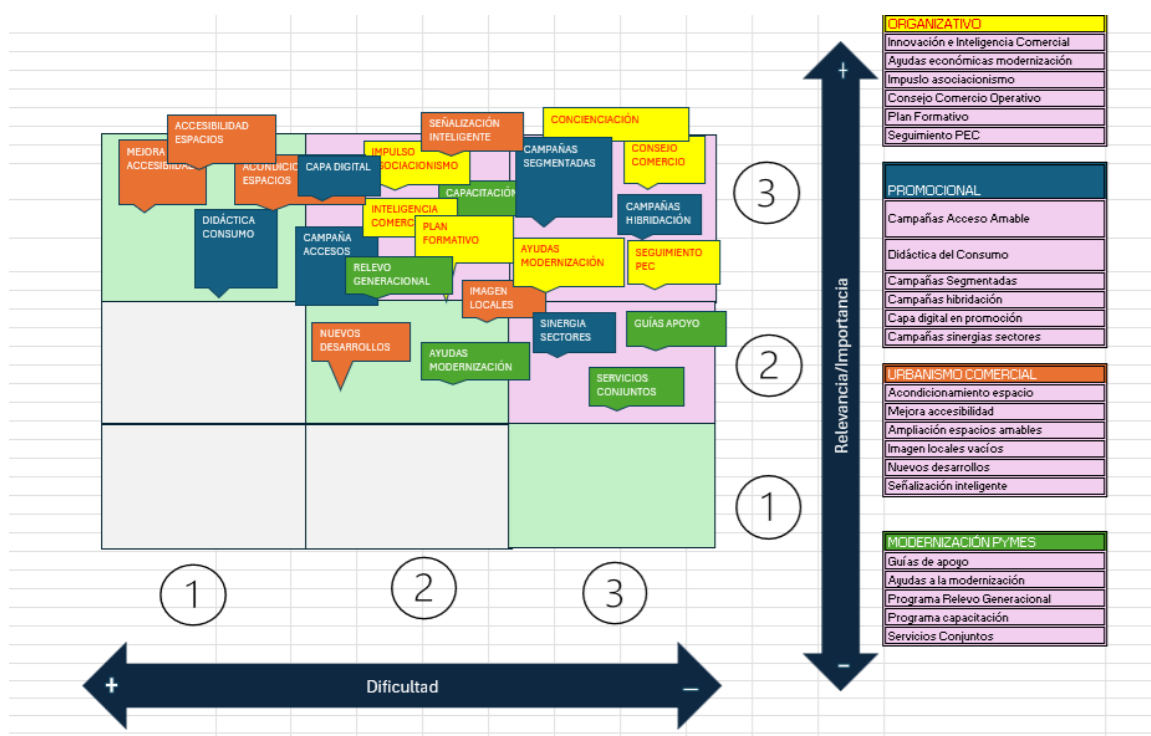
Del mismo modo, cada Medida de Actuación tiene establecida una prioridad concreta, que se ha aplicado conforme al siguiente planteamiento:



Igualmente, la periodicidad viene entendida conforme al siguiente esquema: a corto plazo (2025), a medio plazo (2026-27) y largo plazo (2028 y siguientes):



En este contexto, a continuación se presenta la priorización detallada de las medidas y actuaciones, resultado del consenso alcanzado entre las y los agentes del sector durante la Mesa de Trabajo celebrada. Este proceso participativo ha permitido identificar, de manera fundamentada y objetiva, aquellas acciones que requieren una intervención más inmediata, así como aquellas que, por su naturaleza estratégica, contribuirán a consolidar el desarrollo comercial a largo plazo en El Ejido. La priorización obtenida debe servir como guía operativa para la asignación eficiente de recursos, la programación de plazos y la articulación efectiva de las diferentes iniciativas recogidas en el Plan de Actuación Comercial.



Fuente: Elaboración propia a partir de la Mesa de Trabajo (09/07/2025).

5.2.1. Síntesis del Plan de Actuación Comercial

Para facilitar la comprensión del Plan, se presenta un índice que sintetiza las Líneas Estratégicas, las Medidas de Actuación y las Actuaciones Específicas previstas para la puesta en marcha del *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido*.

Desde un enfoque integrador, el desarrollo comercial de El Ejido debe abordarse de manera holística y transversal, evitando tratamientos parcelarios que puedan limitar su alcance. Es fundamental subrayar que la eficacia de un Plan Estratégico radica en asumirlo como un auténtico proyecto de ciudad, lo que exige un alto grado de corresponsabilidad compartida entre la esfera pública y la privada. La colaboración activa y coordinada de todas las partes implicadas es esencial para avanzar de forma equilibrada en cada línea de actuación, garantizando así el éxito global del proyecto.

Del mismo modo, resulta imprescindible establecer mecanismos sólidos de seguimiento y evaluación continuos, bajo la supervisión del Consejo Sectorial de Comercio y Servicios. Dichos mecanismos permitirán monitorizar el grado de ejecución del Plan, detectar posibles desviaciones y ajustar las estrategias en función de las necesidades emergentes, reforzando así el compromiso y la corresponsabilidad de todos los agentes involucrados.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.	M1.1. Fortalecimiento institucional y planificación compartida.	ACT01. Impulso del Consejo Municipal de Comercio y Servicios.
		ACT02. Participación en estrategias urbanas y búsqueda de financiación.
		ACT03. Seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Comercio.
	M1.2. Impulso al asociacionismo y a la vertebración sectorial.	ACT04. Impulso del asociacionismo comercial.
		ACT05. Desarrollo del Centro Comercial Abierto en el núcleo de El Ejido.
		ACT06. Apoyo directo al sector mediante convenios, ayudas e incentivos.
	M1.3. Inteligencia comercial y gestión del conocimiento.	ACT07. Desarrollo de herramientas de información comercial.
L02. IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y EXPERIENCIA COMERCIAL.	M2.1. Posicionamiento e imagen del comercio local.	ACT08. Creación y/o restyling de la marca comercial (global y por núcleos).
		ACT09. Diseño y ejecución de campañas de comunicación segmentadas.
	M2.2. Servicios colaborativos y fidelización.	ACT10. Implantación de servicios adicionales conjuntos a la compra.
		ACT11. Canalización del consumo turístico hacia el comercio local.
	M2.3. Educación y cultura del consumo responsable.	ACT12. Programas de didáctica del consumo local en centros educativos.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L03. ENTORNOS COMERCIALES ACCESIBLES Y FUNCIONALES.	M3.1. Mejora del entorno físico y la experiencia de compra.	ACT13. Intervenciones para crear espacios más amables para el consumo.
		ACT14. Señalización inteligente y accesibilidad comercial.
	M3.2. Planificación urbanística con enfoque comercial.	ACT15. Integración de criterios comerciales en el PGOU y nuevos desarrollos.
L04. TRANSFORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME COMERCIAL.	M4.1. Capacitación y profesionalización del empresariado.	ACT16. Apoyo a la capacitación y transformación digital del comercio local.
		ACT17. Visualización y reconocimiento del sector.
	M4.2. Emprendimiento y regeneración del tejido comercial	ACT18. Programa de emprendimiento, inversión y relevo generacional
		ACT19. Programa de ocupación de locales vacíos.

5.2.2. Desarrollo del Plan de Actuación Comercial

El Plan de Actuación Comercial está clasificado en Líneas Estratégicas, Medidas y Actuaciones. Las actuaciones están desarrolladas en fichas con la siguiente estructura: N° de Ficha; Denominación de la Línea Estratégica; Denominación de la Medida; Denominación de la Actuación; Marco de partida y/o desarrollo; Prioridad; Entes implicados; Agente principal; Costes aproximados; Fuentes de financiación; Objetivo general; Objetivos específicos; Resultados esperados; Calendario de ejecución; Duración de la actuación; Indicadores de ejecución y seguimiento.

FICHA N°	LÍNEA ESTRATÉGICA:		
Medida:			
ACTUACIÓN:			
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:			
PRIORIDAD:			
ENTES IMPLICADOS:			
AGENTE PRINCIPAL:			
COSTES APROXIMADOS:			
FUENTES DE FINANCIACIÓN:			
OBJETIVO GENERAL:			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:			
RESULTADOS ESPERADOS:			
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio:	Fin:	
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO			

LÍNEA ESTRATÉGICA: L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.

La mejora de la gobernanza comercial constituye uno de los pilares fundamentales del Plan de Actuación Comercial de El Ejido. En un contexto marcado por la fragmentación territorial, la escasa vertebración sectorial y la necesidad de consolidar estructuras de planificación estables, esta línea estratégica tiene como objetivo fortalecer la capacidad institucional del municipio para coordinar, impulsar y evaluar las políticas de apoyo al comercio urbano.

Para operativizar esta Línea Estratégica se han trazado 3 medidas específicas que serán desarrolladas mediante 7 actuaciones concretas:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.	M1.1. Fortalecimiento institucional y planificación compartida.	ACT01. Impulso del Consejo Municipal de Comercio y Servicios.
		ACT02. Participación en estrategias urbanas y búsqueda de financiación.
		ACT03. Seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Comercio.
	M1.2. Impulso al asociacionismo y a la vertebración sectorial.	ACT04. Impulso del asociacionismo comercial.
		ACT05. Desarrollo del Centro Comercial Abierto en el núcleo de El Ejido.
		ACT06. Apoyo directo al sector mediante convenios, ayudas e incentivos.
	M1.3. Inteligencia comercial y gestión del conocimiento.	ACT07. Desarrollo de herramientas de información comercial.

A continuación, se exponen las actuaciones a ejecutar en cada una de las medidas planteadas:

M1.1. Fortalecimiento institucional y planificación compartida: esta Medida tiene como objetivo impulsar el funcionamiento operativo del Consejo Municipal de Comercio y Servicios, ya constituido, mediante la creación de Comisiones Técnicas que permitan abordar de forma especializada y ágil las distintas áreas del Plan. Asimismo, se busca garantizar la participación activa del sector comercial en las grandes estrategias urbanas del municipio (Planes de Movilidad, proyectos de búsqueda de financiación, etc.) y establecer un sistema de seguimiento y evaluación continua del Plan Estratégico de Comercio, que permita medir su impacto y ajustar las acciones en función de los resultados. Para lograrlo, se han proyectado 3 actuaciones específicas:

- ACT01. Impulso del Consejo Municipal de Comercio y Servicios.
- ACT02. Participación en estrategias urbanas y búsqueda de financiación.
- ACT03. Seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Comercio.

FICHA Nº 1	LÍNEA ESTRATÉGICA L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.
MEDIDA: M1.1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y PLANIFICACIÓN COMPARTIDA.	
ACTUACIÓN: ACT01. IMPULSO DEL CONSEJO MUNICIPAL DE COMERCIO Y SERVICIOS.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
La actuación ACT01 se plantea como una acción estructural para consolidar un sistema de gobernanza comercial estable, participativo y operativo en El Ejido. El Consejo Municipal de Comercio y Servicios ya ha sido constituido como órgano técnico y consultivo, pero su funcionamiento actual requiere ser reforzado para que pueda ejercer un papel real de coordinación, planificación y seguimiento de las políticas comerciales del municipio. El objetivo de esta actuación es impulsar la operatividad del Consejo mediante la creación y dinamización de Comisiones Técnicas de Trabajo, que permitan abordar de forma especializada las distintas áreas del Plan de Actuación Comercial (urbanismo comercial, promoción, digitalización, formación, etc.). Estas comisiones actuarán como espacios de trabajo temático, con capacidad para generar propuestas, realizar seguimiento técnico y facilitar la participación activa de los agentes implicados. Además, se pretende que el Consejo participe en los procesos estratégicos del municipio (ACT02), como los planes de movilidad, los proyectos de búsqueda de financiación tipo EDIL, etc., garantizando así que el comercio local esté representado en la toma de decisiones que afectan a su desarrollo. Pasos para su implementación: ➤ Creación de Comisiones Técnicas: • Propuesta de Comisiones al Pleno del Consejo. • Creación formal de Comisiones Técnicas temáticas: • Denominación, objetivos y funciones vinculadas al Plan Estratégico. • Composición representativa del sector (comerciantes, asociaciones, áreas municipales...) • Periodicidad de reuniones y mecanismos de toma de decisiones. ➤ Constitución y activación de las Comisiones Técnicas: • Convocatoria de sesión del Consejo para la Constitución de las Comisiones Técnicas. • Designación oficial de integrantes por cada comisión. • Establecimiento de calendario de reuniones y sistema de actas. ➤ Coordinación transversal con otras áreas municipales: • Establecer canales de interlocución con Urbanismo, Movilidad, Participación, Turismo, etc. • Garantizar la presencia del Consejo en los previos de las estrategias urbanas.	

Esta actuación se alinea directamente con la Actuación 1.2.5.2 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía, que promueve la creación y activación de Consejos Municipales del Comercio como instrumentos de participación, planificación y seguimiento de las políticas comerciales locales.

PRIORIDAD:	ALTA		
ENTES IMPLICADOS:	- Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. - Otras áreas del Ayuntamiento. - Asociaciones de Comerciantes. - Representantes de Mercados Municipales y mercadillos. - Comerciantes no asociados. - Entidades colaboradoras (Cámara de Comercio, CADE, sindicatos, representantes de los consumidores...).		
AGENTE PRINCIPAL:	Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido.		
COSTES APROXIMADOS:	Coste bajo. No requiere inversión directa significativa, pero sí recursos humanos y técnicos para la dinamización de las Comisiones Técnicas. Se recomienda una asistencia técnica para su activación: 15.000,00 €/año.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Recursos propios del Ayuntamiento y de los agentes intervinientes.		
OBJETIVO GENERAL:	Establecer un marco permanente de colaboración y trabajo conjunto entre el sector comercial y el Ayuntamiento de El Ejido, que permita planificar, coordinar y evaluar las actuaciones del Plan de forma consensuada.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Activar el Consejo como órgano operativo de gobernanza comercial a través de Comisiones Técnicas. - Facilitar la participación activa de todos los agentes del sector. - Impulsar comisiones técnicas de trabajo temáticas. - Coordinar el seguimiento del Plan Estratégico de Comercio. - Mejorar la interlocución institucional del sector. - Promover la colaboración público-privada en proyectos transversales.		
RESULTADOS ESPERADOS:	- Consejo Municipal de Comercio y Servicios operativo. - Comisiones técnicas activas y funcionales. - Participación activa del sector en la planificación comercial. - Mejora de la coordinación institucional. - Seguimiento eficaz del Plan Estratégico de Comercio.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Septiembre 2025		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.

INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Creación de Comisiones Técnicas (sí/no). • N° de comisiones técnicas constituidas. • N° de reuniones celebradas al año. • N° de agentes participantes. • N° de acuerdos alcanzados.
--	---

FICHA Nº 2	LÍNEA ESTRATÉGICA L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.
MEDIDA: M1.1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y PLANIFICACIÓN COMPARTIDA.	
ACTUACIÓN: ACT02. PARTICIPACIÓN EN ESTRATEGIAS URBANAS Y BÚSQUEDA DE FINANCIACIÓN.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
La actuación ACT02 se plantea como una acción estratégica para garantizar que el comercio urbano de El Ejido esté presente y representado en los procesos de planificación, diseño y toma de decisiones de las grandes estrategias municipales que puedan afectar directa o indirectamente al sector. Durante el diagnóstico se ha detectado que el sector comercial no participa de forma estructurada en los espacios donde se definen políticas urbanas, de movilidad, sostenibilidad, digitalización o promoción económica, lo que limita su capacidad de influencia y su acceso a oportunidades de financiación. Esta ausencia se traduce en una pérdida de alineación entre las necesidades reales del comercio y las decisiones que se toman en otros ámbitos estratégicos del municipio. La actuación busca establecer mecanismos que permitan al sector comercial estar presente en los previos de las grandes estrategias, como la Agenda Urbana, el Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS), el PGOU, los planes de sostenibilidad turística, las convocatorias de fondos europeos o las estrategias de desarrollo económico local. Además, se pretende facilitar el acceso del comercio a convocatorias de ayudas y subvenciones, tanto públicas como privadas, mediante un acompañamiento y una mejora de la comunicación institucional. Pasos para su implementación: ➤ Fase 1: Identificación de estrategias y espacios clave: • Detectar los planes, programas y proyectos municipales y supramunicipales que puedan afectar al comercio, como: • Agenda Urbana de El Ejido. • PGOU. • PMUS. • Estrategias de sostenibilidad turística. • Convocatorias de fondos europeos. • Identificar los órganos, mesas o comisiones donde se debaten y diseñan dichas estrategias. ➤ Fase 2: Inclusión del sector comercial en dichos espacios: • Proponer la incorporación del Consejo Municipal de Comercio y Servicios en los órganos de participación existentes • Establecer canales de interlocución directa entre el Área de Comercio y otras áreas municipales (Urbanismo, Movilidad, Turismo, Fondos Europeos...). ➤ Fase 3: Acompañamiento para la captación de financiación:	

- Diseñar un sistema de alerta y asesoramiento sobre convocatorias de ayudas relevantes para el comercio.
- Facilitar la preparación de solicitudes, memorias técnicas y documentación justificativa.
- Promover la participación del sector en proyectos colaborativos que puedan ser financiados.

