

PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO MUNICIPAL DE LUCENA 2023-2027

DOCUMENTO 2 de 2

PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL



Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023



Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo

Este trabajo ha sido financiado por la Junta de Andalucía a través de la Orden de 6 de agosto de 2021, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva dirigidas a Ayuntamientos y destinadas a impulsar la mejora, modernización y promoción del comercio y la artesanía en Andalucía, mediante Resolución de 25 de julio de 2022 de la Delegación Territorial de Empleo, Formación, Trabajo Autónomo, Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades en Córdoba.

JUNTA DE ANDALUCÍA

Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo. 2022

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

ÍNDICE

4	PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL	4
4.1	MODELO COMERCIAL	5
4.2	MISIÓN, VISIÓN, VALORES	5
4.3	MARCO DE ACTUACIÓN	7
	4.3.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y ESPECÍFICOS	7
	4.3.2. SÍNTESIS DEL PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL	9
	4.3.3. DESARROLLO DEL PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL	10
4.4	CALENDARIO DE ACTUACIÓN	76
4.5	PREVISIÓN PRESUPUESTARIA	78
4.6	SEGUIMIENTO DEL PLAN	80
4.7	MODELO DE GOBERNANZA DEL PLAN	84
4.8	COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN DEL PLAN	85

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

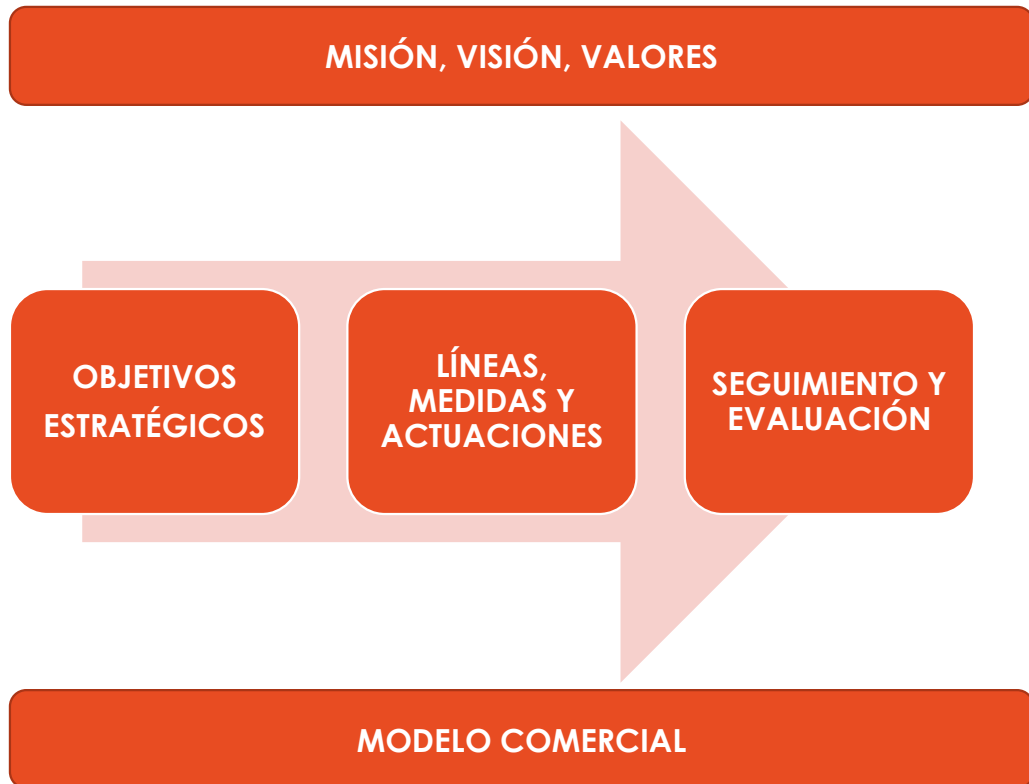
Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

4 PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL

Una vez establecido el diagnóstico de la situación actual del comercio en Lucena, se establecen a continuación las líneas y medidas estratégicas de actuación que operativizarán el *Plan Estratégico de Comercio Municipal de Lucena* en base a la siguiente estructura:



4.1 MODELO COMERCIAL

Lucena, como ciudad con mayor jerarquía dentro de la Unidad Territorial Comercial de la Campiña y Subbético de Córdoba dispone de las mayores relaciones funcionales por los motivos ocio y adquisición de bienes y servicios en su entorno inmediato, por lo que se considera que el comercio urbano de Lucena debe posicionarse como Cabecera Comercial de referencia supramunicipal en todo su ámbito, pero con estrategias de posicionamiento diferenciadas por zonas respecto a su público objetivo.

En este contexto, Lucena debe posicionarse en dos ámbitos diferenciados:

- 1 **Posicionamiento de Atracción Comercial Supramunicipal**, que consiste en llevar a cabo un posicionamiento específico como zona de referencia en comercio en su ámbito más inmediato, incluido el elevado flujo de trabajadores de otros municipios que genera su actividad comercial o el volumen de visitantes que proporciona su actividad turística. Este posicionamiento estará vinculado al Centro Urbano, como mayor espacio de concentración y especialización comercial.
- 2 **Posicionamiento de Comercio de Proximidad**, que consiste en llevar a cabo un posicionamiento específico de visualización e incremento del consumo en el comercio de cercanía por parte de sus residentes en las zonas, barrios y núcleos de población que conforman Lucena.

4.2 MISIÓN, VISIÓN, VALORES

MISIÓN:

El *Plan Estratégico de Comercio Municipal de Lucena* tiene la misión de consolidar el comercio urbano de la ciudad como principal referente de compras en su área de mercado, trabajando de una manera más coordinada, colaborativa y transparente entre el sector y la administración local, poniendo en el centro de atención al consumidor y orientándose a resultados.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

VISIÓN:

En el ámbito temporal 2027, el *Plan Estratégico de Comercio Municipal de Lucena* tiene el propósito de que el comercio urbano de la ciudad esté posicionado como principal referente de compras en su área de mercado con las siguientes características:

- Siendo reconocido como una oferta comercial completa y atractiva.
- Habiendo generado un canal estable de colaboración público-privada entre los diferentes agentes del sector.
- Habiendo mejorado la capacitación y adaptación de las empresas de comercio urbano en la transformación digital y la sostenibilidad.
- Habiendo facilitado el acto de la compra con actuaciones funcionales de Urbanismo Comercial.

VALORES:

Los valores que orientarán el *Plan Estratégico de Comercio Municipal de Lucena* son los siguientes:

- Participación, colaboración y coordinación con los agentes del sector que facilite la gobernanza y gestión comercial público-privada.
- Flexibilidad en la adecuación de las estrategias a la realidad cambiante y las nuevas oportunidades en el sector.
- Sostenibilidad, como equilibrio permanente entre el desarrollo económico y el respeto al medio ambiente, potenciando la cercanía, la calidad y el carácter local de la oferta.
- Adecuación de la transformación digital a las diferentes realidades del sector.
- Orientación al cliente y sus necesidades.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

4.3 MARCO DE ACTUACIÓN

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 Municipal de Lucena conforme a las debilidades y necesidades de mejora del comercio Urbano de la ciudad identificadas a lo largo del Diagnóstico:

4.3.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y ESPECÍFICOS

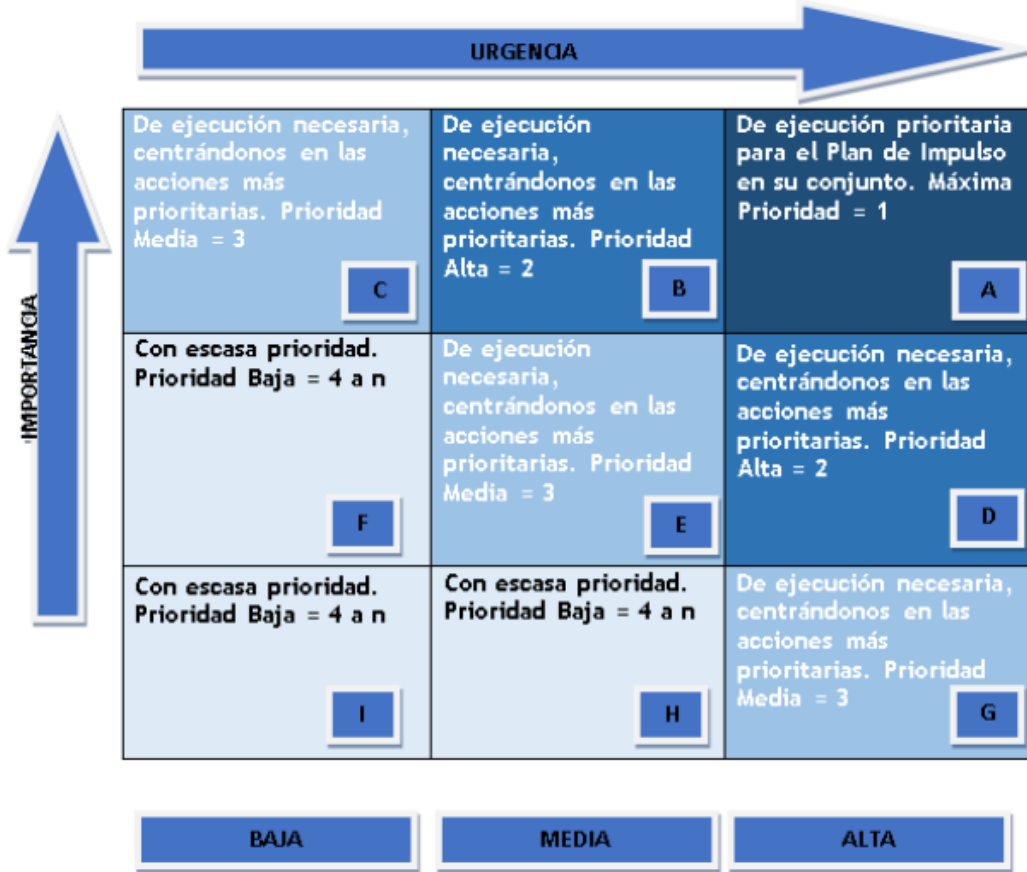
El Objetivo Estratégico del Plan Estratégico de Comercio Municipal de Lucena es **"consolidar el comercio urbano de la ciudad como principal referente de compras en su área de mercado, trabajando de una manera más coordinada, colaborativa y transparente entre el sector y la administración local, poniendo en el centro de atención al consumidor y orientándose a resultados"**.

Este gran Objetivo Estratégico está estructurado a través de 3 Objetivos Específicos:

- 1** OE1: Adaptar el comercio urbano de Lucena a un entorno cambiante y altamente competitivo mediante el uso de la inteligencia comercial.
- 2** OE2: Consolidar imagen de marca del comercio urbano de Lucena.
- 3** OE3: Trabajar de una manera más coordinada, colaborativa y transparente entre el sector y la administración local.

Para conseguir los objetivos propuestos, el Plan de Actuación Comercial plantea 4 Líneas Estratégicas que pretenden mejorar, potenciar, corregir o mantener, los aspectos críticos identificados en el sector comercio de Lucena. Las Líneas Estratégicas se despliegan en medidas y estas en actuaciones específicas que operativizarán el Plan de Actuación Comercial.

En global, las propuestas de actuación del **Plan Estratégico de Comercio Municipal de Lucena** están comprendidas por **4 Líneas Estratégicas, 14 Medidas de Actuación y 29 Actuaciones específicas**. 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 (2023), a medio plazo (2024-25) y largo plazo (a partir de 2026):



4.3.2. SÍNTESIS DEL PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL

Para una mejor comprensión, a continuación se indica un índice donde se compilan de forma sintética las Líneas Estratégicas, las Medidas de Actuación y las Actuaciones específicas a ejecutar para la puesta en marcha el **Plan Estratégico de Comercio Municipal de Lucena**. En cualquier caso, como planeamiento estratégico, el desarrollo comercial de Lucena debe trabajarse de forma holística, transversal y no parcelaria. Es decir, de poco sirve avanzar solo en un ámbito o línea de actuación si se descuida el resto y siempre teniendo muy en cuenta que un Plan Estratégico es un proyecto de ciudad y, por tanto, tiene un elevado componente de corresponsabilidad compartida entre la esfera pública y la privada.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L1. SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA.	M1. <i>Revisión del modelo de negocio del comercio de Lucena.</i>	ACT01. Diagnósticos de situación.
	M2. <i>Formación y reciclaje del sector comercial.</i>	ACT02. Programa formativo tradicional. ACT03. Programa formativo y de acompañamiento en el proceso de transformación digital.
	M3. <i>Observatorio del Comercio y el Consumo de Lucena.</i>	ACT04. Creación del sistema de inteligencia comercial de Lucena. ACT05. Facilitación de información relevante al sector.
L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA.	M4. <i>Renovación y transformación del ecosistema comercial de Lucena.</i>	ACT06. Inversión y mejora de los establecimientos comerciales de Lucena. ACT07. Inversión y mejora en el entorno urbano comercial de Lucena. ACT08. Inversión y mejora en equipamientos y eventos dinamizadores del comercio de Lucena.
	M5. <i>Desarrollo y consolidación de servicios adicionales al cliente.</i>	ACT09. Implantación de servicios al cliente. ACT10. Implantación de un sistema de fidelización conjunto.
	M6. <i>Impulso a la sostenibilidad del comercio de Lucena.</i>	ACT11. Campañas de sensibilización del comercio local. ACT12. Iniciativas de sostenibilidad y economía circular.
	M7. <i>Emprendimiento y relevo generacional en el comercio de Lucena.</i>	ACT13. Asistencia al relevo y transmisión empresarial en el comercio de Lucena. ACT14. Programa de ocupación de locales vacíos.
L3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL COMERCIO DE LUCENA.	M8. <i>Posicionamiento de la imagen de marca del comercio de Lucena.</i>	ACT15. Restyling, creación o refuerzo de marca comercial en Lucena. ACT16. Plan de Comunicación Interna. ACT17. Plan de Comunicación Externa.
	M9. <i>Ejecución del Plan de Dinamización y Promoción del comercio de Lucena.</i>	ACT18. Promoción a residentes y área de mercado. ACT19. Vinculación turístico-comercial.
L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA.	M10. <i>Crear un canal estable de colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena.</i>	ACT20. Consolidar el Área de Comercio. ACT21. Crear la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad. ACT22. Crear un encuentro anual en Lucena sobre tendencias del comercio.
	M11. <i>Potenciar una comunidad comercial sólida en Lucena.</i>	ACT23. Recuperar la confianza en el asociacionismo. ACT24. Mantenimiento del reconocimiento oficial CCA.
	M12. <i>Refuerzo de la colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena.</i>	ACT25. Convenios con las entidades de comercio. ACT26. Subvenciones a empresas y emprendimiento comercial. ACT27. Reconocimiento y visualización del sector comercial de Lucena.
	M13. <i>Defensa de los derechos transversales del sector.</i>	ACT28. Creación de un canal abierto de consultas, aportaciones e incidencias.
	M14. <i>Gestión del Plan Estratégico de Comercio de Lucena.</i>	ACT29. Asistencia a la implementación y medición del Plan Estratégico de Comercio de Lucena.