➤ Fase 4: Coordinación con el Consejo Municipal de Comercio y Servicios:

- Utilizar el Consejo como espacio de coordinación transversal para canalizar propuestas, validar proyectos y hacer seguimiento de las oportunidades de financiación.

La actuación ACT02. Participación en estrategias urbanas y búsqueda de financiación se alinea con la Medida 1.2.5 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, al promover la planificación estratégica y la coordinación entre agentes públicos y privados para impulsar un desarrollo comercial sostenible, integrando el comercio en las políticas urbanas y de financiación del territorio.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	• Consejo Sectorial de Comercio y Servicios. • Otras áreas del Ayuntamiento, especialmente la encargada de la captación y gestión de fondos.
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.
COSTES APROXIMADOS:	Coste bajo. No requiere inversión directa significativa, pero sí recursos técnicos para el acompañamiento, coordinación y asesoramiento. Puede requerir estudios específicos para la preparación de proyectos financiables.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Recursos propios del Ayuntamiento.
OBJETIVO GENERAL:	Garantizar la presencia activa del sector comercial en los procesos de planificación estratégica y en las oportunidades de financiación que puedan contribuir a su desarrollo, modernización y sostenibilidad.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Integrar al comercio en los espacios de diseño de políticas urbanas y económicas. • Mejorar la interlocución institucional del sector. • Facilitar el acceso a ayudas y subvenciones. • Promover proyectos colaborativos con financiación externa. • Coordinar la participación a través del Consejo Municipal de Comercio y Servicios.
RESULTADOS ESPERADOS:	• Comercio representado en los órganos de planificación estratégica. • Mayor alineación entre políticas municipales y necesidades del sector. • Acceso efectivo a convocatorias de financiación. • Participación del comercio en proyectos colaborativos.

	Coordinación transversal a través del Consejo Municipal.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Septiembre 2025		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Nº de estrategias municipales con participación del comercio. - Nº de convocatorias de financiación difundidas. - Nº de solicitudes presentadas para el sector. - Nº de proyectos colaborativos impulsados. - Nº de reuniones interdepartamentales celebradas. - Nivel de participación del comercio en los procesos estratégicos.		

FICHA Nº 3	LÍNEA ESTRATÉGICA L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.
MEDIDA: M1.1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y PLANIFICACIÓN COMPARTIDA.	
ACTUACIÓN: ACT03. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
La actuación ACT03 tiene como finalidad establecer un sistema sólido, participativo y continuo de seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Comercio de El Ejido. Esta actuación es clave para garantizar que las acciones previstas se ejecutan conforme a lo planificado, que los recursos se asignan de forma eficiente y que los resultados obtenidos se alinean con los objetivos estratégicos del Plan. Medir es imprescindible para poder mejorar. Sin un sistema de seguimiento estructurado, no es posible saber si el Plan se está desarrollando correctamente, si las actuaciones están generando el impacto esperado o si es necesario introducir ajustes. Esta actuación permitirá disponer de información objetiva y actualizada para la toma de decisiones, reforzando la transparencia, la corresponsabilidad y la mejora continua. El sistema de seguimiento se articulará a través del Consejo Municipal de Comercio y Servicios, que actuará como órgano colegiado de consulta, participación y supervisión. Se establecerán tareas en las Comisiones Técnicas específicas para la evaluación del Plan, que se encargarán de recopilar datos, analizar resultados y proponer ajustes estratégicos cuando sea necesario. Pasos para su implementación: • Diseño del sistema de seguimiento (Cuadro de Mandos del epígrafe 5.5. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN): • Definición de un cuadro de mando de indicadores. • Establecimiento de fuentes de información y periodicidad de evaluación. • Asignación de responsabilidades técnicas para la recogida y análisis de datos. • Evaluación en Comisión Técnica de Seguimiento: • Creación de una tarea de medición en Comisión Técnica específica dentro del Consejo Municipal de Comercio y Servicios. • Designación de representantes técnicos y sectoriales. • Implementación de herramientas de recogida de datos: • Desarrollo de la sistemática para la recogida de información. • Recogida sistemática de datos de ejecución y resultados. • Evaluación periódica y mejora continua: • Elaboración de informes semestrales de seguimiento. • Convocatoria de sesiones de revisión con el Consejo Municipal. • Propuesta de ajustes estratégicos en función de los resultados obtenidos. • Comunicación de resultados:	

- Publicación de los informes en el portal web del comercio.
- Difusión de los avances entre el sector y la ciudadanía.

La actuación ACT03. Seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Comercio se alinea con la actuación 1.2.5.1 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, al contribuir a la revisión y actualización de los planes estratégicos municipales, facilitando un desarrollo ordenado del comercio local, la identificación de necesidades y la rendición de cuentas.

PRIORIDAD:	ALTA		
ENTES IMPLICADOS:	• Consejo Sectorial de Comercio y Servicios. • Otras áreas del Ayuntamiento. • Asociaciones de Comerciantes. • Comercios a título individual.		
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.		
COSTES APROXIMADOS:	Coste bajo. No requiere inversión directa significativa, pero sí recursos técnicos y humanos para la recogida de datos, elaboración de informes y dinamización de las comisiones.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Recursos propios del Ayuntamiento.		
OBJETIVO GENERAL:	Establecer un sistema participativo y eficaz de seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Comercio que permita garantizar su ejecución, medir su impacto y facilitar la mejora continua.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Diseñar un cuadro de mando de indicadores. • Recoger datos objetivos y cualitativos sobre la ejecución del Plan. • Impulsar la participación activa del sector en la evaluación. • Adaptar las estrategias a la realidad local. • Comunicar los resultados de forma transparente.		
RESULTADOS ESPERADOS:	• Cuadro de mando operativo. • Comisión Técnica de Seguimiento constituida. • Informes de evaluación publicados. • Ajustes estratégicos realizados en base a evidencias. • Mayor transparencia y corresponsabilidad en la ejecución del Plan.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)

DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Septiembre 2025	Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Cuadro de mando definido (sí/no). • Nº de indicadores operativos. • Nº de informes de seguimiento elaborados. • Nº de reuniones de evaluación celebradas. • Nº de ajustes estratégicos realizados.	

M1.2. Impulso al asociacionismo y a la vertebración sectorial: esta Medida persigue reforzar el papel de las asociaciones comerciales como agentes vertebradores del sector, fomentando su profesionalización, ampliando su base asociativa y dotándolas de mayor capacidad de interlocución. Se contempla también el desarrollo del Centro Comercial Abierto en el núcleo urbano de El Ejido, como instrumento de dinamización y cohesión, así como la puesta en marcha de fórmulas de apoyo directo al sector (convenios, ayudas, incentivos) adaptadas a las necesidades detectadas en el diagnóstico. Para lograrlo, se han proyectado 3 actuaciones específicas:

- ACT04. Impulso del asociacionismo comercial.
- ACT05. Desarrollo del Centro Comercial Abierto en el núcleo de El Ejido.
- ACT06. Apoyo directo al sector mediante convenios, ayudas e incentivos.

FICHA Nº 4	LÍNEA ESTRATÉGICA L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.
MEDIDA: M1.1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y PLANIFICACIÓN COMPARTIDA.	
ACTUACIÓN: ACT04. IMPULSO DEL ASOCIACIONISMO COMERCIAL.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El asociacionismo comercial constituye una herramienta clave para la vertebración del sector, la representación de sus intereses y la dinamización del comercio urbano. Sin embargo, en El Ejido, el nivel de afiliación y participación en las asociaciones existentes es reducido y la fragmentación organizativa limita su capacidad de interlocución y acción colectiva. La actuación ACT04 tiene como objetivo fortalecer el tejido asociativo del comercio local, incrementando tanto su representatividad como su capacidad operativa. Para ello, se propone una doble estrategia: por un lado, poner en valor la pertenencia a las asociaciones ante personas comerciantes asociadas y no asociadas, destacando los beneficios concretos que aporta formar parte de una entidad colectiva (acceso a convenios ventajosos, servicios compartidos, información sectorial, subvenciones, representación institucional, entre otros); y por otro, impulsar procesos de convergencia y coordinación entre las principales asociaciones existentes, especialmente entre la Asociación de Comerciantes y Servicios de El Ejido y la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Almerimar, con la creación de una fusión o una Federación, con el fin de generar sinergias, aprovechar economías de escala y construir una voz común más sólida y cohesionada. Pasos para su implementación: • Diagnóstico y mapeo del tejido asociativo: • Identificación de asociaciones existentes, su ámbito de actuación y base asociativa. • Análisis de fortalezas, debilidades y grado de coordinación entre ellas. • Campaña de sensibilización y captación: • Diseño de una campaña institucional para visibilizar los beneficios de estar asociado. • Difusión de casos de éxito y testimonios de comerciantes asociados.	

- Organización de sesiones informativas y encuentros abiertos.
- Creación de materiales y captación directa de nuevas empresas asociadas.
- Proceso de convergencia y coordinación:
 - Promoción de espacios de diálogo entre asociaciones.
 - Estudio de fórmulas de colaboración, federación o integración progresiva.
 - Diseño de una hoja de ruta compartida para la vertebración sectorial.

La actuación ACT04. Impulso del asociacionismo comercial se alinea con la Medida 1.3.1 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, al fomentar la cooperación empresarial y la participación activa del sector en espacios de diálogo y consenso, claves para el diseño eficaz de políticas públicas y la consolidación del tejido asociativo comercial.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	• Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. • Asociación de Comerciantes y Servicios de El Ejido. • Asociación de Comerciantes y Empresarios de Almerimar. • Consejo Municipal de Comercio y Servicios. • Comerciantes no asociados.
AGENTE PRINCIPAL:	Asociaciones de comerciantes.
COSTES APROXIMADOS:	Coste medio. Se estima una inversión inicial de entre 6.000 € y 10.000 € para el diseño y ejecución de la campaña de sensibilización, apoyo técnico y dinamización del proceso de convergencia. Puede requerir recursos adicionales si se plantea la profesionalización de estructuras asociativas.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios del Ayuntamiento. • Recursos propios de las Asociaciones. • Subvenciones de la Junta de Andalucía (líneas de apoyo al asociacionismo y Centros Comerciales Abiertos).
OBJETIVO GENERAL:	Consolidar una estructura asociativa fuerte, representativa y operativa que permita avanzar hacia una mayor cohesión del sector comercial, mejorar su interlocución institucional y facilitar la ejecución de acciones conjuntas.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Aumentar la base asociativa y la participación activa del comercio. • Reforzar el papel de las asociaciones como entidades vertebradoras del sector. • Profesionalizar la gestión del asociacionismo comercial.

	- Promover la coordinación y convergencia entre asociaciones existentes. - Visibilizar los beneficios de estar asociado.		
RESULTADOS ESPERADOS:	- Disminución de la atomización del sector. - Incremento del número de comercios asociados. - Mayor cohesión y coordinación entre asociaciones. - Asociaciones más profesionalizadas y con mayor capacidad de acción. - Mejora de la percepción del valor del asociacionismo entre comerciantes. - Fortalecimiento de la interlocución sectorial ante el Ayuntamiento.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2026		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Creación de una convergencia asociativa (sí/no). - Evolución del nº de comercios asociados. - Nº de actuaciones informativas realizadas.		

FICHA Nº 5	LÍNEA ESTRATÉGICA L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.
MEDIDA: M1.1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y PLANIFICACIÓN COMPARTIDA.	
ACTUACIÓN: ACT05. DESARROLLO DEL CENTRO COMERCIAL ABIERTO EN EL NÚCLEO DE EL EJIDO.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El modelo de Centro Comercial Abierto (CCA) constituye una fórmula de organización comercial urbana basada en la colaboración público-privada, la gestión profesionalizada y la planificación estratégica compartida. Su reconocimiento oficial por parte de la Junta de Andalucía permite acceder a líneas específicas de financiación, aumentar la visibilidad del comercio local y consolidar una estructura de gestión moderna, cohesionada y eficaz. En El Ejido, el desarrollo de un CCA en su núcleo urbano principal se plantea como una oportunidad para profesionalizar la gestión del asociacionismo comercial, mejorar la coordinación de las actuaciones de dinamización y reforzar la identidad del centro urbano como espacio comercial diferenciado. Esta actuación permitirá avanzar hacia un modelo de gestión más eficiente, con mayor capacidad de interlocución institucional y acceso a recursos autonómicos y europeos. El proceso de reconocimiento como CCA requiere cumplir una serie de requisitos establecidos en la normativa vigente (Orden de 1 de julio de 2025, por la que se establece la regulación del procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía), entre los que destacan: contar con una asociación promotora representativa, disponer de una estrategia común, garantizar la viabilidad económico-financiera, establecer una imagen comercial única y demostrar una colaboración estable con el Ayuntamiento. Pasos para su implementación: ➤ Fase 1: Diagnóstico y planificación inicial: • Revisión del grado de cumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa autonómica. • Delimitación del área comercial del núcleo urbano de El Ejido. • Identificación de la asociación promotora y análisis de su representatividad. ➤ Fase 2: Elaboración de la estrategia del CCA: • Redacción de un plan estratégico del CCA con visión plurianual. • Definición de una imagen comercial única y diseño del manual de identidad corporativa. • Planificación de servicios comunes, campañas de dinamización y acciones de fidelización. ➤ Fase 3: Profesionalización de la gestión: • Contratación o designación de una gerencia profesional. • Establecimiento de una oficina técnica del CCA. • Dotación de recursos humanos y materiales para su funcionamiento. ➤ Fase 4: Tramitación del reconocimiento oficial: • Recopilación de la documentación exigida por la Junta de Andalucía.	

- Solicitud formal de reconocimiento como CCA.
- Coordinación con el Ayuntamiento para la validación de la delimitación y la estrategia.

Esta actuación se alinea con la Medida 1.2.2 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, dirigida a la puesta en valor de los Centros Comerciales Abiertos y con la actuación específica 1.2.2.1, que promueve la consolidación de este modelo mediante la simplificación normativa y el impulso institucional

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	• Asociación de Comerciantes y Servicios de El Ejido. • Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. • Consejo Municipal de Comercio y Servicios.
AGENTE PRINCIPAL:	Asociación de Comerciantes y Servicios de El Ejido.
COSTES APROXIMADOS:	Coste medio-alto. Se estima una inversión inicial de entre 15.000 € y 25.000 € para la elaboración del plan estratégico, la contratación de gerencia, el diseño de imagen corporativa y la tramitación del reconocimiento. Se recomienda realizar un estudio económico-financiero previo.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Subvenciones específicas para CCAs de la Junta de Andalucía. • Recursos propios de la asociación promotora. • Aportaciones municipales. • Patrocinios privados y convenios de colaboración.
OBJETIVO GENERAL:	Constituir un Centro Comercial Abierto reconocido oficialmente en el núcleo urbano de El Ejido que permita profesionalizar la gestión del comercio local, acceder a financiación específica y consolidar una estrategia común de dinamización y promoción.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Constituirse como CCA reconocido oficialmente por la Junta de Andalucía. • Reforzar la identidad comercial del núcleo urbano de El Ejido. • Profesionalizar la gestión del asociacionismo comercial. • Acceder a líneas de financiación específicas para CCAs. • Mejorar la coordinación de las actuaciones de dinamización.
RESULTADOS ESPERADOS:	• Reconocimiento oficial como CCA por parte de la Junta de Andalucía. • Asociación promotora profesionalizada y con gerencia técnica. • Plan estratégico del CCA aprobado y en ejecución. • Mayor visibilidad y competitividad del comercio local.

CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2027		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Solicitud de reconocimiento presentada (sí/no). • Consecución del reconocimiento oficial como CCA (sí/no). • N° de comercios adheridos al CCA. • N° de acciones ejecutadas del plan estratégico. • N° de campañas de dinamización realizadas. • Financiación captada a través de convocatorias específicas.		

FICHA Nº 6	LÍNEA ESTRATÉGICA L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.
MEDIDA: M1.1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y PLANIFICACIÓN COMPARTIDA.	
ACTUACIÓN: ACT06. APOYO DIRECTO AL SECTOR MEDIANTE CONVENIOS, AYUDAS E INCENTIVOS.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El tejido comercial de El Ejido presenta una estructura atomizada, con menor capacidad de acceso a recursos económicos y técnicos que permitan su modernización, digitalización y dinamización. Esta situación limita la competitividad del sector y su capacidad de adaptación a los nuevos hábitos de consumo y a los retos económicos actuales. La actuación ACT06 se plantea como una herramienta clave para dotar al comercio local de instrumentos de apoyo directo, estables y evaluables, que refuercen su sostenibilidad y resiliencia. Para ello, se van a explorar las siguientes formas de trabajo: • La formalización de convenios anuales con asociaciones comerciales representativas, con partidas presupuestarias cerradas y objetivos concretos conforme disponibilidad presupuestaria, que permitan financiar actuaciones de dinamización, formación, digitalización, promoción o mejora de la competitividad. Estos convenios deberán incluir mecanismos de seguimiento y evaluación del cumplimiento de los objetivos pactados. • La identificación y difusión de ayudas externas (Junta de Andalucía, Kit Digital, fondos europeos, etc.) que puedan beneficiar a las pymes comerciales, facilitando su acceso mediante asesoramiento técnico y acompañamiento en la tramitación. • El diseño de líneas propias de subvención municipal, inspiradas en buenas prácticas realizadas por otros ayuntamientos, para apoyar el comercio electrónico, el alquiler de locales o la innovación comercial. Pasos para su implementación: ► Fase 1: Diseño del sistema de convenios anuales • Definición de objetivos estratégicos y operativos a incluir en los convenios. • Establecimiento de criterios de evaluación y seguimiento. • Asignación presupuestaria anual con carácter finalista. ► Fase 2: Formalización y ejecución de convenios • Redacción de convenios tipo con cláusulas de seguimiento y evaluación. • Firma de convenios con asociaciones. • Ejecución de las actuaciones previstas (campañas, formación, digitalización, etc.). • Seguimiento técnico y financiero de los convenios. ► Fase 3: Identificación y difusión de ayudas externas • Mapeo de ayudas disponibles para pymes comerciales (Junta de Andalucía, Kit Digital, fondos europeos, etc.).	