4.3.3. 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 y su estructuración en partes.
- 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.

LÍNEA ESTRATÉGICA: L1. SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA.

Este Línea Estratégica tiene el objetivo de aumentar la capacidad competitiva del comercio urbano de Lucena, a través de la reorientación del modelo comercial y una mejora de la cualificación del sector, buscando la facilitación de información relevante para el sector.

Para operativizar esta Línea Estratégica se han trazado 3 medidas específicas que serán desarrolladas mediante 5 actuaciones concretas:

- **M1. Revisión del modelo de negocio del comercio de Lucena.**
- **M2. Formación y reciclaje del sector comercial.**
- **M3. Observatorio del Comercio y el Consumo de Lucena.**

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

Medida M1. Revisión del modelo de negocio del comercio de Lucena: esta medida pretende identificar las dificultades de adaptación en las que se encuentran los negocios lucentinos -bajo nivel de digitalización, falta de economías de escala y de relevo generacional, etc.- para ofrecer las soluciones específicas en cada caso. Para lograrlo se ha proyectado 1 actuación específica:

- ACT01. Diagnósticos de situación.



FICHA Nº 1. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L1. SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA

Medida M1. Revisión del modelo de negocio del comercio de Lucena

ACTUACIÓN ACT01. DIAGNÓSTICOS DE SITUACIÓN

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

En un entorno global y muy cambiante, el comercio local tiene importantes dificultades de adaptación derivadas de sus propias características -pequeño tamaño, atomización, escasa cultura empresarial, alta resistencia al cambio, bajo nivel de digitalización, falta de economías de escala y de relevo generacional- y de un entorno altamente competitivo. Las pymes comerciales de Lucena no escapan a esta situación, encontrándose en diferentes estadios de desarrollo y adaptación a las necesidades que les exige el consumidor actual, por lo que no se pueden dar soluciones generales, sino que hay que abordar las problemáticas de manera personalizada.

Esta actuación pretende conocer las necesidades que cada uno de los comercios de Lucena tienen en relación a este cambiante sector (tecnologías, atención al cliente, gestión del negocio, escaparatismo, interiorismo, calidad del servicio...). Un programa voluntario de diagnóstico de la situación de su modelo de negocio que permita identificar las problemáticas específicas del mismo y proponer las herramientas que le permita mejorar en sus procesos y repercuta favorablemente en el incremento de sus ventas (la participación en el Diagnóstico puede condicionar luego la adscripción a una potencial línea de ayudas por parte del Ayuntamiento).

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y empresas del sector.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
COSTES APROXIMADOS:	12.000-15.000 €/año ¹ .
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. ▪ Programas Cámara de Comercio.

¹ 25-30 empresas/año.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 1. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT01. DIAGNÓSTICOS DE SITUACIÓN (sigue)				
OBJETIVO GENERAL:		Identificar las problemáticas específicas de los comercios de Lucena para proponer mejoras conforme necesidades detectadas.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Optimizar las posteriores inversiones en el sector. ▪ Actuar conforme a las necesidades de cada comercio. ▪ Potenciar la colaboración activa de los negocios locales. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participación de un mínimo de 20 comercios/año. ▪ Identificación de las necesidades específicas de un mínimo de 20 comercios/año. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Julio de 2023	Fin: Diciembre de 2023 ²	
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de comercios participantes/año. ▪ N.º de diagnósticos realizados/año. ▪ N.º y tipología de soluciones aportadas. 		

² Repetición todos los años



Medida M2. Formación y reciclaje del sector comercial: esta medida pretende mejorar la capacitación del sector en todos los aspectos identificados en los diagnósticos. Para lograrlo se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT02. Programa formativo tradicional.
- ACT03. Programa formativo y de acompañamiento en el proceso de transformación digital.

FICHA Nº 2. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L1. SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA

Medida M2. Formación y reciclaje del sector comercial

ACTUACIÓN ACT02. PROGRAMA FORMATIVO TRADICIONAL

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

El sector comercial está evolucionando muchísimo, especialmente en el ámbito tecnológico, pero al ser un sector de tanto contacto directo, también es crucial seguir facilitando acciones formativas en distintos ámbitos de mejora considerados más tradicionales, pero que siguen siendo vitales en la modernización comercial: escaparatismo, atención al cliente, idiomas, gestión económica del comercio, gestión fiscal básica... Debido a las particularidades propias del sector, con escasa disponibilidad de tiempo, se recomienda una metodología que compagine tanto la enseñanza a distancia (soportes físicos y digital) como la presencial, con la realización de módulos de escasa duración y en horarios flexibles, siendo aconsejable, proyectos formativos de tutorización directa en los comercios.

Por tanto, es preciso desarrollar un Plan Formativo propio del sector comercial de Lucena que compile la numerosa oferta existente que imparte distintos agentes (Cámara de Comercio, Confederación de Empresarios, Ayuntamiento...)³, así como completar con formación específica conforme se identifique en los diagnósticos.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y agentes del sector.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
COSTES APROXIMADOS:	10.000-12.000 €/año.

³ Para ello sería fundamental disponer de un subapartado en la Web de Comercio conforme se especifica en la Actuación ACT05. Facilitación de información relevante al sector.



FICHA Nº 2. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT02. PROGRAMA FORMATIVO TRADICIONAL (sigue)				
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> Presupuestos del Ayuntamiento. Fondos Next Generation. Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. Programas Cámara de Comercio y otros agentes. 		
OBJETIVO GENERAL:		Aumentar la capacidad competitiva del comercio urbano de Lucena mediante la formación y el reciclaje profesional.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la gestión de los establecimientos, y el desarrollo funcional del punto de venta. Impulsar la capacitación del comerciante en el ámbito exclusivamente comercial (escaparatismo, atención al cliente...). 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar al menos 1 programa formativo especializado al semestre. Participación de al menos 20 comercios por programa formativo. Tutorizar al menos 10 negocios año en los programas desarrollados. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:			Inicio: Enero de 2024	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de programas formativos realizados. Nº de empresas/personas participantes. Nº de tutorizaciones realizadas. 		



FICHA Nº 3. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L1. SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA

Medida M2. Formación y reciclaje del sector comercial

ACTUACIÓN ACT03. PROGRAMA FORMATIVO Y DE ACOMPAÑAMIENTO EN EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

La rápida aceptación de las tecnologías de la información y las comunicaciones por parte de las personas y las empresas comerciales, así como la vertiginosa y constante innovación de los sistemas digitales, representa una revolución en la que la persona consumidora ha adquirido un nuevo protagonismo, con una mayor capacidad de optar a más oferta, más inmediata y con mayor poder de decisión en el tiempo y en el espacio, que requiere un nuevo planteamiento por parte de los oferentes comerciales, transformando y combinando su modelo presencial con el nuevo modelo digital, avanzando hacia la omnicanalidad.

En este contexto, esta actuación pretende aumentar notablemente el grado de digitalización del comercio minorista mediante una capacitación individualizada (tutorización) en transformación digital de los comercios a través de asistencias técnicas especializadas, previa herramienta de diagnóstico o autodiagnóstico para ofrecer las mejores soluciones posibles a los comerciantes. Algo necesario para poder afrontar con éxito este reto y disminuir la brecha digital existente con los grandes operadores.

Además, esta actuación tiene la ventaja de que, conforme a sus necesidades, los comercios pueden solicitar ayudas a la Junta de Andalucía a pymes comerciales y artesanas para implantar diversas herramientas digitales tales como la creación de un e-commerce, el establecimiento de una estrategia de marketing en Internet y redes sociales o la implementación en el negocio de soluciones digitales que permitan crear un comercio unificado (Orden de 7 de mayo de 2020, por la que se aprueban las bases reguladoras, para la concesión de subvenciones destinadas a la modernización y mejora de la competitividad y a promover el relevo generacional de las PYMES comerciales y artesanas de Andalucía).

Por otro lado, esta Actuación está alineada con el Proyecto de la Agenda Urbana de Lucena ECO.9.3. Plan de Mejora de las Competencias Digitales, que pretende reforzar las competencias digitales de las personas trabajadoras y del conjunto de la ciudadanía y reducir la brecha digital.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y empresas del sector.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
COSTES APROXIMADOS:	15.000-18.000 €/año.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 3. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT03. PROGRAMA FORMATIVO Y DE ACOMPAÑAMIENTO EN EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL (sigue)				
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. ▪ Programas Cámara de Comercio y otros agentes. 		
OBJETIVO GENERAL:		Aumentar la capacidad competitiva del comercio urbano de Lucena a través de la capacitación tecnológica y el impulso de la omnicanalidad.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impulsar la transformación digital en el sector comercial conforme a las necesidades específicas de cada empresa. ▪ Tutorizar a las empresas en la adopción y uso de tecnologías. ▪ Avanzar hacia la omnicanalidad de los negocios. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tutorizar al menos 20 negocios año en el ámbito digital del comercio. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:			Inicio: Enero de 2024	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº y tipología de tutorizaciones realizadas. ▪ Nº y tipología de soluciones trabajadas. ▪ Nº de empresas/personas participantes. 		



M3. Observatorio del Comercio y el Consumo de Lucena: esta medida pretende mejorar la información relevante para el sector y ponerlo a su disposición para una mejor toma de decisiones. Para lograrlo se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT04. Creación del sistema de inteligencia comercial de Lucena.
- ACT05. Facilitación de información relevante al sector.

FICHA Nº 4. PARTE 1/3

LÍNEA ESTRATÉGICA: L1. SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA	
M3. Observatorio del Comercio y el Consumo de Lucena	
ACTUACIÓN ACT04. CREACIÓN DEL SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
<p>Para un mejor funcionamiento del ecosistema comercial de Lucena se precisa disponer de información relevante del sector que facilite la toma de decisiones, tanto públicas como privadas. En la era digital en la que nos encontramos inmersos hay que avanzar hacia la cultura del dato, desplegando un sistema de recopilación, integración y análisis de toda la información posible, conforme a la propia filosofía del Proyecto de la Agenda Urbana de Lucena SOC.10.5. Observatorio Urbano de Lucena, que pretende recoger y automatizar la inserción de información urbana dispersa en diferentes soportes.</p> <p>Para ello es preciso potenciar y aprovechar la sensorización de diferentes aspectos de interés (afluencia de público, afluencia de vehículos, disponibilidad de aparcamientos entrada en establecimientos u otros similares), para conocer el funcionamiento real del consumidor potencial y poder tomar decisiones adecuadas al respecto. Aunque existen diferentes tecnologías integradoras que pueden ser de interés a la hora de implementar soluciones específicas para el sector, ya se dispone de información de otras áreas que (tras un análisis exhaustivo de su existencia y potencial de integración), puede aprovechar el sector comercial para un mayor entendimiento.</p>	
PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y resto de áreas del Ayuntamiento.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Transparencia y Transformación Tecnológica.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 4. PARTE 2/3

ACTUACIÓN ACT04. CREACIÓN DEL SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA (sigue)				
COSTES APROXIMADOS:		40.000-50.000 € ⁴		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. 		
OBJETIVO GENERAL:		Conseguir información relevante y de utilidad desde el ámbito digital para la toma de decisiones del sector.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Integrar la diferente información existente y de utilidad en materia de comercio. ▪ Utilizar soluciones tecnológicas contrastadas para una mejor toma de decisiones. ▪ Impulsar la innovación en el sector comercial. ▪ Adentrarse en los procesos de transformación digital y desarrollo como Smart City. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar un estudio de posibilidades de integración de información local de uso para el comercio. ▪ Identificar al menos 3 fuentes de información digital que pueda aprovechar el sector comercial. ▪ Implantar al menos una idea ganadora o seleccionada en los concursos de ideas promovidos por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)

⁴ Estudio de posibilidades de integración de información e implantación de al menos una solución tecnológica de analítica de datos de comportamiento de flujos, consumos y fidelización del cliente (ideas ganadoras o seleccionadas en los concursos de ideas promovidos por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo).

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 4. PARTE 3/3

ACTUACIÓN ACT04. CREACIÓN DEL SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA (sigue)		
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2024	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">▪ Realización del estudio de posibilidades de integración tecnológica local.▪ Evolución de los flujos en las zonas comerciales.▪ Evolución de las personas usuarias en las herramientas tecnológicas puestas en marcha.	

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 5. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L1. SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA

M3. Observatorio del Comercio y el Consumo de Lucena

ACTUACIÓN ACT05. FACILITACIÓN DE INFORMACIÓN RELEVANTE AL SECTOR

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Actualmente, la Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial no dispone de un apartado en la web municipal donde volcar información relevante del sector. Para potenciar y darle mayor peso al comercio como elemento fundamental dentro del sistema productivo local, la Delegación debe poner a disposición del sector un Portal Web (alojado en la web municipal) que actúe como un sistema de acceso unificado a toda la información relevante para el comercio de Lucena: campañas existentes, ayudas económicas, el propio Plan Estratégico y otros estudios de interés, compilación de la formación disponible, la oferta comercial existente, bolsa de locales disponibles, vínculo a los portales de la asociación, trámites y normativa...

El objetivo es generar un sistema de inteligencia comercial y apoyar la toma de decisiones del Ayuntamiento, de la Comisión Técnica de Comercio⁵, de las organizaciones empresariales y de los propios comerciantes individuales, contribuyendo a la promoción del pequeño comercio y a la calidad del servicio que este ofrece a la ciudadanía.

Esta medida se alinea con las premisas de la Dirección General de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes de la Unión Europea dirigidas a las autoridades locales para fomentar la revitalización y modernización del pequeño comercio, concretamente en su solución 2: Compartir la información adecuada con los minoristas, para potenciar su concienciación y ayudarles a tomar mejores decisiones.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.

⁵ Planteada en la Actuación ACT21. Crear la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 5. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT05. FACILITACIÓN DE INFORMACIÓN RELEVANTE AL SECTOR (sigue)				
COSTES APROXIMADOS:		Creación de la sección Web: 15.000-18.000 €. Alimentación de la información: sin coste o muy bajo (costes internos del Área).		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> Presupuestos del Ayuntamiento. Fondos Next Generation. Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. 		
OBJETIVO GENERAL:		Disponer de un sistema de acceso unificado a toda la información relevante para el comercio de Lucena.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> Identificar información de interés para el sector comercial para convertirla en información estratégica inmediata y de fácil uso. Proporcionar información adecuada al sector. Facilitar la toma de decisiones de los agentes del sector. Iniciar un proceso de inteligencia comercial en Lucena. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Disponer de un apartado web útil y desarrollado para el sector comercial. Conformar el portal web de comercio como el espacio virtual de referencia para las consultas del sector. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Julio de 2023	Fin: Diciembre de 2023.	
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de secciones/información de la web. Nº de usuarios. Nº y tipología de consultas. 		



L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA.