- Creación de un sistema de alertas y boletines informativos.
 - Asesoramiento para la preparación de solicitudes.
- Fase 4: Diseño de líneas propias de subvención municipal
- Análisis de buenas prácticas en otros ayuntamientos.
 - Definición de líneas prioritarias (comercio electrónico, alquiler de locales, relevo generacional, etc.).
 - Redacción de bases reguladoras y convocatoria pública.
 - Resolución, seguimiento y justificación de las ayudas.

La actuación ACT06. Apoyo directo al sector mediante convenios, ayudas e incentivos se alinea con la Medida 1.3.2 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, al fomentar la modernización y dinamización del comercio mediante mecanismos públicos de apoyo que refuercen el posicionamiento de las pequeñas empresas, incentiven el consumo en el comercio de proximidad y contribuyan a su sostenibilidad y competitividad.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	• Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. • Asociaciones de Comerciantes. • Consejo Municipal de Comercio y Servicios. • Comercios a título individual.
AGENTE PRINCIPAL:	Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido
COSTES APROXIMADOS:	Dotación inicial estimada: entre 100.000 € y 150.000 € anuales para convenios y ayudas directas.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Presupuesto municipal. • Subvenciones autonómicas (Junta de Andalucía). • Fondos europeos (Next Generation, FEDER, etc.). • Convenios con entidades colaboradoras (Cámara de Comercio, FAMP...).
OBJETIVO GENERAL:	Establecer un sistema estable, transparente y evaluable de apoyo económico al sector comercial local, que refuerce su capacidad de acción, modernización y sostenibilidad.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Formalizar convenios anuales con asociaciones comerciales con objetivos evaluables. • Diseñar y lanzar convocatorias municipales de ayudas a pymes comerciales.

	- Facilitar el acceso del sector a ayudas externas mediante asesoramiento y acompañamiento técnico. - Fomentar la inversión en digitalización, innovación y relevo generacional.		
RESULTADOS ESPERADOS:	- Presencia de convenios activos con asociaciones. - Mayor ejecución de proyectos de dinamización y modernización comercial. - Acceso efectivo del comercio local a ayudas externas. - Mejora de la competitividad y resiliencia del tejido comercial.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2026		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Puesta en marcha de convenios con asociaciones (sí/no). - Puesta en marcha de subvenciones locales (sí/no). - Nº de convenios firmados con asociaciones comerciales. - Nº de convocatorias municipales lanzadas. - Nº de comercios beneficiarios de ayudas. - Importe total movilizado en ayudas directas. - Nº de solicitudes tramitadas a ayudas externas. - Evaluación anual de cumplimiento de objetivos de los convenios.		

M1.3. Inteligencia comercial y gestión del conocimiento: esta Medida tiene como objetivo mejorar la toma de decisiones y la planificación estratégica mediante el desarrollo de herramientas de información comercial, como registros actualizados de comerciantes, plataformas digitales, sistemas de análisis de datos y canales de comunicación institucional. Se trata de avanzar hacia un modelo de gestión basado en el conocimiento, que permita anticipar tendencias, evaluar resultados y facilitar la interlocución entre el Ayuntamiento y el tejido comercial. Para lograrlo, se ha proyectado 1 actuación específica:

- ACT07. Desarrollo de herramientas de información comercial.

FICHA Nº 7	LÍNEA ESTRATÉGICA L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.
MEDIDA: M1.3. INTELIGENCIA COMERCIAL Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO.	
ACTUACIÓN: ACT07. DESARROLLO DE HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN COMERCIAL.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
La toma de decisiones estratégicas en el ámbito comercial requiere cada vez más de sistemas de información sólidos, actualizados y accesibles. En El Ejido, se ha iniciado un proceso de digitalización institucional que incluye el desarrollo del portal del comercio municipal (https://elejido.es/comercio/), como espacio de referencia para la comunicación entre el Ayuntamiento y el sector comercial. Sin embargo, es necesario avanzar hacia un modelo más completo de inteligencia comercial, que permita: • Consolidar el portal como herramienta de visualización, consulta y participación. • Crear un registro municipal de comercios locales, que facilite la comunicación directa con el sector, la difusión de ayudas, la inscripción en programas y la segmentación de actuaciones. • Integrar datos relevantes (tráfico, aparcamiento, flujos peatonales, estadísticas de consumo, etc.) en colaboración con el Departamento de Nuevas Tecnologías, para generar un sistema de apoyo a la toma de decisiones basado en evidencias. Este enfoque permitirá mejorar la planificación, la evaluación de políticas públicas y la capacidad de respuesta ante los retos del comercio urbano. Pasos para su implementación: ► Fase 1: Consolidación del portal del comercio: • Revisión técnica y funcional del portal actual (https://elejido.es/comercio/) e incorporación de nuevas secciones. • Campaña de difusión entre el sector comercial para incrementar su visualización. ► Fase 2: Creación del registro municipal de comercios: • Diseño del formulario de inscripción y criterios de inclusión. • Integración del registro en el portal del comercio.	

- Campaña de captación de comercios.
 - Establecimiento de canales de comunicación directa con los inscritos (WhatsApp, mail...).
- Fase 3: Desarrollo del sistema de inteligencia comercial:
- Identificación de fuentes de datos disponibles en el Ayuntamiento (tráfico, aparcamiento, movilidad, consumo, etc.).
 - Coordinación con el Departamento de Nuevas Tecnologías para la integración de datos.
 - Diseño de paneles de visualización y cuadros de mando.
 - Formación interna para el uso de los datos en la planificación comercial.
- Fase 4: Activación y seguimiento:
- Publicación periódica de informes y estadísticas relevantes.
 - Evaluación del uso y utilidad del sistema por parte del sector.
 - Ajustes técnicos y funcionales en función del feedback recibido.

La actuación ACT07. Desarrollo de herramientas de información comercial se alinea con la actuación 2.2.1.2 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026 al impulsar la transformación digital del comercio mediante tecnologías que mejoran la estrategia comercial y de comunicación, como soluciones TIC, omnicanalidad y herramientas de análisis.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	• Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. • Departamento de Nuevas Tecnologías. • Asociaciones de Comerciantes. • Consejo Municipal de Comercio y Servicios. • Comercios a título individual.
AGENTE PRINCIPAL:	Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido
COSTES APROXIMADOS:	Consolidación del portal de comercio y registro municipal: coste bajo. No requiere inversión directa significativa, pero sí recursos técnicos y humanos para su desarrollo. Desarrollo del sistema de inteligencia comercial: costes medios-altos, con alta dependencia de los datos disponibles y la incorporación de tecnologías de captación e integración de datos (tráfico, flujos, consumo...). Dependiente de estudios de detalle.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios del Ayuntamiento. • Subvenciones autonómicas de ayudas a ayuntamientos en materia de comercio. • Fondos europeos (Next Generation, FEDER).

	Convenios con entidades colaboradoras.		
OBJETIVO GENERAL:	Consolidar un sistema digital de información comercial que facilite la planificación estratégica, la comunicación con el sector y la toma de decisiones basada en datos.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Potenciar el portal del comercio como herramienta de referencia. - Crear un registro municipal de comercios locales. - Integrar datos relevantes para la planificación comercial. - Mejorar la capacidad institucional de análisis y decisión.		
RESULTADOS ESPERADOS:	- Aumento de la visualización y uso del Portal del comercio municipal. - Registro municipal de comercios activo y con alta participación. - Sistema de inteligencia comercial operativo. - Mayor eficacia en la planificación y evaluación de políticas comerciales.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2027		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Nº de visitas al portal del comercio. - Nº de comercios inscritos en el registro - Nº de fuentes de datos integradas. - Nivel de uso del sistema por parte del sector.		

LÍNEA ESTRATÉGICA: L02. IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y EXPERIENCIA COMERCIAL

La identidad comercial de un municipio constituye un factor clave para su posicionamiento competitivo, la fidelización de la clientela y la dinamización del tejido económico local. En un contexto de transformación de los hábitos de consumo, fragmentación de la oferta y creciente competencia de formatos comerciales digitales y periféricos, resulta imprescindible reforzar la visibilidad, el atractivo y la experiencia de compra en los espacios urbanos de El Ejido.

Esta línea estratégica tiene como objetivo consolidar una imagen comercial reconocible, cohesionada y diferenciada para el municipio en general y sus diferentes núcleos en particular, al tiempo que se desarrollan herramientas de promoción segmentada, servicios colaborativos y acciones de fidelización que refuercen el vínculo entre el comercio local y su clientela. Asimismo, se busca fomentar una cultura de consumo responsable, consciente y comprometida con el entorno, especialmente entre las generaciones más jóvenes.

Para operativizar esta Línea Estratégica se han trazado 3 medidas específicas que serán desarrolladas mediante 6 actuaciones concretas:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L02. IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y EXPERIENCIA COMERCIAL.	M2.1. Posicionamiento e imagen del comercio local.	ACT08. Creación y/o restyling de la marca comercial (global y por núcleos).
		ACT09. Diseño y ejecución de campañas de comunicación segmentadas.
	M2.2. Servicios colaborativos y fidelización.	ACT10. Implantación de servicios adicionales conjuntos a la compra.
		ACT11. Canalización del consumo turístico hacia el comercio local.
	M2.3. Educación y cultura del consumo responsable.	ACT12. Programas de didáctica del consumo local en centros educativos.

A continuación, se exponen las actuaciones a ejecutar en cada una de las medidas planteadas:

M2.1. Posicionamiento e imagen del comercio local: esta Medida tiene como objetivo construir una identidad comercial sólida y diferenciada para El Ejido, tanto a nivel global como en sus distintos núcleos urbanos. Para ello, se plantea la creación o actualización de una marca comercial que represente los valores del comercio local y el diseño de campañas de comunicación segmentadas que refuercen su visibilidad y conexión con la ciudadanía. Para lograrlo, se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT08. Creación y/o restyling de la marca comercial (global y por núcleos).
- ACT09. Diseño y ejecución de campañas de comunicación segmentadas.

FICHA Nº 8	LÍNEA ESTRATÉGICA L02. IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y EXPERIENCIA COMERCIAL.
MEDIDA: M2.1. POSICIONAMIENTO E IMAGEN DEL COMERCIO LOCAL.	
ACTUACIÓN: ACT08. CREACIÓN Y/O RESTYLING DE LA MARCA COMERCIAL (GLOBAL Y POR NÚCLEOS).	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El comercio urbano necesita hoy más que nunca diferenciarse, conectar emocionalmente con su clientela y proyectar una imagen cohesionada, moderna y reconocible. En El Ejido, la ausencia de una marca comercial institucional consolidada limita la capacidad del municipio para posicionarse como destino comercial de referencia en el Poniente Almeriense. Esta actuación plantea la creación o actualización de una marca comercial paraguas que represente al conjunto del municipio, pero que a su vez sea adaptable a los distintos núcleos urbanos, respetando sus singularidades y reforzando su identidad propia. Esta marca debe ser: • Flexible y territorializada, permitiendo su uso en campañas específicas por núcleo: Ejemplos: • #EligeElEjido • #EligeBalerma • #SanAgustínTeEspera • #AlmerimarAbiertoTodoElAño • #SantaMaríaDelÁguilaViva • Etc. • Inspiradora y emocional, capaz de conectar con los valores del comercio local: cercanía, confianza, diversidad, sostenibilidad. • Aplicable a múltiples soportes y canales, desde campañas gráficas hasta redes sociales, señalética urbana o escaparates. La marca debe ser el eje vertebrador de las futuras campañas de promoción, fidelización y dinamización, y debe construirse de forma participativa, con implicación del sector comercial y de la ciudadanía. Pasos para su implementación: ► Fase 1: Diagnóstico y benchmarking_ • Análisis de marcas comerciales existentes en El Ejido y otros municipios cercanos. • Identificación de valores, atributos y elementos identitarios del comercio local. ► Fase 2: Diseño de la marca: • Definición de la arquitectura de marca: paraguas + submarcas por núcleo. • Desarrollo de propuestas gráficas y conceptuales. ► Fase 3: Validación y desarrollo:	

- Selección de la propuesta final (Consejo de Comercio y Servicios).
- Diseño del manual de identidad visual.
- Adaptación de la marca a distintos formatos y soportes.

► Fase 4: Lanzamiento y difusión:

- Presentación pública de la nueva marca.
- Campaña de lanzamiento en medios y redes sociales.
- Distribución de materiales promocionales a los comercios.

La actuación ACT08. Creación y/o restyling de la marca comercial (global y por núcleos) se alinea con la Medida 1.2.1 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026 al contribuir a la puesta en valor del comercio andaluz mediante la renovación de su imagen, reforzando su dinamismo, capacidad de adaptación y conexión con el entorno urbano y social.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	• Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. • Asociaciones de Comerciantes. • Consejo Municipal de Comercio y Servicios.
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Municipal de Comercio y Servicios
COSTES APROXIMADOS:	Coste medio. Diseño de marca, talleres y manual de identidad entre 4.000 € y 6.000 €. Campaña de lanzamiento y materiales promocionales: entre 3.000 € y 5.000 €.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios del Ayuntamiento. • Subvenciones autonómicas para ayuntamientos para promoción comercial. • Fondos europeos (Next Generation, FEDER). • Patrocinios privados.
OBJETIVO GENERAL:	Dotar al comercio de El Ejido de una identidad visual y emocional cohesionada, que refuerce su posicionamiento como destino comercial y dinamice la actividad en todos sus núcleos urbanos.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Crear una marca comercial paraguas para todo el municipio. • Adaptar la marca a los distintos núcleos urbanos. • Mejorar la visibilidad y el atractivo del comercio local.
RESULTADOS ESPERADOS:	• Creación de Marca comercial reconocida y utilizada por el sector. • Mayor cohesión y visibilidad del comercio urbano. • Incremento del sentimiento de pertenencia y orgullo local.

	Mejora de la percepción externa del municipio como destino comercial.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Septiembre 2025		Fin: Diciembre 2025 (con continuidad en su aplicación)
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Creación de la Marca comercial (sí/no). - Nº de núcleos con submarca adaptada. - Nº de comercios que utilizan la marca. - Nº de materiales promocionales distribuidos. - Alcance de la campaña de lanzamiento. - Nivel de reconocimiento de la marca entre la ciudadanía.		

FICHA Nº 9	LÍNEA ESTRATÉGICA L02. IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y EXPERIENCIA COMERCIAL.
MEDIDA: M2.1. POSICIONAMIENTO E IMAGEN DEL COMERCIO LOCAL.	
ACTUACIÓN: ACT09. DISEÑO Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SEGMENTADAS.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El comercio urbano necesita conectar con públicos diversos, con hábitos, motivaciones y expectativas distintas. En un municipio como El Ejido, con una estructura territorial policéntrica y una gran heterogeneidad sociodemográfica, resulta imprescindible diseñar campañas de comunicación adaptadas a las características de cada núcleo urbano y de cada segmento de población. Esta actuación plantea el diseño y ejecución de campañas de comunicación y dinamización comercial que respondan a una lógica de segmentación múltiple: - Segmentación territorial por núcleos urbanos. Cada núcleo presenta un perfil comercial y un público objetivo diferenciado: - El Ejido: núcleo con capacidad supramunicipal, con potencial para atraer clientela de todo el Poniente Almeriense. - Almerimar y Balerna: núcleos con fuerte componente turístico y estacional, además de proximidad. - Las Norias, San Agustín y Santa María del Águila: núcleos con comercio de proximidad y clientela residente diversa. - Segmentación temática o funcional. Las campañas también deben adaptarse a públicos específicos o espacios concretos: - Mercados Municipales. - Población joven. - Personas mayores. - Producto local.... Para lograr campañas de comunicación y dinamización comercial realmente eficaces, resulta fundamental establecer una estrategia que conecte con las motivaciones y características específicas de cada segmento de público. Es imprescindible seleccionar los canales, lenguajes y formatos más adecuados para cada caso, asegurando así la máxima relevancia y alcance de las acciones. En este sentido, se debe trabajar en la elaboración de un programa semestral o anual que contemple el conjunto de actividades previstas, acompañado de un sistema de indicadores de medición –preferentemente con integración digital–. Este enfoque permitirá monitorizar el rendimiento de cada campaña, facilitando la toma de decisiones informadas en cuanto al seguimiento, refuerzo o reorientación de las acciones según los resultados obtenidos y los datos recopilados.	