Este Línea Estratégica tiene el objetivo de incidir en los distintos aspectos que influyen en la actividad comercial, tanto desde el ámbito empresarial (mejora de los establecimientos, servicios al cliente, emprendimiento, sostenibilidad...) como desde la óptica de la funcionalidad de la trama urbana buscando las soluciones adecuadas para los distintos elementos locales, como el tráfico, los aparcamientos, la accesibilidad, mobiliario urbano, señalética, etc.

Para operativizar esta Línea Estratégica se han trazado 4 medidas específicas que serán desarrolladas mediante 9 actuaciones concretas:

- **M4. Renovación y transformación del ecosistema comercial de Lucena.**
- **M5. Desarrollo y consolidación de servicios adicionales al cliente.**
- **M6. Impulso a la sostenibilidad del comercio de Lucena.**
- **M7. Emprendimiento y relevo generacional en el comercio de Lucena.**

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

M4. Renovación y transformación del ecosistema comercial de Lucena: esta medida pretende impulsar las inversiones y mejoras físicas en los comercios de Lucena, así como en el entorno urbano (calles y plazas comerciales), incluyendo los equipamientos y eventos que generen tránsito comercial como el Mercado de Abastos, las ferias o los mercadillos de venta no periódica.

Para lograrlo se han proyectado 3 actuaciones específicas:

- ACT06. Inversión y mejora de los establecimientos comerciales de Lucena.
- ACT07. Inversión y mejora en el entorno urbano comercial de Lucena.
- ACT08. Inversión y mejora en equipamientos y eventos dinamizadores del comercio de Lucena.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 6. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA

Medida M4. Renovación y transformación del ecosistema comercial de Lucena

ACTUACIÓN ACT06. INVERSIÓN Y MEJORA DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE LUCENA

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Además de las soluciones digitales, la imagen y el concepto arquitectónico de los comercios, tanto internos como externos, son determinantes en la elección por parte de los clientes de unos establecimientos sobre otros. Para ello, los establecimientos comerciales de Lucena deben cuidar aspectos como el escaparatismo, el interiorismo, el rotulismo, el merchandising, aspectos de accesibilidad, de climatización, eliminación de barreras arquitectónicas, velar por el cumplimiento de normativas de seguridad, etc.

En este contexto, la modernización de la imagen del espacio de venta de los comercios juega un papel crucial en la atracción de nueva clientela, contribuyendo a incrementar su rentabilidad económica y, en definitiva, a su supervivencia, por lo que las empresas comerciales deben entender esta modernización y actualización constante como una necesidad de inversión en su negocio para mantenerse y progresar en el mercado.

Estas actuaciones de mejora pueden apoyarse en ayudas de la Junta de Andalucía en aspectos tales como Obras de reforma y acondicionamiento de la superficie de exposición y venta del local (incluidos la redacción de los proyectos), adquisición de equipamiento y mobiliario o mejora y acondicionamiento de fachadas, puertas, toldos, escaparates, entre otros (Orden de 7 de mayo de 2020, por la que se aprueban las bases reguladoras, para la concesión de subvenciones destinadas a la modernización y mejora de la competitividad y a promover el relevo generacional de las PYMES comerciales y artesanas de Andalucía).

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Empresas comerciales y artesanas y agrupación empresarial.
AGENTE PRINCIPAL:	Empresas comerciales y artesanas con el apoyo y asesoramiento de la agrupación empresarial.
COSTES APROXIMADOS:	15.000-26.500 €/empresa ⁶ .
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a pymes comerciales y artesanas en materia de comercio. ▪ Recursos propios de las empresas.

⁶ Cuantías máximas subvencionables. Estimado 10-15 empresas subvencionadas/año.



FICHA Nº 6. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT06. INVERSIÓN Y MEJORA DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE LUCENA (sigue)				
OBJETIVO GENERAL:		Impulsar la modernización de las pequeñas empresas comerciales y artesanas de Lucena a través de la modernización de su imagen y sus infraestructuras.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Potenciar el atractivo físico de los negocios locales. ▪ Modernización de la imagen y el espacio de venta de los negocios locales. ▪ Atraer nueva clientela. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Solicitud de ayuda de un mínimo de 20 comercios/año. ▪ Mejora de la calidad de la imagen del comercio local. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de solicitudes/año. ▪ N.º y tipología de ayudas/año. ▪ Inversión solicitada y generada. 		



FICHA Nº 7. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA

Medida M4. Renovación y transformación del ecosistema comercial de Lucena

ACTUACIÓN ACT07. INVERSIÓN Y MEJORA EN EL ENTORNO URBANO COMERCIAL DE LUCENA

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Esta actuación pretende impulsar la inversión y mejora del espacio urbano-comercial de Lucena desde la óptica de la funcionalidad de la trama urbana, buscando las soluciones adecuadas para los distintos elementos locales que influyen para hacer más agradable el acto de la compra y el consumo, como el tráfico, los aparcamientos, la accesibilidad, el mobiliario urbano, la señalética, o el confort ambiental.

Es decir, con esta actuación se pretende intervenir en la adecuación urbanística-comercial de las calles comerciales de Lucena para hacerlas más cómodas al tránsito del cliente y favorecer las compras. Entre ellas, incentivar zonas de prioridad peatonal, que, aunque muchas veces opinan que desincentivan las compras, según estudios recientes⁷, las tiendas ubicadas en entornos no peatonales, siendo la densidad de tiendas del lugar peatonal, un factor clave. Por lo que facilitar el tránsito peatonal en las zonas comerciales debe ser una prioridad de este Plan Estratégico: peatonalización, calles de coexistencia, aparcamientos disuasorios, soterramiento de contenedores, eliminación de obstáculos, ensanchamiento de aceras, verde urbano, mobiliario, entoldados, paisaje urbano, instalación de señalética comercial, de señalética inteligente para la búsqueda de aparcamiento y actuaciones similares.

En general son actuaciones con elevados costes de intervención, por lo que debe consensarse y priorizarse en la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad, cuáles son las actuaciones más adecuadas para llevar a cabo y plantear anualmente un Plan Operativo para intentar ejecutar aquellas actuaciones que más beneficien al sector comercial de Lucena. Para ejecutar esta actuación se considera adecuado invitar a la Comisión Técnica a que participen los técnicos y responsables de las concejalías con responsabilidades en la materia: urbanismo, movilidad, medio ambiente...

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y otras áreas (Urbanismo, Medio Ambiente, Infraestructuras, Planificación Estratégica).

⁷ Street pedestrianization in urban districts: Economic impacts in Spanish cities. Yuji Yoshimura et alii. Article 103468. Cities Volume 120, January 2022

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 7. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT07. INVERSIÓN Y MEJORA EN EL ENTORNO URBANO COMERCIAL DE LUCENA (sigue)				
AGENTE PRINCIPAL:		Área responsable de la actuación con la colaboración activa de la Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.		
COSTES APROXIMADOS:		Costes altos, pendiente de estudios de detalle.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. 		
OBJETIVO GENERAL:		Mejorar urbanísticamente los principales espacios comerciales de referencia de Lucena para hacer más agradable el paseo y la compra.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hacer más accesibles las áreas comerciales de Lucena. ▪ Influir positivamente en la actividad comercial haciendo más agradable el acto de la compra. ▪ Generar mayor sensación de confort en el centro urbano de Lucena. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejorar la adecuación urbanística-comercial (peatonalización, coexistencia, ensanchamiento de aceras...) de al menos una calle comercial al año. ▪ Incremento de la afluencia de público a las zonas comerciales. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:			Inicio: Enero de 2024	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ M² de calles intervenidas. ▪ Tránsito de personas por tramos temporales (horas/día). 		