Pasos para su implementación:

► Fase 1: Análisis y segmentación del público objetivo:

- Identificación de perfiles de clientela por núcleo urbano.
- Análisis de hábitos de consumo, canales de información y motivaciones.
- Segmentación por edad, tipo de comercio, entorno urbano, etc.

► Fase 2: Diseño de campañas adaptadas:

- Definición de objetivos específicos por campaña.
- Desarrollo de mensajes, eslóganes y creatividades adaptadas.
- Selección de canales de difusión adecuados (redes sociales, radio local, cartelería, etc.).

► Fase 3: Ejecución y coordinación:

- Calendario semestral/anual de campañas y actuaciones.
- Coordinación con asociaciones de comerciantes y áreas municipales.
- Producción y distribución de materiales promocionales.

► Fase 4: Seguimiento y evaluación:

- Medición del alcance y la participación.
- Recogida de feedback del sector y la ciudadanía.
- Ajustes y mejora continua de las campañas.

La actuación ACT09. Diseño y ejecución de campañas de comunicación segmentadas se alinea con la Línea Estratégica 1.3 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026 al contribuir a transformar la imagen del comercio y reforzar su percepción social mediante acciones promocionales, tal como promueve esta línea a través de campañas publicitarias y de dinamización del comercio local.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	• Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. • Asociaciones de Comerciantes. • Consejo Municipal de Comercio y Servicios. • Comercios a título individual.
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Municipal de Comercio y Servicios
COSTES APROXIMADOS:	Costes medios-altos. Diseño de ejecución de campañas entre 75.000 € y 100.000 €/año ¹ .
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios del Ayuntamiento.

¹ Parte de estos costes pueden estar imputados a los convenios con las Asociaciones (ACT06).

	- Recursos de las asociaciones de comerciantes. - Subvenciones autonómicas para ayuntamientos para promoción comercial. - Fondos europeos (Next Generation, FEDER). - Patrocinios privados.		
OBJETIVO GENERAL:	Diseñar y ejecutar campañas de comunicación adaptadas a los distintos perfiles de clientela y núcleos urbanos de El Ejido, que refuercen la visibilidad, el atractivo y la conexión del comercio local con su entorno.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Disponer de un programa semestral/anual de actuaciones. - Segmentar las campañas por núcleo urbano y perfil de clientela. - Utilizar canales y lenguajes adecuados a cada público. - Implicar al sector comercial en el diseño y ejecución de las campañas. - Evaluar el impacto y ajustar las estrategias de comunicación.		
RESULTADOS ESPERADOS:	- Mayor visibilidad del comercio local en todos los núcleos. - Incremento de la participación ciudadana en las campañas. - Mejora de la percepción del comercio urbano. - Fidelización de públicos específicos (jóvenes, turistas, residentes, etc.).		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Septiembre 2025		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Calendario semestral/anual de actuaciones. - Nº de campañas diseñadas y ejecutadas. - Nº de núcleos y segmentos cubiertos. - Alcance estimado de las campañas (visualizaciones, impactos, etc.). - Nivel de participación del comercio local. - Grado de satisfacción de la ciudadanía.		

M2.2. Servicios colaborativos y fidelización: esta Medida busca mejorar la experiencia de compra mediante la implantación de servicios adicionales que aporten valor al acto comercial (como bonificación de aparcamiento, herramientas de fidelización, etc.) y la canalización del consumo turístico hacia el comercio local, especialmente en núcleos con vocación turística como Almerimar o Balerna. Para lograrlo, se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT10. Implantación de servicios adicionales conjuntos a la compra.
- ACT11. Canalización del consumo turístico hacia el comercio local.

FICHA Nº 10	LÍNEA ESTRATÉGICA L02. IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y EXPERIENCIA COMERCIAL.
MEDIDA: M2.2. SERVICIOS COLABORATIVOS Y FIDELIZACIÓN.	
ACTUACIÓN: ACT10. IMPLANTACIÓN DE SERVICIOS ADICIONALES CONJUNTOS A LA COMPRA.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El comercio urbano de proximidad necesita reforzar su competitividad frente a otros formatos comerciales, especialmente en un contexto de transformación digital y cambios en los hábitos de consumo. En El Ejido, la implantación de servicios adicionales conjuntos a la compra se plantea como una estrategia clave para mejorar la experiencia del cliente, fomentar la fidelización y dinamizar los entornos comerciales, especialmente en los núcleos con mayor densidad comercial y potencial turístico. La experiencia de compra en el comercio local puede enriquecerse mediante la incorporación de servicios complementarios que generen valor añadido, fidelización y sinergias con otros sectores. En El Ejido, esta actuación responde a la necesidad de ofrecer ventajas compartidas entre comercios, hostelería y otros servicios urbanos, reforzando la identidad comercial del municipio y mejorando la percepción del entorno comercial. En concreto, durante la realización de la Mesa de Trabajo con agentes de El Ejido, se identificaron al menos tres propuestas clave, como son: • Bonificación de aparcamientos vinculada a la compra. • Ventajas cruzadas entre comercio y hostelería. • Herramientas colaborativas de fidelización (bonos comercio, tarjetas digitales, etc.). Para fomentar el consumo en el comercio local se están declarando como exitosas algunas herramientas de fidelización colaborativas que permiten al consumidor acumular puntos por sus compras en los comercios adheridos y canjearlos por descuentos, regalos o experiencias. Este tipo de sistemas, gestionados de forma digital y con una lógica de red, aportan beneficios tanto al cliente como al comercio y al municipio: • Para el cliente: recompensas inmediatas, sensación de pertenencia, facilidad de uso. • Para el comercio: aumento del ticket medio, mayor recurrencia, captación de nuevos públicos. • Para el municipio: dinamización del tejido comercial, mejora de la imagen urbana, impulso a la digitalización.	

En El Ejido, esta actuación se adaptaría a la realidad policéntrica del municipio, permitiendo segmentar las campañas y servicios por núcleos urbanos (El Ejido, Almerimar, Balerma, Las Norias, etc.) y por perfiles de clientela (residentes, turistas, jóvenes, mayores, etc.). En este contexto se prevé el desarrollo de una plataforma digital de fidelización que debe integrar:

- Un sistema de puntos unificado para todos los comercios adheridos.
- Canjeo de puntos por descuentos, productos o experiencias locales.
- Integración con campañas de dinamización y eventos comerciales.
- Posibilidad de incorporar servicios adicionales como bonos de aparcamiento, ventajas cruzadas con hostelería o transporte gratuito.
- Gestión centralizada por parte del Ayuntamiento o una entidad colaboradora, minimizando la carga operativa para los comercios.

Esta herramienta no solo busca premiar la compra, sino crear comunidad, reforzar la identidad comercial y posicionar El Ejido como referente en innovación comercial y fidelización ciudadana.

Pasos para su implementación:

► Fase 1: Diseño de servicios conjuntos:

- Identificación de servicios complementarios con mayor potencial de uso.
- Definición de ventajas cruzadas entre sectores (comercio, hostelería, ocio).
- Establecimiento de criterios de adhesión para los comercios participantes.

► Fase 2: Desarrollo de herramientas tecnológicas:

- Diseño de herramientas de fidelización digitales.
- Captación de empresas adheridas.
- Puesta en marcha de la herramienta.

► Fase 3: Campañas de comunicación y dinamización:

- Difusión segmentada por núcleos urbanos y públicos objetivo.
- Promoción de los servicios conjuntos en medios locales y redes sociales.
- Incentivos por consumo combinado.

► Fase 4: Coordinación institucional y seguimiento

- Participación activa del sector.
- Recogida de datos de uso y satisfacción.
- Evaluación continua y mejora de los servicios implantados.

Esta actuación se alinea con la Línea Estratégica 2.2 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026 al promover servicios añadidos que mejoran la experiencia de compra mediante soluciones TIC adaptadas, reforzando la digitalización del espacio físico de venta y la estrategia comercial omnicanal.

PRIORIDAD:

MEDIO-ALTA

ENTES IMPLICADOS:	- Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. - Departamento de Nuevas Tecnologías. - Asociaciones empresariales locales. - Consejo Sectorial de Comercios y Servicios. - Empresas tecnológicas colaboradoras. - Comercios a título individual.		
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Sectorial de Comercios y Servicios.		
COSTES APROXIMADOS:	Costes medios-altos. Introducción de herramienta digital de fidelización: entre 30.000 € y 45.000 €. Desarrollo de servicios de fidelización (bonos aparcamiento, campañas específicas): entre 60.000 € y 90.000 €/año ² .		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	- Recursos propios del Ayuntamiento. - Recursos de las asociaciones de comerciantes. - Subvenciones autonómicas para ayuntamientos para promoción comercial. - Fondos europeos (Next Generation, FEDER). - Patrocinios privados.		
OBJETIVO GENERAL:	Mejorar la experiencia de compra en el comercio local mediante la implantación de servicios adicionales conjuntos que generen valor, fidelización y sinergias entre sectores.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Diseñar servicios complementarios atractivos y funcionales. - Fomentar la colaboración entre comercio, hostelería y otros sectores. - Utilizar herramientas digitales para la gestión de fidelización. - Implicar al sector comercial en el diseño y ejecución de las iniciativas. - Evaluar el impacto y ajustar las estrategias según resultados.		
RESULTADOS ESPERADOS:	- Incremento del consumo en los establecimientos adheridos. - Mayor vinculación del cliente con el comercio local. - Activación de la colaboración entre comercio y otros agentes (aparcamientos, otros servicios...). - Mejora de la percepción del centro urbano como espacio comercial. - Uso extendido de herramientas digitales de fidelización.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)

² Parte de estos costes pueden estar imputados a los convenios con las Asociaciones (ACT06).

DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2026	Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Tipo de servicios adicionales implementados (bonos aparcamientos, sistema digital de fidelización...). • Nº de comercios adheridos a los servicios conjuntos. • Nº de bonos emitidos y utilizados. • Tasa de uso de herramientas de fidelización. • Participación en campañas promocionales. • Evolución del consumo. • Nivel de satisfacción de los clientes.	

FICHA Nº 11	LÍNEA ESTRATÉGICA L02. IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y EXPERIENCIA COMERCIAL.
MEDIDA: M2.2. SERVICIOS COLABORATIVOS Y FIDELIZACIÓN.	
ACTUACIÓN: ACT11. CANALIZACIÓN DEL CONSUMO TURÍSTICO HACIA EL COMERCIO LOCAL.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El Ejido, y en particular el núcleo de Almerimar, cuenta con un importante flujo turístico, especialmente durante los meses de primavera y verano. Almerimar destaca por su Puerto Deportivo con 1.100 amarres, lo que lo convierte en uno de los más grandes de Europa y en un enclave estratégico para atraer visitantes de alto poder adquisitivo. Sin embargo, gran parte del consumo turístico se concentra en la hostelería y el alojamiento, sin una conexión estructurada con el comercio local. Esta actuación plantea una estrategia específica para canalizar el gasto turístico hacia el comercio urbano, con el objetivo de convertir Almerimar en un Destino de Turismo de Compras, complementando su oferta náutica, gastronómica y de ocio. La actuación consistiría en: • Diseñar una oferta comercial adaptada al perfil del visitante náutico y vacacional, con productos, horarios y servicios alineados con sus expectativas. • Integrar el comercio local en la experiencia turística, mediante rutas, promociones y eventos que conecten el puerto con el tejido comercial. • Visibilizar el comercio en los canales turísticos, tanto digitales como físicos (oficinas de turismo, alojamientos, marinas, etc.). Esta estrategia se adaptará a los distintos perfiles turísticos (residencial, náutico, internacional, familiar) y a los diferentes núcleos urbanos, con especial atención a Almerimar como punta de lanza del posicionamiento de El Ejido como destino comercial. Pasos para su implementación: ► Fase 1: Diagnóstico y diseño de la estrategia: • Análisis de flujos turísticos y hábitos de consumo. • Identificación de zonas comerciales con potencial turístico. • Segmentación de perfiles de visitante (náutico, residencial, internacional...). ► Fase 2: Desarrollo de herramientas y contenidos: • Creación de materiales promocionales multilingües. • Mapas comerciales. • Rutas temáticas (producto local, comercio tradicional, etc.). ► Fase 3: Campañas de dinamización turística-comercial:	

- Campañas de bienvenida con incentivos al consumo.
- Sorteos y promociones vinculadas a la estancia turística.
- Actividades conjuntas con hostelería, cultura y turismo.

► Fase 4: Coordinación y seguimiento:

- Implicación de áreas municipales (Comercio, Turismo, Nuevas Tecnologías...).
- Colaboración con alojamientos, agencias y oficinas de turismo.
- Evaluación de resultados y ajustes periódicos.

Esta actuación se alinea con la actuación 1.2.1.5 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026 al fomentar rutas y experiencias de compra dirigidas a turistas, aprovechando las sinergias entre turismo y comercio para dinamizar el comercio local.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	• Áreas de Comercio y Turismo del Ayuntamiento de El Ejido. • Puerto Deportivo de Almerimar. • Asociaciones empresariales locales (especialmente Asociación de Comerciantes y Empresarios de Almerimar). • Consejo Sectorial de Comercios y Servicios. • Comercios a título individual.
AGENTE PRINCIPAL:	Áreas de Comercio y Turismo del Ayuntamiento de El Ejido
COSTES APROXIMADOS:	Costes medios. Desarrollo de campañas: entre 30.000 € y 50.000 €/año ³ .
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios del Ayuntamiento. • Subvenciones autonómicas para promoción comercial y turística. • Fondos europeos (Next Generation, FEDER). • Patrocinios privados.
OBJETIVO GENERAL:	Convertir Almerimar en un Destino de Turismo de Compras, canalizando el consumo turístico hacia el comercio local mediante la generación de nueva oferta, campañas promocionales y acciones conjuntas con el sector turístico.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Visibilizar el comercio local en los canales turísticos. • Diseñar campañas específicas para turistas. • Integrar el comercio en las rutas y experiencias turísticas. • Generar nueva oferta comercial. • Implicar al sector turístico en la promoción del comercio local.

³ Parte de estos costes pueden estar imputados a los convenios con las Asociaciones (ACT06).

RESULTADOS ESPERADOS:	• Desarrollar Almerimar como Destino de Turismo de compras. • Incremento del gasto turístico en el comercio local. • Mayor visibilidad del comercio en zonas turísticas. • Fidelización de visitantes como clientes recurrentes. • Mejora de la colaboración entre comercio y turismo.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2027		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Nº de comercios adheridos a la estrategia turística-comercial. • Nº de promociones realizadas. • Nueva oferta creada. • Gasto medio turístico en comercio local. • Nivel de satisfacción de visitantes y comercios		

M2.3. Educación y cultura del consumo responsable: esta Medida tiene un enfoque pedagógico y de sensibilización, orientado a fomentar entre la población, especialmente la más joven, una cultura de consumo consciente, responsable y comprometida con el entorno. Se busca desarrollar programas educativos en centros escolares que pongan en valor el comercio de proximidad como motor de cohesión social y desarrollo sostenible. Para lograrlo, se ha proyectado 1 actuación específica:

- ACT12. Programas de didáctica del consumo local en centros educativos.

FICHA Nº 12	LÍNEA ESTRATÉGICA L02. IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y EXPERIENCIA COMERCIAL.
MEDIDA: M2.3. EDUCACIÓN Y CULTURA DEL CONSUMO RESPONSABLE.	
ACTUACIÓN: ACT12. PROGRAMAS DE DIDÁCTICA DEL CONSUMO LOCAL EN CENTROS EDUCATIVOS.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El comercio local no solo cumple una función económica, sino también social, cultural y territorial. Para garantizar su sostenibilidad futura, es imprescindible educar a las nuevas generaciones en valores de consumo responsable, proximidad y sostenibilidad, fomentando el conocimiento y la vinculación con el comercio de su entorno. Esta actuación propone el diseño e implementación de programas didácticos sobre el comercio local en centros educativos, con el objetivo de sensibilizar al alumnado sobre el papel del comercio urbano en la vida cotidiana, su impacto en el territorio y su contribución a la economía circular. Esta propuesta plantea un enfoque pedagógico adaptado a cada etapa educativa, combinando contenidos teóricos, actividades prácticas y experiencias vivenciales. Los contenidos abordarán temas como: • Historia y función del comercio local. • Derechos y deberes como personas consumidoras. • Consumo responsable y sostenible. • Economía circular y reutilización. • Comercio justo y proximidad. • Impacto del comercio en el entorno urbano. Se priorizará una metodología activa y participativa, con actividades como: • Visitas guiadas a Mercados, mercadillos y comercios locales. • Talleres con comerciantes en el aula. • Juegos de rol y simulaciones de compra. • Creación de campañas escolares de promoción del comercio local. • Concursos de ideas y proyectos sobre consumo responsable.	

Pasos para su implementación:

► Fase 1: Coordinación institucional y educativa:

- Contacto con centros educativos del municipio.
- Implicación del profesorado y equipos directivos.
- Colaboración con comerciantes y asociaciones locales.

► Fase 2: Diseño del programa educativo:

- Identificación de contenidos clave por etapa educativa.
- Definición de objetivos pedagógicos y competencias.
- Elaboración de materiales didácticos adaptados.

► Fase 3: Ejecución de actividades:

- Programación anual de sesiones y talleres.
- Organización de visitas y experiencias en el comercio local.
- Campañas escolares de sensibilización y difusión.

► Fase 4: Evaluación y mejora continua:

- Recogida de valoraciones del alumnado y profesorado.
- Análisis de impacto educativo y social.
- Ajustes metodológicos y ampliación progresiva del programa.

La ACT12 se alinea con la Línea Estratégica 1.2 del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026 porque promueve la educación en valores de consumo responsable y comercio local desde etapas tempranas, fomentando la cultura comercial y la sensibilización ciudadana. Esta actuación contribuye a poner en valor el papel del comercio de proximidad como agente económico, social y territorial, tal como establece dicha línea estratégica.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	• Área de Comercio y Educación del Ayuntamiento de El Ejido. • Centros educativos del municipio. • Asociaciones empresariales locales. • Consejo Sectorial de Comercios y Servicios. • Entidades especializadas en consumo responsable. • Comercios a título individual.
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Municipal de Comercio y Servicios.

COSTES APROXIMADOS:	Costes bajos-medios. Diseño de materiales y actividades: entre 10.000 € y 14.000 €/año.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	- Recursos propios del Ayuntamiento. - Subvenciones autonómicas para promoción comercial. - Fondos europeos (Next Generation, FEDER). - Colaboraciones con entidades educativas y sociales. - Patrocinios privados.		
OBJETIVO GENERAL:	Fomentar la cultura comercial y el consumo responsable entre el alumnado de El Ejido, mediante programas didácticos que vinculen la educación con el comercio local.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Sensibilizar al alumnado sobre el valor del comercio local. - Promover hábitos de consumo responsable y sostenible. - Fortalecer la relación entre comunidad educativa y comerciantes. - Difundir los derechos y deberes como personas consumidoras. - Integrar el comercio local en el currículo educativo.		
RESULTADOS ESPERADOS:	- Mayor conocimiento del comercio local entre el alumnado. - Incremento de la participación escolar en actividades comerciales. - Mejora de la percepción del comercio como agente social. - Consolidación de una cultura de consumo responsable. - Implicación activa de los centros educativos en el desarrollo local.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2027		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Creación de un proyecto curricular de comercio local (sí/no). - Nº de centros educativos participantes. - Nº de sesiones y actividades realizadas. - Nº de alumnos/as implicados/as. - Valoración del programa por parte de docentes y alumnado.		

LÍNEA ESTRATÉGICA: L03. ENTORNOS COMERCIALES ACCESIBLES Y FUNCIONALES.

La calidad del entorno urbano en el que se desarrolla la actividad comercial influye de forma directa en la percepción, el confort y la decisión de compra de la ciudadanía. En El Ejido, la mejora de los espacios comerciales desde una perspectiva integral –que combine accesibilidad, funcionalidad, estética y planificación– se plantea como una palanca clave para reforzar la competitividad del comercio local y su integración en la vida urbana. Esta línea estratégica tiene como objetivo transformar los entornos comerciales en espacios más amables, inclusivos y adaptados a las nuevas formas de consumo, mediante intervenciones físicas y urbanísticas que favorezcan la experiencia de compra y la sostenibilidad del modelo comercial.

Para operativizar esta Línea Estratégica se han trazado 2 medidas específicas que serán desarrolladas mediante 3 actuaciones concretas:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L03. ENTORNOS COMERCIALES ACCESIBLES Y FUNCIONALES.	M3.1. Mejora del entorno físico y la experiencia de compra.	ACT13. Intervenciones para crear espacios más amables para el consumo.
		ACT14. Señalización inteligente y accesibilidad comercial.
	M3.2. Planificación urbanística con enfoque comercial.	ACT15. Integración de criterios comerciales en el PGOU y nuevos desarrollos.

A continuación, se exponen las actuaciones a ejecutar en cada una de las medidas planteadas:

M3.1. Mejora del entorno físico y la experiencia de compra: esta Medida tiene como finalidad intervenir directamente sobre los espacios comerciales consolidados para hacerlos más atractivos, accesibles y funcionales. Se prevé seguir con la ejecución de actuaciones que mejoren la habitabilidad del entorno urbano, incorporen soluciones de señalización inteligente y refuercen la accesibilidad universal, con especial atención a la movilidad peatonal, la orientación y la visibilidad del comercio local. Para lograrlo, se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT13. Intervenciones para crear espacios más amables para el consumo.
- ACT14. Señalización inteligente y accesibilidad comercial.

FICHA Nº 13**LÍNEA ESTRATÉGICA L03. ENTORNOS COMERCIALES ACCESIBLES Y FUNCIONALES.****MEDIDA: M3.1. MEJORA DEL ENTORNO FÍSICO Y LA EXPERIENCIA DE COMPRA.****ACTUACIÓN: ACT13. INTERVENCIONES PARA CREAR ESPACIOS MÁS AMABLES PARA EL CONSUMO.****MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:**

El entorno urbano en el que se desarrolla la actividad comercial influye directamente en la percepción del consumidor, su comodidad y su decisión de compra. En El Ejido, el diagnóstico ha puesto de manifiesto la necesidad de mejorar la calidad del espacio público en los principales núcleos comerciales, especialmente en el núcleo urbano central, pero también en zonas como Almerimar, Balerma, Santa María del Águila y Las Norias.

Las demandas más recurrentes por parte del sector comercial y la ciudadanía incluyen la mejora de la accesibilidad peatonal, la creación de zonas de sombra, la ampliación de aceras, la limpieza, la incorporación de mobiliario urbano y la mejora de la imagen urbana. Estas intervenciones requieren una inversión significativa, por lo que resulta imprescindible establecer criterios de priorización que permitan actuar de forma progresiva y eficaz en los espacios con mayor potencial de impacto comercial.

Además, se considera fundamental trabajar de forma coordinada con los agentes implicados en Comisiones Técnicas del Consejo Sectorial de Comercio y Servicios para identificar de manera participativa los espacios comerciales de intervención preferente, garantizando así la adecuación de las actuaciones a las necesidades reales del territorio.

Pasos para su implementación:

- Identificación participativa de actuaciones en espacios comerciales de intervención preferente en los distintos núcleos urbanos:
 - Núcleo urbano de El Ejido (Área Central y entorno de la Plaza Mayor).
 - Núcleos costeros (Almerimar, Balerma).
 - Núcleos con actividad comercial significativa (Santa María del Águila, Las Norias).
- Priorización de intervenciones en función de:
 - Impacto comercial esperado.
 - Coste estimado.
 - Sinergias con otras actuaciones (PMUS, ZBE, Agenda Urbana...).
- Diseño de intervenciones adaptadas a cada entorno:
 - Urbanismo táctico y embellecimiento.
 - Entoldados y zonas de sombra.
 - Mejora de pavimentos y mobiliario urbano.
 - Ampliación de aceras y zonas peatonales.
 - Aparcamientos y accesibilidad...

- Coordinación con el sector comercial y vecinal para validar propuestas y fomentar la corresponsabilidad.

Esta actuación se alinea con la Actuación 1.2.1.6 “Dinamización de zonas comerciales” del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, que promueve intervenciones integrales en el espacio urbano para mejorar la competitividad del comercio local, reforzar su atractivo y fomentar la afluencia de consumidores. La mejora del entorno físico se considera un factor clave para la dinamización comercial, especialmente en áreas con potencial de revitalización.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	• Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. • Otras áreas del Ayuntamiento, especialmente Urbanismo. • Consejo Sectorial de Comercio y Servicios. • Asociaciones de Comerciantes. • Comerciantes no asociados. • Representantes vecinales.
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.
COSTES APROXIMADOS:	Costes altos. El presupuesto estará condicionado por estudios técnicos y presupuestos específicos para cada intervención.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios municipales. • Subvenciones de la Junta de Andalucía. • Fondos Europeos (FEDER, Next Generation EU).
OBJETIVO GENERAL:	Transformar los espacios urbanos con actividad comercial en entornos más accesibles, confortables y atractivos, que favorezcan la experiencia de compra, refuercen la identidad local y contribuyan a la dinamización económica del municipio.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Incrementar el confort y la habitabilidad de los espacios comerciales. • Reforzar la identidad y atractivo de los ejes comerciales. • Facilitar el acceso a las zonas comerciales. • Fomentar la movilidad peatonal. • Mejorar la percepción de seguridad y limpieza en las zonas comerciales.
RESULTADOS ESPERADOS:	• Intervenciones físicas en ejes comerciales prioritarios. • Facilitación de la accesibilidad en las zonas comerciales. • Aumento del tránsito peatonal y del tiempo medio de estancia en las zonas intervenidas.

	Incremento de la satisfacción ciudadana con el entorno urbano comercial.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2026		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Nº de espacios comerciales intervenidos. - Metros cuadrados de espacio urbano mejorado. - Evolución de las plazas de aparcamiento de rotación. - Evolución del tránsito peatonal en las zonas intervenidas.		

FICHA N° 14**LÍNEA ESTRATÉGICA L03. ENTORNOS COMERCIALES ACCESIBLES Y FUNCIONALES.****MEDIDA: M3.1. MEJORA DEL ENTORNO FÍSICO Y LA EXPERIENCIA DE COMPRA.****ACTUACIÓN: ACT14. SEÑALIZACIÓN INTELIGENTE Y ACCESIBILIDAD COMERCIAL.****MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:**

Una señalización adecuada y accesible es clave para facilitar el acceso a las zonas comerciales, mejorar la experiencia de compra y canalizar a nuevos públicos, tanto locales como visitantes. En El Ejido, el diagnóstico ha puesto de relieve la necesidad de reforzar la señalización comercial, tanto en los accesos al municipio como en los distintos núcleos urbanos y los solares habilitados para aparcamiento, para mejorar la orientación, la visibilidad de la oferta y la accesibilidad a los espacios de consumo.

Además, se detecta una oportunidad estratégica en la incorporación de tecnologías inteligentes que permitan integrar información en tiempo real sobre la disponibilidad de aparcamiento, el estado del tráfico o la localización de comercios, facilitando así la toma de decisiones por parte de la ciudadanía y reduciendo el tráfico de agitación asociado a la búsqueda de estacionamiento. Esta dimensión tecnológica se alinea con una cultura del dato orientada a la eficiencia, la sostenibilidad y la mejora de la experiencia de compra.

Por todo ello, se considera prioritario diseñar un sistema de señalización comercial inteligente, accesible y coherente, que refuerce la identidad comercial del municipio, facilite la movilidad y contribuya a la dinamización de las zonas comerciales.

Pasos para su implementación:

- Diagnóstico de necesidades de señalización en los distintos núcleos urbanos:
 - Accesos principales al municipio y a los núcleos comerciales.
 - Espacios de aparcamiento.
 - Ejes comerciales.
- Diseño de un sistema de señalización inteligente y accesible:
 - Señalización direccional y de orientación comercial.
 - Paneles digitales con información dinámica (plazas libres, eventos, promociones...).
 - Integración con plataformas digitales municipales y apps de movilidad.
- Instalación progresiva del sistema en zonas prioritarias:
 - Núcleo urbano de El Ejido.
 - Núcleos costeros (Almerimar, Balerma).
 - Núcleos con actividad comercial significativa (Santa María del Águila, Las Norias).
- Campaña de comunicación para dar a conocer el sistema y fomentar su uso.
- Evaluación del impacto y ajustes en función de los datos recogidos.

Esta actuación se alinea con la Actuación 1.2.1.6 "Dinamización de zonas comerciales" del VII Plan Integral

de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, que promueve intervenciones integrales en el espacio urbano para mejorar la competitividad del comercio local, reforzar su atractivo y fomentar la afluencia de consumidores. En este caso, la incorporación de señalización inteligente y accesible se plantea como una herramienta clave para facilitar el acceso, reducir el tráfico de agitación y visibilizar la oferta comercial, especialmente en contextos de atracción supramunicipal y turística. Además, la integración de datos en tiempo real refuerza una cultura del dato orientada a la toma de decisiones y la eficiencia en la gestión urbana.

PRIORIDAD:	MEDIA		
ENTES IMPLICADOS:	- Áreas de Comercio y Turismo del Ayuntamiento de El Ejido. - Otras áreas del Ayuntamiento, especialmente Movilidad y Nuevas Tecnologías. - Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.		
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.		
COSTES APROXIMADOS:	Costes altos. El presupuesto estará condicionado por estudios técnicos y presupuestos específicos para cada intervención.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	- Recursos propios municipales. - Subvenciones de la Junta de Andalucía. - Fondos Europeos (FEDER, Next Generation EU).		
OBJETIVO GENERAL:	Mejorar la accesibilidad, visibilidad y conectividad de las zonas comerciales mediante un sistema de señalización inteligente y accesible que facilite la movilidad, refuerce la identidad comercial del municipio y contribuya a una experiencia de compra más eficiente, cómoda y atractiva.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Facilitar el acceso y la orientación hacia las zonas comerciales. - Reducir el tráfico de agitación mediante información en tiempo real sobre aparcamiento. - Visibilizar las zonas de aparcamiento y la oferta comercial local para públicos locales y visitantes. - Integrar la señalización con herramientas digitales y sistemas de movilidad.		
RESULTADOS ESPERADOS:	- Instalación de señalización inteligente en los núcleos comerciales. - Reducción del tráfico de agitación en zonas con sensores de aparcamiento. - Aumento del uso de plataformas digitales vinculadas a la señalización. - Mejora de la percepción de accesibilidad y orientación en encuestas ciudadanas.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio:		Fin:

	Enero 2028	Diciembre 2030.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• N° de señales instaladas (físicas y digitales). • N° de espacios de aparcamiento señalizados. • N° de plazas de aparcamiento sensorizadas. • N° de usuarios de plataformas digitales vinculadas. • Encuestas de satisfacción ciudadana sobre accesibilidad y orientación. • Datos de reducción de tráfico de agitación en zonas intervenidas.	

M3.2. Planificación urbanística con enfoque comercial: esta Medida busca integrar de forma estructural los criterios comerciales en los instrumentos de ordenación del territorio y en los nuevos desarrollos urbanos. Se trata de garantizar que el planeamiento contemple las necesidades del comercio de proximidad, favorezca su implantación en zonas estratégicas y contribuya a su sostenibilidad a largo plazo. Para lograrlo, se ha proyectado 1 actuación específica:

- ACT15. Integración de criterios comerciales en el PGOU y nuevos desarrollos.

FICHA Nº 15	LÍNEA ESTRATÉGICA L03. ENTORNOS COMERCIALES ACCESIBLES Y FUNCIONALES.
MEDIDA: M3.2. PLANIFICACIÓN URBANÍSTICA CON ENFOQUE COMERCIAL.	
ACTUACIÓN: ACT15. INTEGRACIÓN DE CRITERIOS COMERCIALES EN EL PGOU Y NUEVOS DESARROLLOS.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) de El Ejido contempla los usos comerciales, su definición y condiciones generales, así como los mercados de abastos como servicio de interés público. Sin embargo, en los procesos de desarrollo urbano —planes de sectorización, planes parciales, planes especiales o estudios de detalle— es necesario incorporar criterios que garanticen una adecuada dotación de pequeño comercio en cada zona de expansión. Esta integración permitirá avanzar hacia un modelo de ciudad más equilibrado, donde el comercio de proximidad esté presente como servicio básico en todos los barrios, contribuyendo a la cohesión social, la sostenibilidad y la dinamización económica. Además, facilita que la planificación urbana responda a las necesidades reales de la ciudadanía y del tejido comercial, evitando desequilibrios territoriales y fomentando la accesibilidad a productos y servicios cotidianos. Para ello, resulta imprescindible establecer mecanismos de coordinación entre las áreas de Urbanismo y Comercio, así como con los agentes sociales y económicos, que permitan incorporar estos criterios desde las fases iniciales de diseño y aprobación de los instrumentos de desarrollo urbano. Pasos para su implementación: ➤ Revisión técnica del PGOU y sus instrumentos de desarrollo para identificar oportunidades de mejora: • Planes de sectorización. • Planes parciales. • Planes especiales. • Estudios de detalle. ➤ Definición de criterios comerciales mínimos para nuevos desarrollos: • Dotación de pequeño comercio por número de viviendas o superficie. • Ubicación estratégica para garantizar accesibilidad peatonal. • Compatibilidad con otros usos urbanos y servicios públicos.	

- Establecimiento de mecanismos de coordinación interdepartamental:
 - Revisión conjunta de instrumentos urbanísticos por parte de Urbanismo y Comercio.
 - Participación del Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.
- Inclusión de cláusulas específicas en los pliegos y convenios urbanísticos:
 - Reserva de espacios para comercio de proximidad.
 - Incentivos para la implantación de comercio local.
- Seguimiento y evaluación del impacto comercial de los nuevos desarrollos.