FICHA Nº 8. PARTE 1/3

LÍNEA ESTRATÉGICA: L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA

Medida M4. Renovación y transformación del ecosistema comercial de Lucena

ACTUACIÓN ACT08. INVERSIÓN Y MEJORA EN EQUIPAMIENTOS Y EVENTOS DINAMIZADORES DEL COMERCIO DE LUCENA

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Lucena disfruta de importantes equipamientos y eventos dinamizadores del comercio al generar un elevado tránsito de personas de los que se puede beneficiar el comercio local.

Así ocurre con equipamientos tan importantes como el Mercado de Abastos y el mercadillo de los miércoles. De hecho, el Mercado de Abastos es objeto de un Proyecto específico en la Agenda Urbana de Lucena (ECO 7.2. ACTUACIÓN INTEGRAL EN EL MERCADO DE ABASTOS) al ser consciente el Ayuntamiento de la necesidad de actuar en el equipamiento al presentar una baja actividad comercial, planteando la remodelación integral del Mercado.

Este Proyecto ya se ha iniciado con la contratación de un Estudio Técnico-Comercial para la Renovación Integral del Mercado de Abastos de Lucena que concluye que, más allá de la necesidad de remodelar las instalaciones del edificio, presenta una serie de debilidades que limitan su capacidad para aprovechar las claras oportunidades que tiene a su alcance para reposicionarse. En este sentido, la resistencia al cambio de las personas concesionarias derivada de la situación de incertidumbre, pero también de una limitada cultura empresarial y de unos modelos de negocio poco evolucionados respecto a los cambios en la demanda, se presentan como un hándicap notable. Por otra parte, la falta de la puesta en marcha de procesos de digitalización y la falta de iniciativas colaborativas entre los concesionarios, también reducen su potencial, considerándose muy necesaria la remodelación del Mercado, pero de una manera integral, considerando no sólo los elementos tangibles, sino también los intangibles: el edificio y su entorno, las instalaciones, las concesiones, la oferta comercial, la capacitación de las personas concesionarias, la profesionalización de la Asociación, la explotación del servicio... A este respecto el Estudio plantea una hoja de ruta que tiene que tenerse en cuenta para llevar a cabo todos los hitos para el correcto éxito de la remodelación integral del Mercado de Abastos de Lucena.

Además del Mercado la localización en el extrarradio del mercadillo de los miércoles (en el recinto ferial) no genera las sinergias deseadas con el comercio local, pero es un equipamiento que genera una gran cantidad de flujos, por lo que se debe aprovechar este espacio para visualizar la oferta local mediante incentivos a la compra en estos días que se visualice en el mercadillo.

Del mismo modo hay que actuar conforme a los eventos que se celebran en la localidad como la Feria de Eventos de Lucena, la ruta belenística, los pasacalles navideños o cualquier otro evento que tenga la capacidad de generar tránsito y pueda ser utilizado para visualizar, conectar o colaborar con los comercios locales de Lucena.

PRIORIDAD:

ALTA

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 8. PARTE 2/3

ACTUACIÓN ACT08. INVERSIÓN Y MEJORA EN EQUIPAMIENTOS Y EVENTOS DINAMIZADORES DEL COMERCIO DE LUCENA (sigue)	
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial, área de Mercados, agentes promotores de los eventos y empresas.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y área de Mercados.
COSTES APROXIMADOS:	Costes altos, pendiente de estudios de detalle ⁸ .
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio.
OBJETIVO GENERAL:	Explotar los flujos que generan los equipamientos y eventos para generar sinergias en el comercio local.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejorar la funcionalidad comercial del Mercado de Abastos de Lucena acorde a su condición de Equipamiento Público Comercial. ▪ Aumentar su cuota de mercado respecto a su área de influencia. ▪ Generar sinergias de los equipamientos y eventos dinamizadores con el comercio local.
RESULTADOS ESPERADOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponer del mejor Mercado de Abastos posible para Lucena. ▪ Incrementar al menos un 15% el consumo en el Mercado de Abastos. ▪ Alcanzar una tasa de ocupación completa en el Mercado de Abastos. ▪ Canalizar flujos desde el mercadillo y los eventos dinamizadores hacia el comercio local.

⁸ Previo Anteproyecto, el Estudio Técnico ha valorado la intervención en el Mercado de Abastos en 1.289.000 €, a los que se debe incluir una partida para equipamientos, el IVA correspondiente, así como aquellos otros conceptos atribuidos a Gastos Generales y Beneficio Industrial. También se ha de considerar una pequeña partida para equipamientos.



FICHA Nº 8. PARTE 3/3

ACTUACIÓN ACT08. INVERSIÓN Y MEJORA EN EQUIPAMIENTOS Y EVENTOS DINAMIZADORES DEL COMERCIO DE LUCENA (sigue)				
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:			Inicio: Enero de 2023	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguimiento de la hoja de ruta del Estudio Técnico del Mercado de Abastos. ▪ Inversión generada en el Mercado de Abastos. ▪ Personas usuarias del Mercado de Abastos. ▪ Nº de puestos ocupados el Mercado de Abastos. ▪ Evolución del ticket medio de compra y el consumo en el Mercado de Abastos. ▪ Flujo de personas desde los equipamientos y eventos hacia las zonas comerciales. 	

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

M5. Desarrollo y consolidación de servicios adicionales al cliente: esta medida pretende generar mayor consumo en el comercio local de Lucena haciéndolo más atractivo para las personas consumidoras mediante técnicas de recompensa.

Para lograrlo se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT09. Implantación de servicios al cliente.
- ACT10. Implantación de un sistema de fidelización conjunto.

FICHA Nº 9. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA

Medida M5. Desarrollo y consolidación de servicios adicionales al cliente

ACTUACIÓN ACT09. IMPLANTACIÓN DE SERVICIOS AL CLIENTE

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

En Lucena, a través del CCA Eliossana especialmente y apoyados por el Ayuntamiento de Lucena, se ha ido trabajando en estos últimos años en el desarrollo e implantación de diversos servicios adicionales al cliente (tarjeta Única, descuentos en aparcamientos, envío a domicilio, bonos consumo...), que han ido configurando Lucena como un espacio comercial moderno, atractivo y competitivo ante otros formatos comerciales.

Esta actuación impulsa el mantenimiento y consolidación de este tipo de servicios, fomentando la necesaria participación del mayor número de comercios en la prestación de los mismos de cara al cliente, puesto que una participación masiva de establecimientos en cualquiera de las acciones, supone la diferencia entre el éxito y el fracaso de la misma.

En general son servicios que suelen tener un alto coste de ejecución, por lo que se debe hacer un estudio profundo de los servicios añadidos al cliente que mayor retorno produzcan en el comercio local. Conforme al Manual Práctico para Gerencias de Centros Comerciales Abiertos, editado por la Junta de Andalucía, los más habituales suelen ser:

- Información al cliente de la estructura comercial, de sus campañas y servicios añadidos mediante diferentes fuentes de información (stewards, señalética comercial, portales Web, aplicaciones móviles, cartelería, folletos, etc.).
- Bonificación de aparcamiento por un mínimo de compras.
- Espacios de consigna para dejar las compras (también utilizado para recoger compras realizadas telefónicamente u online).
- Ofertas, sorteos, regalos o descuentos de las diferentes campañas.
- Sistemas de identificación para solucionar rápidamente las potenciales pérdidas de niños (pulseras, chapas, tatuajes temporales, localizadores gps...).