Esta actuación se alinea con la Actuación 1.2.1.6 “Dinamización de zonas comerciales” del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, que promueve intervenciones integrales en el espacio urbano para mejorar la competitividad del comercio local, reforzar su atractivo y fomentar la afluencia de consumidores. En este caso, la incorporación de criterios comerciales en la planificación urbanística contribuye a garantizar la presencia del comercio de proximidad en los nuevos desarrollos, favoreciendo un modelo de ciudad más equilibrado y accesible, donde el comercio local se consolide como servicio básico y dinamizador.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	• Áreas de Comercio y Turismo del Ayuntamiento de El Ejido. • Otras áreas del Ayuntamiento, especialmente Urbanismo. • Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.
COSTES APROXIMADOS:	Coste bajo. No requiere inversión directa significativa, pero sí recursos humanos y técnicos para la coordinación y análisis de la Actuación.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios municipales.
OBJETIVO GENERAL:	Garantizar la presencia del comercio de proximidad como servicio básico en los nuevos desarrollos urbanos, mediante su integración efectiva en los instrumentos de planeamiento, contribuyendo así a un modelo de ciudad más equilibrado, accesible y sostenible.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Incorporar criterios comerciales en los procesos de planeamiento urbano. • Asegurar la dotación de espacios para el pequeño comercio en nuevos desarrollos. • Promover un desarrollo urbano más cohesionado y funcional.
RESULTADOS ESPERADOS:	• Inclusión de criterios comerciales en los desarrollos urbanos. • Mejora de la cobertura comercial en zonas de expansión urbana. • Reducción de desplazamientos para compras básicas. • Mayor coherencia entre el planeamiento urbano y la estrategia comercial municipal.

CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2026		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• N° de instrumentos de planeamiento revisados con criterios comerciales. • N° de desarrollos urbanos con dotación prevista de pequeño comercio. • N° de sesiones de coordinación entre Urbanismo y Comercio. • N° de comercios creados en los nuevos desarrollos urbanos.		

LÍNEA ESTRATÉGICA: L04. TRANSFORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME COMERCIAL.

El tejido comercial de El Ejido está compuesto mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas que, pese a su arraigo y cercanía con la clientela, se enfrentan a importantes desafíos para adaptarse a los nuevos hábitos de consumo, la digitalización, la competencia de grandes formatos y la evolución del entorno urbano y económico. La transformación del comercio local requiere una estrategia integral que combine capacitación, relevo generacional, apoyo al emprendimiento y medidas de estímulo para la modernización y la innovación.

Esta línea estratégica tiene como objetivo reforzar la competitividad de la pyme comercial mediante el impulso de procesos de profesionalización, la incorporación de herramientas digitales, la mejora de la gestión empresarial y la dinamización del ecosistema emprendedor. Asimismo, se busca favorecer la regeneración del tejido comercial a través de programas que faciliten la ocupación de locales vacíos, el relevo generacional y la atracción de nuevos proyectos empresariales viables y sostenibles.

Para operativizar esta Línea Estratégica se han trazado 2 medidas específicas que serán desarrolladas mediante 4 actuaciones concretas:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L04. TRANSFORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME COMERCIAL.	M4.1. Capacitación y del profesionalización del empresariado.	ACT16. Apoyo a la capacitación y transformación digital del comercio local.
		ACT17. Visualización y reconocimiento del sector.
	M4.2. Emprendimiento y regeneración del tejido comercial.	ACT18. Programa de emprendimiento, inversión y relevo generacional
		ACT19. Programa de ocupación de locales vacíos.

A continuación, se exponen las actuaciones a ejecutar en cada una de las medidas planteadas:

M4.1. Capacitación y profesionalización del empresariado: esta Medida tiene como objetivo mejorar las competencias del empresariado local mediante acciones de formación, tutorización y acompañamiento adaptadas a las necesidades reales del comercio de El Ejido. Se busca impulsar la transformación digital del sector, fomentar la mejora continua en la gestión empresarial y reforzar el reconocimiento social del comercio local como motor económico y generador de empleo. La medida contempla tanto el desarrollo de programas de capacitación como iniciativas de visibilización y puesta en valor del papel del comercio urbano en la vida del municipio. Para lograrlo, se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT16. Apoyo a la capacitación y transformación digital del comercio local.
- ACT17. Visualización y reconocimiento del sector.

FICHA N° 16	LÍNEA ESTRATÉGICA L04. TRANSFORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME COMERCIAL.
MEDIDA: M4.1. CAPACITACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN DEL EMPRESARIADO.	
ACTUACIÓN: ACT16. APOYO A LA CAPACITACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL COMERCIO LOCAL.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El comercio local de El Ejido se enfrenta a retos crecientes derivados de la digitalización, la evolución de los hábitos de consumo y la necesidad de mejorar la gestión empresarial para mantener su competitividad. Aunque muchas pymes comerciales cuentan con una fuerte vinculación con su clientela y el entorno, presentan carencias en competencias digitales, planificación estratégica, marketing o gestión financiera, entre otros, lo que limita su capacidad de adaptación y crecimiento. Durante el proceso participativo del Plan Estratégico, se ha detectado una demanda clara por parte del sector de programas de formación prácticos, accesibles y adaptados a las realidades del comercio local. En este sentido, se considera que el acompañamiento personalizado —aunque más costoso— resulta más eficiente, ya que permite adaptar los contenidos y el ritmo de trabajo a las capacidades reales de cada empresa comercial, facilitando la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos. La actuación contempla también la identificación de programas y recursos ya existentes promovidos por otras entidades, con el objetivo de acercarlos al comerciante y facilitar su aprovechamiento. Entre ellos destacan el Programa Kit Digital del PRTR, el Programa Pyme Digital de las Cámaras de Comercio o las ayudas de la Junta de Andalucía para la modernización de comercios, que ofrecen soluciones y financiación para avanzar en procesos de digitalización y mejora competitiva. Pasos para su implementación: ➤ Diseño del programa de capacitación: • Definición de objetivos, contenidos y formatos. • Búsqueda de financiación y recursos técnicos. • Captación de beneficiarios y difusión del programa. ➤ Diagnóstico de necesidades formativas del sector comercial: • Encuestas y entrevistas a comerciantes. • Análisis de competencias digitales y de gestión. • Identificación de perfiles y niveles de partida. ➤ Diseño del programa de capacitación: • Módulos formativos en gestión, marketing, digitalización, atención al cliente, escaparatismo, etc. • Formatos presenciales, online y mixtos. • Adaptación a distintos niveles y perfiles. ➤ Tutorización individualizada: • Asesoramiento personalizado para la aplicación práctica de los contenidos.	

- Acompañamiento en procesos de digitalización (web, redes sociales, TPV, CRM, etc.).
- Resolución de dudas y seguimiento de avances.
- Identificación y difusión de programas externos de apoyo:
 - Kit Digital (PRTR).
 - Programa Pyme Digital (Cámaras de Comercio).
 - Ayudas autonómicas a la modernización comercial.
- Creación de un repositorio digital de recursos:
 - Acceso a contenidos formativos, guías, videotutoriales y herramientas.
 - Espacio de consulta y actualización continua.
- Evaluación del impacto y mejora continua del programa.

De forma complementaria, se desarrollarán formaciones grupales de carácter más clásico, ya sea en formato presencial o virtual, con contenidos estructurados y homogéneos. Aunque estas acciones formativas resultan menos eficaces en términos de impacto individual, permiten llegar a un mayor número de beneficiarios en menos tiempo y con un menor coste por participante, contribuyendo a sensibilizar al conjunto del sector y a generar una base común de conocimientos sobre digitalización, gestión y modernización comercial.

Esta actuación se alinea con la Actuación 2.2.2.1 “Diagnósticos individualizados e impulso a la adopción de metodologías y soluciones que permitan mejorar su situación competitiva y su grado de digitalización” del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, que promueve el acompañamiento personalizado a las pymes comerciales para facilitar su transformación digital y mejora competitiva. En este caso, se plantea un enfoque integral que combina formación, tutorización y acceso a recursos externos, contribuyendo a una transformación real y sostenible del comercio local.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	• Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. • Consejo Sectorial de Comercio y Servicios. • Asociaciones de Comerciantes. • Comerciantes no asociados. • Centros de formación y entidades especializadas. • Cámara de Comercio y otros agentes de interés.
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.
COSTES APROXIMADOS:	Costes medios-altos. Se estima un coste entre 20.000 € y 30.000 €/año, en función del alcance y la intensidad del programa.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios municipales. • Subvenciones de la Junta de Andalucía. • Fondos Europeos (FEDER, Next Generation EU).

	Convenios con entidades colaboradoras (Cámara de Comercio, CADE, etc.).		
OBJETIVO GENERAL:	Impulsar la profesionalización y modernización del comercio local mediante un programa integral de capacitación y transformación digital, adaptado a las capacidades reales de cada empresa y conectado con los recursos disponibles en el ecosistema institucional, que permita mejorar su competitividad y sostenibilidad.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Mejorar las competencias empresariales y digitales del comercio local. - Facilitar la incorporación de herramientas tecnológicas en la gestión comercial. - Acompañar de forma personalizada los procesos de transformación del sector. - Difundir y facilitar el acceso a programas externos de apoyo a la digitalización. - Fomentar una cultura de mejora continua y adaptación al cambio.		
RESULTADOS ESPERADOS:	- Participación de al menos 20 comercios en el programa de formación. - Mejora de competencias digitales de los participantes. - Incremento de la presencia online y uso de herramientas digitales en el comercio local. - Mayor profesionalización del tejido comercial. - Acceso efectivo del comercio local a programas externos de apoyo.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2026		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Desarrollo del programa de capacitación (sí/no) y número de ediciones. - Nº de comercios participantes en el programa. - Nº de horas de formación impartidas. - Nº de tutorías individualizadas realizadas. - Nº de comercios que acceden a programas externos (Kit Digital, Pyme Digital, ayudas autonómicas...). - Nivel de satisfacción de los participantes.		

FICHA Nº 17	LÍNEA ESTRATÉGICA L04. TRANSFORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME COMERCIAL.
MEDIDA: M4.1. CAPACITACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN DEL EMPRESARIADO.	
ACTUACIÓN: ACT17. VISUALIZACIÓN Y RECONOCIMIENTO DEL SECTOR.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El comercio local de El Ejido constituye un pilar fundamental en la vida económica y social del municipio. Sin embargo, su esfuerzo diario por adaptarse a los cambios del mercado, mejorar la calidad del servicio y mantener su actividad en un entorno cada vez más competitivo no siempre obtiene el reconocimiento que merece. Esta actuación busca reforzar la identidad colectiva del sector comercial, visibilizar su papel en el desarrollo local y reconocer públicamente las buenas prácticas, trayectorias y aportaciones de los establecimientos comerciales. Se trata de una herramienta de motivación interna y de refuerzo de la reputación externa del comercio ejidense. Se plantea la creación de un programa de reconocimiento público a las buenas prácticas comerciales, que premie aspectos como la innovación, la sostenibilidad, la digitalización, la atención al cliente, el compromiso social o la trayectoria empresarial. Estos reconocimientos se otorgarán en un acto público anual, bajo una marca común del comercio local y se complementarán con campañas de comunicación que den visibilidad a los comercios premiados. Además, se promoverán acciones de visualización colectiva del sector, como exposiciones, campañas gráficas, vídeos testimoniales, rutas comerciales temáticas o señalética urbana, que refuercen la identidad del comercio local y lo acerquen a la ciudadanía. Pasos para su implementación: ➤ Diseño del programa de reconocimiento: • Definición de categorías y criterios de valoración. • Establecimiento de un jurado técnico y calendario anual. • Creación de una imagen gráfica y marca asociada. ➤ Convocatoria y selección de candidaturas: • Difusión de la convocatoria entre el sector. • Recepción y evaluación de propuestas. • Selección de premiados y preparación del acto público. ➤ Acto de entrega y campaña de comunicación: • Organización de un evento institucional de entrega de premios. • Producción de materiales gráficos y audiovisuales. • Difusión en medios locales, redes sociales y soportes municipales. ➤ Acciones complementarias de visualización del sector:	

- Campañas gráficas en vía pública.
- Señalética urbana vinculada a la marca del comercio local.
- Evaluación y mejora continua:
 - Recogida de valoraciones del sector.
 - Revisión anual de categorías y formatos.
 - Incorporación de nuevas herramientas de visibilidad.

Esta actuación se vincula directamente con la Medida 1.2.1 “Puesta en valor del comercio andaluz” del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, que promueve el reconocimiento del comercio local como elemento clave del desarrollo económico y social, así como su visualización como opción de consumo responsable y sostenible. El programa de reconocimientos y las acciones de visibilidad previstas contribuyen a reforzar la imagen del comercio de proximidad como parte del modelo comercial andaluz.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	• Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. • Consejo Sectorial de Comercio y Servicios. • Asociaciones de Comerciantes. • Comerciantes no asociados. • Medios de comunicación locales.
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.
COSTES APROXIMADOS:	Costes bajos. Se estima un coste entre 3.000 € y 5.000 €/año, en función del alcance y difusión del programa.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios municipales. • Subvenciones de la Junta de Andalucía. • Fondos Europeos (FEDER, Next Generation EU). • Convenios con entidades colaboradoras (Cámara de Comercio, CADE, etc.). • Patrocinadores privados.
OBJETIVO GENERAL:	Reconocer públicamente el esfuerzo y la aportación del comercio local al desarrollo económico y social de El Ejido, reforzando su visibilidad y prestigio ante la ciudadanía.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Premiar las buenas prácticas y trayectorias destacadas del sector comercial. • Reforzar la identidad colectiva del comercio local.

	• Generar un efecto motivador y ejemplarizante en el conjunto del sector. • Mejorar la percepción ciudadana del comercio de proximidad.		
RESULTADOS ESPERADOS:	• Celebración anual de un acto de reconocimiento al comercio local. • Participación activa de comercios en las convocatorias de premios. • Difusión de buenas prácticas comerciales a través de campañas públicas. • Incremento del sentimiento de pertenencia y orgullo sectorial.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2026		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Desarrollo del programa de reconocimiento (sí/no) y número de ediciones. • Nº de comercios reconocidos anualmente. • Nº de candidaturas presentadas. • Nº de campañas o acciones de visualización realizadas. • Alcance de las campañas (medios, redes, asistencia a eventos).		

M4.2. Emprendimiento y regeneración del tejido comercial: esta Medida tiene como finalidad dinamizar el ecosistema emprendedor y favorecer la regeneración del tejido comercial mediante el impulso de nuevos proyectos empresariales, el relevo generacional y la ocupación de locales vacíos. Se pretende facilitar la implantación de iniciativas viables y sostenibles, contribuyendo a la revitalización de los espacios comerciales y a la diversificación de la oferta. La medida contempla acciones de apoyo al emprendimiento, acompañamiento a la inversión y activación de locales inactivos como palanca de transformación urbana y económica. Para lograrlo, se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT18. Programa de emprendimiento, inversión y relevo generacional.
- ACT19. Programa de ocupación de locales vacíos.

FICHA Nº 18	LÍNEA ESTRATÉGICA L04. TRANSFORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME COMERCIAL.
MEDIDA: M4.2. EMPRENDIMIENTO Y REGENERACIÓN DEL TEJIDO COMERCIAL.	
ACTUACIÓN: ACT18. PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO, INVERSIÓN Y RELEVO GENERACIONAL.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
El comercio local de El Ejido se enfrenta a un doble reto: por un lado, la falta de relevo generacional en muchos negocios consolidados que se encuentran en riesgo de cierre; por otro, la necesidad de facilitar la incorporación de nuevas iniciativas emprendedoras que dinamicen el tejido comercial y aprovechen los locales vacíos existentes en zonas estratégicas del municipio. Esta actuación plantea el diseño e implementación de un programa integral que combine el apoyo al emprendimiento, la inversión en nuevos negocios y la transmisión empresarial como vía para garantizar la continuidad de la actividad comercial. El objetivo es consolidar un ecosistema local que facilite la apertura de nuevos establecimientos, la modernización de los existentes y la continuidad de aquellos que, sin relevo, podrían desaparecer. El programa se desarrollará en colaboración con agentes públicos y privados y pondrá especial énfasis en la identificación de oportunidades comerciales, la tutorización personalizada, la difusión de ayudas disponibles y la conexión entre personas emprendedoras y titulares de negocios en proceso de cesión. Pasos para su implementación: • Fase 1: Diseño del programa: • Definición de objetivos, perfiles destinatarios y líneas de actuación. • Coordinación con entidades colaboradoras (Cámara de Comercio, CADE, asociaciones, etc.). • Búsqueda de financiación y planificación de recursos. • Fase 2: Identificación de oportunidades: • Censo de locales vacíos y negocios sin relevo generacional. • Elaboración de fichas de oportunidad comercial.	

- Contacto con titulares interesados en transmitir su negocio.
- Fase 3: Captación y acompañamiento:
 - Campaña de difusión del programa entre potenciales emprendedores.
 - Tutorización individualizada para el diseño de planes de negocio.
 - Asistencia técnica en procesos de transmisión empresarial.
- Fase 4: Facilitación de ayudas y recursos:
 - Difusión de programas de apoyo existentes (Junta de Andalucía, Cámara de Comercio, etc.).
 - Asistencia en la tramitación de subvenciones y financiación.
 - Promoción de convenios y fórmulas de colaboración público-privada.
- Fase 5: Seguimiento y evaluación:
 - Monitorización de los procesos de emprendimiento y relevo.
 - Recogida de indicadores de impacto.
 - Revisión anual del programa y mejora continua.