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de fidelización de acumulación de puntos mediante tarjetas de fidelización (físicas o virtuales mediante APP). • Salas adaptadas para el descanso, la lactancia o cambio de pañales. • Servicio a domicilio. • Ayudas a personas con movilidad reducida para llevar las compras al vehículo o domicilio. • Actividades de animación comercial en calles (pasacalles, música en vivo, juegos, trenecito, atracciones, eventos, etc.). • Campañas de comunicación y promoción comercial (tanto en canales tradicionales offline, como online: presencia en RRSS e Internet). • Audioguías de alto componente turístico y/o patrimonial. • Financiación de las compras. • Servicios de guardería o ludoteca. • Market Place local (venta online). • Conexiones WIFI. • Zonas de recargas de dispositivos móviles...
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Agrupación empresarial (CCA).
AGENTE PRINCIPAL:	Agrupación empresarial (CCA) con la participación activa del Ayuntamiento y las empresas locales.
COSTES APROXIMADOS:	Pendiente de estudios de detalle.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a agrupaciones empresariales en materia de comercio. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio.
OBJETIVO GENERAL:	Ofrecer una serie de beneficios al cliente, que hagan del comercio urbano Lucena el principal Destino de Compras de su área de mercado.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Potenciar el atractivo de los negocios locales mediante la implantación de servicios al cliente. ▪ Modernización de la imagen de los negocios locales. ▪ Atraer y fidelizar a la clientela.
RESULTADOS ESPERADOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener/implementar al menos 3 servicios adicionales. ▪ Participación de al menos 100 establecimientos en los servicios adicionales. ▪ Mejora del atractivo del comercio local.



FICHA N° 9. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT09. IMPLANTACIÓN DE SERVICIOS AL CLIENTE (sigue)				
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:			Inicio: Julio de 2023	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO			<ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º y tipología de servicios aplicados. ▪ N.º de comercios adheridos por servicio. ▪ N.º de clientes usuarios por servicio. ▪ Inversión generada. 	

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 10. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA

Medida M5. Desarrollo y consolidación de servicios adicionales al cliente

ACTUACIÓN ACT10. IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE FIDELIZACIÓN CONJUNTO

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Los sistemas de fidelización son necesarios para promover el comercio y hacer más cómodo y atractivo el acto de la compra a los clientes. Pero el acelerado proceso de implementación de herramientas tecnológicas ha hecho que se incorporen distintos sistemas sin haber analizado previamente su viabilidad y muchos han fracasado por el escaso uso o participación incluso de las empresas, por lo que hay que instrumentalizar mejor la sistemática de fidelización.

En este contexto, para reforzar la revitalización comercial del comercio urbano de Lucena se considera importante implantar un sistema común de fidelización de clientes, incluso viendo las tendencias de consumo (incremento de la tecnología en todos los procesos de la compra) y el plenamente implantado uso de los smartphones en nuestro día a día, se considera que el mejor sistema de fidelización que puede desarrollar debe tener un alto componente tecnológico y basado en tecnología APP (Aplicación Móvil).

Pero esta actuación pretende realizar un análisis previo de las herramientas de fidelización existentes, así como otras que son recomendadas incluso por la Secretaría de Estado de Comercio para optar a los fondos Next Generation como son las ideas ganadoras o seleccionadas en los concursos de ideas promovidos por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo; para testar junto a la realidad comercial de Lucena, qué herramienta es la más beneficiosa y adecuada para ayudar a revitalizar el comercio urbano lucentino.

Una vez elegido el sistema de fidelización adecuado, es el momento de implantarlo, en el comercio local de Lucena: licitación, adjudicación, diseño técnico, adhesión de participantes, tutorización, promoción, lanzamiento, puesta en marcha y seguimiento de resultados.

El sistema de fidelización debe ser continuado en el tiempo, por lo que la medición de resultados, la incorporación de nuevos establecimientos adheridos, las campañas, la actualización y mejora del sistema, debe ser una actividad recurrente por parte de la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial, agrupación empresarial y empresas.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial con la colaboración activa de las empresas.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 10. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT10. IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE FIDELIZACIÓN CONJUNTO (sigue)				
COSTES APROXIMADOS:		Herramienta ⁹ : 15.000-20.000 € Mantenimiento: 3.000-5.000 €/año.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> Presupuestos del Ayuntamiento. Fondos Next Generation. Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. 		
OBJETIVO GENERAL:		Revitalizar el comercio urbano de Lucena mediante la implementación de un sistema de fidelización conjunto.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> Elegir un sistema de fidelización conjunto y viable para Lucena. Ahorrar costes a empresas y administración. Disponer de una herramienta útil para comercios y personas usuarias. Hacer más atractivo el acto de la compra en el comercio de Lucena. Generar valor añadido al cliente y a la empresa comercial. Utilizar sistemas de innovación para la transformación digital del comercio local. Introducir medidas que permitan incrementar la frecuencia y el ticket medio de compra en los establecimientos al generar un valor añadido 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Incremento del 10% en el consumo del comercio local. Conocimiento del cliente por parte de las empresas. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Julio de 2023		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Nº de comercios adheridos al sistema. Nº de las personas usuarias del sistema. Impacto generado por el sistema. 		

⁹ Tanto los costes de la herramienta como el mantenimiento anual pueden variar dependiendo de la tipología elegida, pero se han aplicado costes medios de herramientas ya implantadas en otros municipios.



M6. Impulso a la sostenibilidad del comercio de Lucena: esta medida pretende el desarrollo sostenible del sector comercial de Lucena, potenciando la sensibilización hacia el consumo sostenible, priorizando el consumo en el comercio de proximidad.

Para lograrlo se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT11. Campañas de sensibilización del comercio local.
- ACT12. Iniciativas de sostenibilidad y economía circular.

FICHA Nº 11. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA

Medida M6. Impulso a la sostenibilidad del comercio de Lucena

ACTUACIÓN ACT11. CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN DEL COMERCIO LOCAL

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Esta actuación pretende potenciar la sostenibilidad y la economía circular mediante la puesta en marcha de actuaciones de sensibilización y potenciación del consumo sostenible y de la economía circular, ofreciendo una imagen más moderna, actualizada y más responsable del comercio de proximidad.

Para ello se llevarán campañas específicas de sensibilización, concienciación y actuación sobre el consumo responsable, el reciclaje y la reducción de residuos, considerándose fundamental elaborar un proyecto curricular en las escuelas e institutos de Lucena.

Esta actuación está directamente alineada con el Proyecto de la Agenda Urbana de Lucena AMB 4.1. ESTRATEGIA LOCAL DE ECONOMÍA CIRCULAR, dentro del eje estratégico Espacios y Conductas Saludables y su política de Consumo Responsable.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial, Delegación de Medio Ambiente y Sostenibilidad, Comunidad Educativa, agrupación empresarial y empresas.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
COSTES APROXIMADOS:	3.000-5.000 €/año.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio.



FICHA Nº 11. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT11. CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN DEL COMERCIO LOCAL (sigue)				
OBJETIVO GENERAL:		Sensibilizar sobre la importancia de un consumo sostenible y responsable.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Posicionar el comercio de proximidad como referente del consumo responsable. ▪ Introducir el consumo responsable en los proyectos curriculares de la comunidad educativa lucentina. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar al menos dos campañas al año de sensibilización sobre consumo responsable. ▪ Desarrollar un proyecto curricular con la comunidad educativa. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:			Inicio: Enero de 2024	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº y tipología de campañas de sensibilización realizadas. ▪ Nº de equipamientos educativos participantes en el programa. ▪ Nº de alumnado participante en el programa. 		