Esta actuación se vincula directamente con la Línea Estratégica 1.1. “Cultura emprendedora” del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023–2026, que contempla acciones para facilitar la continuidad de negocios comerciales mediante la planificación del relevo, el acompañamiento técnico y la promoción de nuevas iniciativas empresariales. El programa propuesto en El Ejido se alinea con estos objetivos, adaptándolos al contexto local y reforzando la cooperación entre agentes públicos y privados.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	• Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. • Consejo Sectorial de Comercio y Servicios. • Asociaciones de Comerciantes. • Cámara de Comercio. • CADE. • Agentes inmobiliarios. • Empresas comerciales. • Personas emprendedoras.
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.
COSTES APROXIMADOS:	Costes medios-altos y variables según número de procesos de renovación y tutorización. • Diseño y lanzamiento del ecosistema de emprendimiento local: 8.000–12.000 €

	• Ayudas al emprendimiento: 9.000 €/ empresa/año⁴. • Ayudas al relevo generacional: 6.000 €/empresa/año⁵.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios municipales. • Subvenciones de la Junta de Andalucía. • Fondos Europeos (FEDER, Next Generation EU). • Convenios con entidades colaboradoras (Cámara de Comercio, CADE, etc.). • Patrocinadores privados.		
OBJETIVO GENERAL:	Impulsar la renovación y continuidad del tejido comercial de El Ejido mediante el apoyo al emprendimiento, la inversión y el relevo generacional en el sector.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Facilitar la apertura de nuevos establecimientos comerciales. • Promover la transmisión de negocios en riesgo de cierre. • Apoyar la inversión en modernización y mejora de comercios existentes. • Generar un ecosistema local de apoyo al emprendimiento comercial.		
RESULTADOS ESPERADOS:	• Identificación de al menos 30 oportunidades comerciales (locales vacíos o negocios sin relevo). • Apertura de al menos 30 nuevos negocios en el periodo 2026–2030. • Transmisión efectiva de al menos 2 comercios/año con relevo generacional. • Acceso a ayudas públicas por parte de al menos 30 empresas en el periodo 2026–2030.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2026		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Creación del ecosistema de emprendimiento local (sí/no). • Nº de locales vacíos identificados. • Nº de negocios sin relevo registrados. • Nº de personas emprendedoras asesoradas. • Nº de transmisiones empresariales realizadas. • Nº de ayudas solicitadas y concedidas. • Nº de nuevos negocios abiertos/año.		

⁴ Existen diversas ayudas al emprendimiento, tanto en subvenciones directas como en créditos, por lo que se recomiendan consultas individuales al CADE. Como referencia se han utilizado las ayudas al emprendimiento del Instituto Andaluz de la Juventud en su cuantía máxima subvencionable. Estimado 3-5 empresas subvencionadas/año.

⁵ Cuantía máxima subvencionable por parte de la Junta de Andalucía a las empresas menores de 10 personas trabajadoras. Estimado 1-2 empresas subvencionadas/año.

FICHA Nº 19	LÍNEA ESTRATÉGICA L04. TRANSFORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME COMERCIAL.
MEDIDA: M4.2. EMPRENDIMIENTO Y REGENERACIÓN DEL TEJIDO COMERCIAL.	
ACTUACIÓN: ACT19. PROGRAMA DE OCUPACIÓN DE LOCALES VACÍOS.	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
La presencia de locales comerciales vacíos en zonas comerciales del municipio de El Ejido genera una percepción de deterioro urbano, reduce la vitalidad del entorno comercial y limita las oportunidades de emprendimiento. Esta situación, detectada en el diagnóstico del PEC, se ve agravada por la falta de información centralizada sobre locales disponibles, los costes del alquiler, la escasa flexibilidad en los modelos de uso y la desconexión entre oferta y demanda de espacios. Esta actuación plantea un programa integral para la activación temporal o permanente de locales vacíos, con el doble objetivo de mejorar la imagen urbana y facilitar el acceso a espacios comerciales por parte de personas emprendedoras. Se contemplan fórmulas como pop-up stores, exposiciones, escaparates activos, cesiones temporales o proyectos piloto de emprendimiento, así como la creación de un Banco de Locales Vacíos que permita identificar, clasificar y difundir los espacios disponibles. El programa se desarrollará en coordinación con propietarios, inmobiliarias, asociaciones comerciales y entidades de apoyo al emprendimiento, y se complementará con acciones de dinamización, asesoramiento técnico y revisión normativa para facilitar usos alternativos. Pasos para su implementación: ➤ Diagnóstico y mapeo de locales vacíos: • Identificación de locales sin actividad en zonas comerciales prioritarias. • Clasificación por tipología, estado, titularidad y potencial de uso. ➤ Creación del Banco de Locales Vacíos: • Fichas individualizadas con información básica y contacto. • Publicación en el portal web municipal de comercio. ➤ Contacto con propietarios e inmobiliarias: • Reuniones informativas y mesas de trabajo. • Establecimiento de acuerdos de colaboración y cesión temporal. ➤ Diseño de fórmulas de ocupación temporal: • Pop-up stores, exposiciones, ferias temáticas, escaparates activos. • Mejora estética de locales intervenidos. ➤ Evaluación normativa: • Revisión de la normativa urbanística para permitir usos alternativos.	

- Incentivos para la bajada de servicios a planta baja.
- Seguimiento y evaluación:
 - Indicadores de ocupación, impacto visual y actividad generada.
 - Ajustes estratégicos y difusión de buenas prácticas.

Esta actuación se alinea con la Actuación 1.2.1.6: Dinamización de Zonas Comerciales del VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía, que contempla incentivos para la realización de actividades de dinamización y promoción del comercio local en áreas urbanas. La propuesta contribuye a los objetivos del plan autonómico al fomentar la reactivación de espacios comerciales infrautilizados mediante su adecuación y puesta en valor como nodos de atracción para el consumo local, la cultura y el turismo sostenible.

PRIORIDAD:	MEDIO ALTA
ENTES IMPLICADOS:	• Área de Comercio del Ayuntamiento de El Ejido. • Consejo Sectorial de Comercio y Servicios. • Asociaciones de Comerciantes. • Cámara de Comercio. • CADE. • Agentes inmobiliarios. • Empresas comerciales. • Personas emprendedoras.
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.
COSTES APROXIMADOS:	Costes medios-altos y variables según número de locales y acciones desarrolladas. • 6.000–8.000 € (diseño y lanzamiento del banco de locales). • 4.000–6.000 €/año (intervenciones y campañas de dinamización).
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios municipales. • Subvenciones de la Junta de Andalucía. • Fondos Europeos (FEDER, Next Generation EU). • Convenios con entidades colaboradoras (Cámara de Comercio, CADE, etc.). • Patrocinadores privados.
OBJETIVO GENERAL:	Dar un uso temporal o permanente a los locales vacíos del municipio, mejorando la imagen urbana, dinamizando el entorno comercial y generando oportunidades para nuevos proyectos emprendedores.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Incrementar la visibilidad y disponibilidad de locales vacíos.

	- Disminuir la sensación de inactividad en zonas comerciales. - Mejorar la imagen de los locales inactivos mediante intervenciones de uso. - Generar actividad económica en momentos puntuales. - Facilitar el acceso a espacios comerciales por parte de personas emprendedoras.		
RESULTADOS ESPERADOS:	- Creación y mantenimiento del Banco de Locales Vacíos. - Activación de al menos 10 locales vacíos durante el periodo del Plan. - Instalación de al menos 2 pop-up stores al año. - Mejora de la imagen urbana en zonas comerciales con locales intervenidos.		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025)	Medio Plazo (2026-2027)	Largo Plazo (2028-2029-2030)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero 2026		Fin: Continuado a lo largo del Plan de Comercio.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Banco de locales creado (sí/no). - Nº de locales sin actividad intervenidos. - Nº y tipología de negocios pop-up implantados. - Nº de locales incorporados al banco de locales. - Nº de escaparates decorados o activados. - Nº de emprendedores participantes.		

5.3. CALENDARIO DE EJECUCIÓN

A continuación, se especifica el cronograma estimado de ejecución del *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido*, en un ámbito temporal de 2025-2030, que debe ser la base de su seguimiento por parte del Consejo de Comercio y Servicios.

MEDIDAS	ACTUACIONES	2025				2026				2027				2028	2029	2030
		T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	2028	2029	2030
M1.1. Fortalecimiento institucional y planificación compartida.	ACT01. Impulso del Consejo Municipal de Comercio y Servicios.															
	ACT02. Participación en estrategias urbanas y búsqueda de financiación.															
	ACT03. Seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Comercio.															
M1.2. Impulso al asociacionismo y a la vertebración sectorial.	ACT04. Impulso del asociacionismo comercial.															
	ACT05. Desarrollo del Centro Comercial Abierto en el núcleo de El Ejido.															
	ACT06. Apoyo directo al sector mediante convenios, ayudas e incentivos.															
M1.3. Inteligencia comercial y gestión del conocimiento.	ACT07. Desarrollo de herramientas de información comercial.															

MEDIDAS	ACTUACIONES	2025				2026				2027				2028	2029	2030
		T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	2028	2029	2030
M2.1. Posicionamiento e imagen del comercio local.	ACT08. Creación y/o restyling de la marca comercial (global y por núcleos).															
	ACT09. Diseño y ejecución de campañas de comunicación segmentadas.															
M2.2. Servicios colaborativos y fidelización.	ACT10. Implantación de servicios adicionales conjuntos a la compra.															
	ACT11. Canalización del consumo turístico hacia el comercio local.															
M2.3. Educación y cultura del consumo responsable.	ACT12. Programas de didáctica del consumo local en centros educativos.															
M3.1. Mejora del entorno físico y la experiencia de compra.	ACT13. Intervenciones para crear espacios más amables para el consumo.															
	ACT14. Señalización inteligente y accesibilidad comercial.															
M3.2. Planificación urbanística con enfoque comercial.	ACT15. Integración de criterios comerciales en el PGOU y nuevos desarrollos.															
M4.1. Capacitación y del profesionalización y del empresariado.	ACT16. Apoyo a la capacitación y transformación digital del comercio local.															
	ACT17. Visualización y reconocimiento del sector.															
M4.2. Emprendimiento y regeneración del tejido comercial	ACT18. Programa de emprendimiento, inversión y relevo generacional															
	ACT19. Programa de ocupación de locales vacíos.															

5.4. PRESUPUESTO ESTIMADO DEL PLAN

El presupuesto estimado necesario para la adecuada ejecución del *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido* se sitúa entre los **1,7, y los 2,63 millones de euros** aproximadamente en el ámbito 2025-2030 en función de la implementación total de las actuaciones previstas. Se financiará principalmente mediante los recursos municipales disponibles y en aquellas áreas de competencia específica, el Plan contará también con el respaldo activo y la colaboración financiera de las agrupaciones empresariales, fortaleciendo así la sostenibilidad y el alcance de las iniciativas propuestas. Debido a las altas necesidades de inversión, se impulsará la búsqueda activa de financiación complementaria a través de fuentes externas, con especial atención a convocatorias regionales y fondos europeos.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	PRESUPUESTO ESTIMADO
L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.	M1.1. Fortalecimiento institucional y planificación compartida.	ACT01. Impulso del Consejo Municipal de Comercio y Servicios.	Coste bajo. No requiere inversión directa significativa.
		ACT02. Participación en estrategias urbanas y búsqueda de financiación.	Coste bajo. No requiere inversión directa significativa.
		ACT03. Seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Comercio.	Coste bajo. No requiere inversión directa significativa.
	M1.2. Impulso al asociacionismo y a la vertebración sectorial.	ACT04. Impulso del asociacionismo comercial.	6.000 €-10.000 €
		ACT05. Desarrollo del Centro Comercial Abierto en el núcleo de El Ejido.	15.000 €-25.000 €
		ACT06. Apoyo directo al sector mediante convenios, ayudas e incentivos.	500.000 €-750.000 €
	M1.3. Inteligencia comercial y gestión del conocimiento.	ACT07. Desarrollo de herramientas de información comercial.	Costes medios-altos, dependiente de estudios de detalle.
Subtotal			521.000 €-785.000 €

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	PRESUPUESTO ESTIMADO
L02. IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y EXPERIENCIA COMERCIAL.	M2.1. Posicionamiento e imagen del comercio local.	ACT08. Creación y/o restyling de la marca comercial (global y por núcleos).	7.000 €-11.000 €
		ACT09. Diseño y ejecución de campañas de comunicación segmentadas.	397.500 €-530.000 €
	M2.2. Servicios colaborativos y fidelización.	ACT10. Implantación de servicios adicionales conjuntos a la compra.	330.000 €-495.000 €
		ACT11. Canalización del consumo turístico hacia el comercio local.	120.000 €-200.000 €
	M2.3. Educación y cultura del consumo responsable.	ACT12. Programas de didáctica del consumo local en centros educativos.	40.000 €-56.000 €
Subtotal			894.500 €-1.292.000 €
L03. ENTORNOS COMERCIALES ACCESIBLES Y FUNCIONALES.	M3.1. Mejora del entorno físico y la experiencia de compra.	ACT13. Intervenciones para crear espacios más amables para el consumo.	Costes altos, dependiente de estudios de detalle.
		ACT14. Señalización inteligente y accesibilidad comercial.	Costes altos, dependiente de estudios de detalle.
	M3.2. Planificación urbanística con enfoque comercial.	ACT15. Integración de criterios comerciales en el PGOU y nuevos desarrollos.	Coste bajo. No requiere inversión directa significativa.
Subtotal			Costes dependientes de estudios de detalle.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	PRESUPUESTO ESTIMADO
L04. TRANSFORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME COMERCIAL.	M4.1. Capacitación y profesionalización del empresariado.	ACT16. Apoyo a la capacitación y transformación digital del comercio local.	100.000 €-150.000 €
		ACT17. Visualización y reconocimiento del sector.	15.000 €-25.000 €
	M4.2. Emprendimiento y regeneración del tejido comercial	ACT18. Programa de emprendimiento, inversión y relevo generacional	173.000 €-297.000 €
		ACT19. Programa de ocupación de locales vacíos.	10.000 €-14.000 €
	Subtotal		
TOTAL			1.713.500 €-2.563.000 €

5.5. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN

A continuación, se expone el Cuadro de Mandos de Indicadores Cuantitativos enfocado en todo momento hacia el seguimiento y evolución del *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido 2030*. Los objetivos previstos deberán ser evaluados por el Consejo de Comercio y Servicios conforme al presupuesto disponible en cada anualidad, prioridades detectadas y espacios de oportunidad. Los indicadores han sido agrupados atendiendo a las diferentes Líneas Estratégicas, Medidas y actuaciones planteadas:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	INDICADORES
L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL.	M1.1. Fortalecimiento institucional y planificación compartida.	ACT01. Impulso del Consejo Municipal de Comercio y Servicios.	• Creación de Comisiones Técnicas (sí/no). • N° de comisiones técnicas constituidas. • N° de reuniones celebradas al año. • N° de agentes participantes. • N° de acuerdos alcanzados.
		ACT02. Participación en estrategias urbanas y búsqueda de financiación.	• N° de estrategias municipales con participación del comercio. • N° de convocatorias de financiación difundidas. • N° de solicitudes presentadas para el sector. • N° de proyectos colaborativos impulsados. • N° de reuniones interdepartamentales celebradas. • Nivel de participación del comercio en los procesos estratégicos.
		ACT03. Seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Comercio.	• Cuadro de mando definido (sí/no). • N° de indicadores operativos. • N° de informes de seguimiento elaborados. • N° de reuniones de evaluación celebradas. • N° de ajustes estratégicos realizados.
	M1.2. Impulso al asociacionismo y a la vertebración sectorial.	ACT04. Impulso del asociacionismo comercial.	• Creación de una convergencia asociativa (sí/no). • Evolución del n° de comercios asociados. • N° de actuaciones informativas realizadas.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	INDICADORES
		ACT05. Desarrollo del Centro Comercial Abierto en el núcleo de El Ejido.	• Solicitud de reconocimiento presentada (sí/no). • Consecución del reconocimiento oficial como CCA (sí/no). • N° de comercios adheridos al CCA. • N° de acciones ejecutadas del plan estratégico. • N° de campañas de dinamización realizadas. • Financiación captada a través de convocatorias específicas.
		ACT06. Apoyo directo al sector mediante convenios, ayudas e incentivos.	• Puesta en marcha de convenios con asociaciones (sí/no). • Puesta en marcha de subvenciones locales (sí/no). • N° de convenios firmados con asociaciones comerciales. • N° de convocatorias municipales lanzadas. • N° de comercios beneficiarios de ayudas. • Importe total movilizado en ayudas directas. • N° de solicitudes tramitadas a ayudas externas. • Evaluación anual de cumplimiento de objetivos de los convenios.
	M1.3. Inteligencia comercial y gestión del conocimiento.	ACT07. Desarrollo de herramientas de información comercial.	• N° de visitas al portal del comercio. • N° de comercios inscritos en el registro. • N° de fuentes de datos integradas. • Nivel de uso del sistema por parte del sector.
L02. IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y EXPERIENCIA COMERCIAL.	M2.1. Posicionamiento e imagen del comercio local.	ACT08. Creación y/o restyling de la marca comercial (global y por núcleos).	• Creación de la Marca comercial (sí/no). • N° de núcleos con submarca adaptada. • N° de comercios que utilizan la marca. • N° de materiales promocionales distribuidos. • Alcance de la campaña de lanzamiento. • Nivel de reconocimiento de la marca entre la ciudadanía.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	INDICADORES
		ACT09. Diseño y ejecución de campañas de comunicación segmentadas.	• Calendario semestral/anual de actuaciones. • N° de campañas diseñadas y ejecutadas. • N° de núcleos y segmentos cubiertos. • Alcance estimado de las campañas (visualizaciones, impactos, etc.). • Nivel de participación del comercio local. • Grado de satisfacción de la ciudadanía.
	M2.2. Servicios colaborativos y fidelización.	ACT10. Implantación de servicios adicionales conjuntos a la compra.	• Tipo de servicios adicionales implementados (bonos aparcamientos, sistema digital de fidelización...). • N° de comercios adheridos a los servicios conjuntos. • N° de bonos emitidos y utilizados. • Tasa de uso de herramientas de fidelización. • Participación en campañas promocionales. • Evolución del consumo. • Nivel de satisfacción de los clientes.
		ACT11. Canalización del consumo turístico hacia el comercio local.	• N° de comercios adheridos a la estrategia turística-comercial. • N° de promociones realizadas. • Nueva oferta creada. • Gasto medio turístico en comercio local. • Nivel de satisfacción de visitantes y comercios
	M2.3. Educación y cultura del consumo responsable.	ACT12. Programas de didáctica del consumo local en centros educativos.	• Creación de un proyecto curricular de comercio local (sí/no). • N° de centros educativos participantes. • N° de sesiones y actividades realizadas. • N° de alumnos/as implicados/as. • Valoración del programa por parte de docentes y alumnado.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	INDICADORES
L03. ENTORNOS COMERCIALES ACCESIBLES Y FUNCIONALES.		ACT13. Intervenciones para crear espacios más amables para el consumo.	• N° de espacios comerciales intervenidos. • Metros cuadrados de espacio urbano mejorado. • Evolución de las plazas de aparcamiento de rotación. • Evolución del tránsito peatonal en las zonas intervenidas.
	M3.1. Mejora del entorno físico y la experiencia de compra.	ACT14. Señalización inteligente y accesibilidad comercial.	• N° de señales instaladas (físicas y digitales). • N° de espacios de aparcamiento señalizados. • N° de plazas de aparcamiento sensorizadas. • N° de usuarios de plataformas digitales vinculadas. • Encuestas de satisfacción ciudadana sobre accesibilidad y orientación. • Datos de reducción de tráfico de agitación en zonas intervenidas.
	M3.2. Planificación urbanística con enfoque comercial.	ACT15. Integración de criterios comerciales en el PGOU y nuevos desarrollos.	• N° de instrumentos de planeamiento revisados con criterios comerciales. • N° de desarrollos urbanos con dotación prevista de pequeño comercio. • N° de sesiones de coordinación entre Urbanismo y Comercio. • N° de comercios creados en los nuevos desarrollos urbanos.
L04. TRANSFORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME COMERCIAL.	M4.1. Capacitación y del profesionalización empresarial.	ACT16. Apoyo a la capacitación y transformación digital del comercio local.	• Desarrollo del programa de capacitación (sí/no) y número de ediciones. • N° de comercios participantes en el programa. • N° de horas de formación impartidas. • N° de tutorías individualizadas realizadas. • N° de comercios que acceden a programas externos (Kit Digital, Pyme Digital, ayudas autonómicas...). • Nivel de satisfacción de los participantes.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	INDICADORES
		ACT17. Visualización y reconocimiento del sector.	• Desarrollo del programa de reconocimiento (sí/no) y número de ediciones. • N° de comercios reconocidos anualmente. • N° de candidaturas presentadas. • N° de campañas o acciones de visualización realizadas. • Alcance de las campañas (medios, redes, asistencia a eventos).
	M4.2. Emprendimiento y regeneración del tejido comercial	ACT18. Programa de emprendimiento, inversión y relevo generacional	• Creación del ecosistema de emprendimiento local (sí/no). • N° de locales vacíos identificados. • N° de negocios sin relevo registrados. • N° de personas emprendedoras asesoradas. • N° de transmisiones empresariales realizadas. • N° de ayudas solicitadas y concedidas. • N° de nuevos negocios abiertos/año.
		ACT19. Programa de ocupación de locales vacíos.	• Banco de locales creado (sí/no). • N° de locales sin actividad intervenidos. • N° y tipología de negocios pop-up implantados. • N° de locales incorporados al banco de locales. • N° de escaparates decorados o activados. • N° de emprendedores participantes.

5.6. MODELO DE GOBERNANZA DEL PLAN

Para la coordinación y ejecución de las actuaciones planteadas en el Plan de Actuación Comercial hay que resaltar la importancia de la Línea Estratégica L01. GOBERNANZA Y GESTIÓN COLABORATIVA DEL COMERCIO LOCAL e incidir en el papel de la Gobernanza para el éxito del *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido 2030*.

El objetivo es fortalecer y hacer más operativas las alianzas permanentes y formalmente ya reguladas en el Consejo de Comercio y Servicios entre los diferentes agentes públicos y privados implicados, de modo que se garantice la continuidad y la estabilidad del proceso participativo y de los compromisos adquiridos, independientemente de posibles cambios en los equipos de gobierno. Esta estructura permitirá consolidar una colaboración sólida y sostenida en el tiempo, evitando la pérdida de inercia y asegurando el desarrollo efectivo de las iniciativas previstas en el sector comercial.

Con el propósito de fortalecer la gobernanza y garantizar la continuidad en la ejecución de las actuaciones del Plan de Actuación Comercial, la Línea Estratégica L1 contempla la implementación de la Medida M1.1. Fortalecimiento institucional y planificación compartida. En este marco, se plantea la Actuación ACT01. Impulso del Consejo Municipal de Comercio y Servicios, concebida como instrumento clave para impulsar la colaboración permanente y regulada entre el sector empresarial y el Ayuntamiento de El Ejido.

Los principales objetivos de este modelo de gobernanza son:

- Aunque actualmente ya existe un espacio formal de diálogo, el Consejo Sectorial de Comercio y Servicios, su utilización es limitada. Para aumentar su eficacia y operatividad, se propone la creación de Comisiones Técnicas, concebidas como órganos de trabajo especializados, con un enfoque predominantemente técnico en lugar de político.
- Optimizar los recursos y medios disponibles mediante la cooperación estructurada y la toma de decisiones conjunta.
- Garantizar la estabilidad y el seguimiento continuo de los proyectos y compromisos del sector comercial, independientemente de posibles cambios en la administración local.
- Consolidar una red de alianzas estratégicas que permita mantener la inercia y el avance de las iniciativas previstas en el ámbito comercial.

De esta forma, se asegura una gestión eficiente y sostenible de las actuaciones, consolidando la gobernanza como pilar fundamental para el éxito del *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido 2030*.

En este contexto, la corresponsabilidad público-privada de la gobernanza del Plan de Comercio con relación a las propuestas de actuación, recaerá en el Consejo Sectorial de Comercio y Servicios.

5.7. COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN DEL PLAN

El *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido 2030* ha buscado tener la máxima difusión desde el principio para que la ciudadanía y agentes implicados conozcan el Proyecto desde sus inicios, así como los compromisos adquiridos en forma de actuaciones y objetivos.

Q

IDEAL | El Ejido

Un Plan Estratégico para reforzar el papel del Comercio local en El Ejido

La iniciativa busca mejorar la competitividad de las empresas y ayudarlas a adaptarse a las nuevas tendencias del mercado



Reunión para poner en marcha este proyecto. IDEAL

Reunión de lanzamiento del proyecto. 06-04-2025



Conócenos Info útil Asesoramiento Preguntas Frecuentes Q



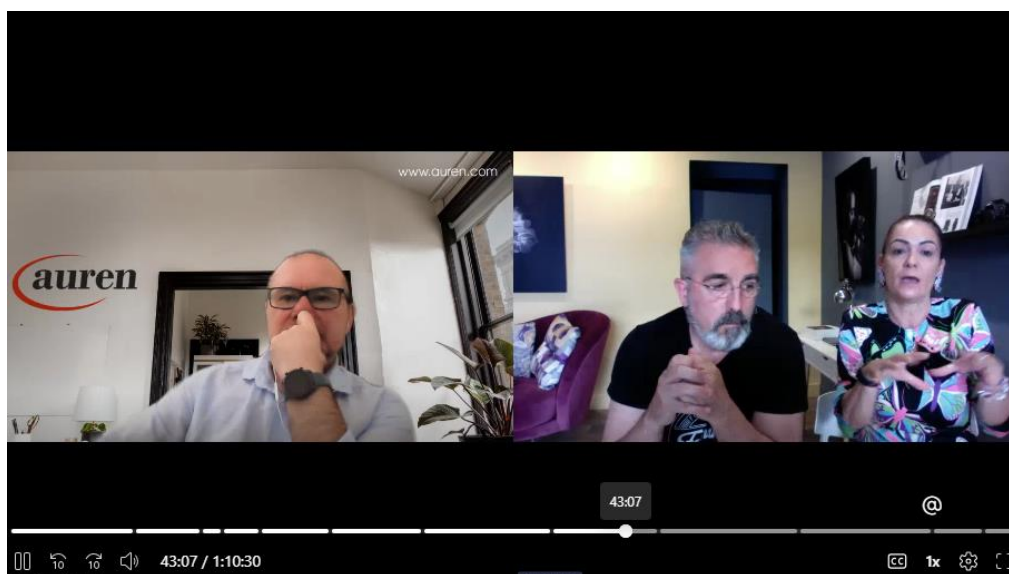
La reunión ha contado con la presencia de la concejala de Comercio, María Herminia Padial, con la participación de la consultora encargada de la ejecución del Plan, Auren, así como de representantes de los principales agentes del tejido empresarial y comercial y juntas locales de los diferentes núcleos

Mesa de trabajo con los agentes del sector. 09-07-2025

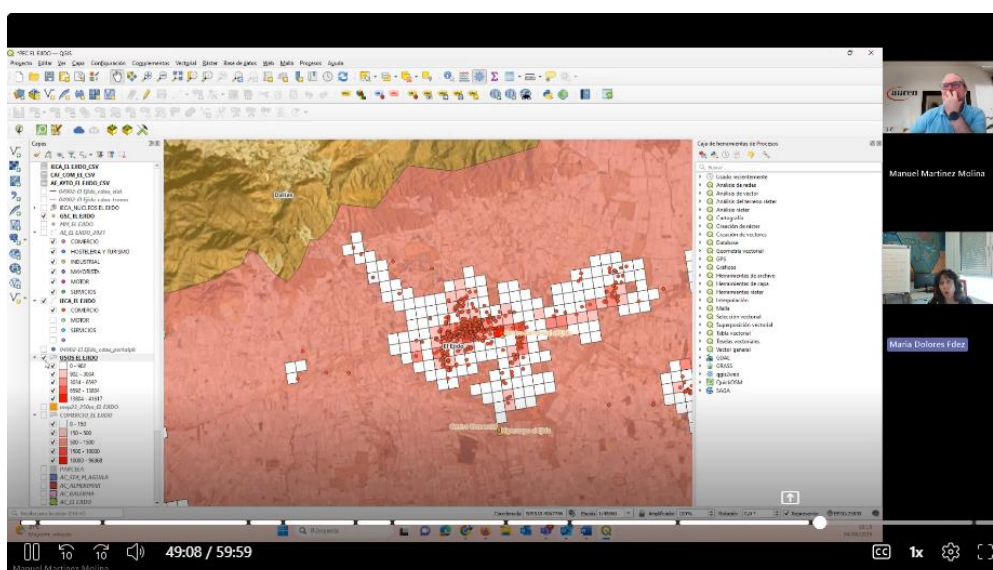
Entrevistas:

Con el objetivo de enriquecer y fortalecer el proceso de elaboración del Plan Estratégico de Comercio, se ha promovido activamente la implicación directa de las personas empresarias y representantes del sector comercial local. Para ello, se han establecido mecanismos específicos de colaboración y consulta con entidades clave como la Asociación de Comerciantes y Servicios de El Ejido o sindicatos como Comisiones Obreras.

Estas acciones se han materializado a través de la realización de entrevistas en profundidad, orientadas a recoger valoraciones, propuestas y expectativas de los distintos agentes involucrados. Así, la participación no solo ha permitido identificar necesidades reales del sector, sino también generar un espacio de corresponsabilidad y cooperación que enriquece la toma de decisiones estratégicas y favorece la integración de perspectivas diversas en el desarrollo del Plan.



Entrevista con Asociación de Comerciantes y Servicios de El Ejido. 22-05-2025



Entrevista con CC00. 04-06-2025

Encuestas:

Con el objetivo de asegurar una participación diversa y representativa en la construcción del Plan Estratégico de Comercio, se han llevado a cabo encuestas dirigidas tanto a personas consumidoras como a empresas comerciales empleando dos modalidades: por un lado, se difundieron y aplicaron cuestionarios a través de redes sociales y plataformas digitales; por otro, se realizaron encuestas presenciales a pie de calle y directamente en los establecimientos comerciales. Este enfoque combinado permitió recoger una visión amplia y plural sobre las necesidades, opiniones y propuestas de la ciudadanía y del tejido empresarial, enriqueciendo el proceso de toma de decisiones e integrando aportaciones valiosas en el desarrollo del Plan.



¿Quieres ayudar a mejorar el comercio local de El Ejido?

CONSUMIDOR, tu opinión nos importa

Plan Estratégico Comercio Local

Encuesta anónima haciendo clic en el link

comercio_elejido • Seguir
El Ejido (Almería)

comercio_elejido El Ayuntamiento de El Ejido está elaborando un Plan Estratégico de Comercio con el objetivo de consolidar y desarrollar nuestro comercio local, tanto del centro como del resto de núcleos.

Nos sería de gran utilidad conocer sus hábitos de compra y los aspectos de mejora del sector comercial, por lo que, como persona consumidora, le rogamos que conteste este cuestionario, pinchando en este enlace: <https://forms.gle/Nxo87oj8jAkiPmMYA>

¡Participa en la mejora del comercio de El Ejido! 🍌

7 sem

comercio_elejido Enlace para realizar la encuesta en la bio

7 sem 1 Me gusta Responder

11 Me gusta
12 de Junio

Añade un comentario... Publicar

Ejemplo de post lanzado para hacer difusión de las encuestas.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO DE EL EJIDO



Sección 1 de 6

Análisis de la Situación del Comercio

CUESTIONARIO A COMERCIANTES

El Ayuntamiento de El Ejido está elaborando un Plan Estratégico de Comercio con el objetivo de consolidar y desarrollar nuestro comercio local, tanto del centro como del resto de núcleos. Comerciante, como parte integrante y fundamental del tejido productivo de El Ejido, es de vital importancia la participación de las empresas en este Plan.

¡Participa en la mejora del comercio de El Ejido!

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 6

BLOQUE 1: UNIÓN EMPRESARIAL Y ASOCIACIONISMO

Descripción (opcional)

PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO DE EL EJIDO



Sección 1 de 3

Análisis de la Situación del Comercio

CUESTIONARIO A PERSONAS CONSUMIDORAS

B *I* U  

El Ayuntamiento de El Ejido está elaborando un Plan Estratégico de Comercio con el objetivo de consolidar y desarrollar nuestro comercio local, tanto del centro como del resto de núcleos. Nos sería de gran utilidad conocer sus hábitos de compra y los aspectos de mejora del sector comercial, por lo que, como persona consumidora, le rogamos que conteste este cuestionario.

¡Participa en la mejora del comercio de El Ejido!

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 3

BLOQUE 1: PRINCIPALES HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO

Descripción (opcional)

Cuestionario a empresas comerciales y a personas consumidoras. junio 2025

Mesa de Trabajo:

A modo de cierre del proceso participativo, se llevó a cabo una Mesa de Trabajo en la que se convocó a representantes del ayuntamiento, del sector comercial local, entidades colaboradoras y agentes clave implicados en el desarrollo del *Plan Estratégico de Comercio de El Ejido*. El principal propósito de este encuentro fue exponer los principales resultados obtenidos en el Diagnóstico y facilitar un espacio de debate y construcción colectiva.

Durante la sesión, se promovió la interacción entre las personas asistentes para identificar, consensuar y priorizar aquellas líneas de actuación consideradas más relevantes para la revitalización y el fortalecimiento del comercio urbano en El Ejido. Este ejercicio de reflexión conjunta permitió no solo validar propuestas previamente recogidas, sino también incorporar nuevas ideas y matices que surgieron a partir del diálogo abierto.

En definitiva, la Mesa de Trabajo se consolidó como un instrumento esencial para garantizar que el diseño final del Plan respondiera de manera efectiva a las necesidades reales del sector, fomentando la corresponsabilidad y el compromiso de todos los agentes implicados en el futuro del comercio local.



Mesa de Trabajo. 09-07-2025