FICHA Nº 12. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA

Medida M6. Impulso a la sostenibilidad del comercio de Lucena

ACTUACIÓN ACT12. INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD Y ECONOMÍA CIRCULAR

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Como Proyecto que emana de la Agenda Urbana de Lucena, todo el Plan Estratégico de Comercio persigue el desarrollo sostenible del sector, potenciando el comercio de proximidad, utilizando herramientas e iniciativas que impulsen la sostenibilidad y la economía circular en el sector comercial lucentino.

Pero en concreto, dentro de la actuación se pretenden llevar a cabo iniciativas que disminuyan los costes energéticos de los negocios con la ayuda a la sustitución a sistemas de ahorro energético (los costes energéticos están siendo uno de los mayores impedimentos para un correcto funcionamiento de los pequeños negocios comerciales); desarrollar mejoras de confort ambiental (islas ecológicas, recogida de residuos en los comercios) y de visibilidad (señalética de los comercios adheridos a los programas específicos de sostenibilidad); realización de auditorías energéticas a comercios; facilitación en la recogida selectiva de papel y cartón en los comercios o de vidrio en los establecimientos hosteleros; instalación de placas fotovoltaicas en equipamientos comerciales para reducir el consumo; programas de sustitución de bolsas de plásticos de un solo uso por otras alternativas reutilizables, más respetuosas con el medio ambiente; y actuaciones similares que potencien la sostenibilidad del comercio local.

Esta actuación está directamente alineada con el Proyecto de la Agenda Urbana de Lucena AMB 4.1. ESTRATEGIA LOCAL DE ECONOMÍA CIRCULAR.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial, Delegación de Medio Ambiente y Sostenibilidad, agrupación empresarial y empresas.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
COSTES APROXIMADOS:	Costes altos, pendientes de estudios de detalle.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos, agrupaciones empresariales y empresas en materia de comercio.



FICHA Nº 12. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT12. INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD Y ECONOMÍA CIRCULAR (sigue)				
OBJETIVO GENERAL:		Reducir el consumo energético en los comercios, impulsar la economía circular y reducir el impacto asociado a los residuos generados en el sector.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impulsar la eficiencia energética en los negocios comerciales de Lucena. ▪ Acelerar la transición del comercio de Lucena hacia una economía circular. ▪ Reducir y optimizar la recogida de residuos en los comercios de Lucena. ▪ Sensibilización sobre el consumo sostenible y la economía circular del comercio de Lucena. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilitar auditorías energéticas en al menos 25 comercios al año. ▪ Implantar de sistemas de ahorro energético en al menos 10 comercios al año. ▪ Avanzar hacia el desarrollo de otras iniciativas más costosas. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:			Inicio: Enero de 2024	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de auditorías energéticas realizadas. ▪ Nº y tipología de sistemas de ahorro energético implementados. ▪ Nº de comercios participantes en los proyectos que se inicien. 		



M7. Emprendimiento y relevo generacional en el comercio de Lucena: esta medida pretende potenciar la estructura comercial de Lucena en su ámbito urbano, facilitando el emprendimiento comercial y el relevo generacional, prestando especial interés en la ocupación de los locales inactivos con mayor potencial de generación de negocio.

Para lograrlo se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT13. Asistencia al relevo y transmisión empresarial en el comercio de Lucena.
- ACT14. Programa de ocupación de locales vacíos.

FICHA Nº 13. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA

Medida M7. Emprendimiento y relevo generacional en el comercio de Lucena

ACTUACIÓN ACT13. ASISTENCIA AL RELEVO Y TRANSMISIÓN EMPRESARIAL EN EL COMERCIO DE LUCENA

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Parte del éxito de la dinamización del comercio urbano de Lucena estará condicionada al máximo aprovechamiento de la disponibilidad de la superficie comercial inactiva existente para la localización de nuevas actividades.

El objetivo de esta actuación es intentar potenciar la estructura comercial urbana de Lucena, orientando y facilitando el emprendimiento en este sector, prestando especial interés en la ocupación de los locales inactivos con mayor potencial de generación de negocio, lo que precisa realizar un importante esfuerzo tanto en la captación de personas emprendedoras como en la comercialización de la superficie disponible para atraer nuevas actividades a los espacios de comercio urbano de la ciudad mediante la utilización de herramientas de captación (dosieres físicos y digitales, guías de emprendimiento, concursos de ideas, bancos de ideas de negocio, encuentros empresariales...); así como ofrecer soluciones al relevo generacional como una de las acciones de modernización dentro del sector comercio, para lo que las empresas pueden utilizar las ayudas al respecto que ofrece la Dirección General de Comercio de la Junta de Andalucía.

Estas ayudas están destinadas a fomentar la continuidad y supervivencia de las empresas del sector del comercio minorista y artesano, mediante la planificación de los procesos de relevo generacional. Una de las dificultades a las que se enfrenta el comercio minorista y la artesanía es la falta de reemplazo, en ocasiones debido al escaso atractivo del negocio y en otras a la falta de planificación previa del proceso de relevo en la empresa. Con este programa se financia la elaboración de herramientas como el Protocolo familiar o el Plan de relevo que permita anticiparse y asegurar la pervivencia del negocio llegado el momento del relevo generacional. La continuidad de la empresa puede llevarse a cabo dentro del entorno familiar de las personas titulares, por las personas trabajadoras de la empresa o, incluso por terceras personas interesadas en continuar con el negocio.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

<p>En cualquier caso, para trabajar con éxito esta actuación será necesario, con el apoyo de los agentes intervinientes en el sector, realizar un censo de establecimientos a punto de cerrar el negocio y con escasas posibilidades de relevo generacional, en las principales áreas comerciales de Lucena preferentemente, para la creación y mantenimiento de una bolsa de empresas sin relevo y promoción de la misma en los espacios y entidades con posibilidad de generación de emprendedores (búsqueda de relevos potenciales).</p> <p>Todo esto se deberá llevar a cabo con la puesta en marcha de un ecosistema local de apoyo al emprendimiento y el relevo generacional donde se sitúen los diferentes agentes del sector, por lo que el trabajo en la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad se entiende como fundamental.</p>	
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial, Entes Intermedios (asociaciones empresariales y Cámara de Comercio), agentes inmobiliarios, y empresas.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial con la implicación activa de los entes implicados.
COSTES APROXIMADOS:	Ecosistema: 12.000-15.000 €/año. Ayudas a las empresas: 6.000-10.000 €/empresa ¹⁰ .
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a empresas en materia de comercio. ▪ Presupuestos y/o recursos propios de los agentes del sector y las empresas.
OBJETIVO GENERAL:	Consolidar la estructura comercial urbana de Lucena facilitando el emprendimiento comercial y el relevo generacional.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Instalar nuevas actividades ocupando la actual superficie disponible (locales inactivos). ▪ Facilitar la captación de personas emprendedoras y de inversión, orientando esta demanda hacia la superficie disponible. ▪ Identificar las empresas sin relevo. ▪ Asesorar tanto a los propietarios que quieran transmitir su negocio como a las personas emprendedoras que quieran adquirir una empresa. ▪ Diseñar un ecosistema de comercialización a través de la colaboración público-privada.

¹⁰ Se estiman entre 3 y 5 empresas/año.



FICHA Nº 13. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT13. ASISTENCIA AL RELEVO Y TRANSMISIÓN EMPRESARIAL EN EL COMERCIO DE LUCENA (sigue)				
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar al menos dos campañas al año de sensibilización sobre consumo responsable. Desarrollar un proyecto curricular con la comunidad educativa. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Julio de 2023		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Nº de empresas sin relevo identificadas en la bolsa. Nº de contactos generados. Nº de empresas traspasadas. 		

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 14. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA

Medida M7. Emprendimiento y relevo generacional en el comercio de Lucena

ACTUACIÓN ACT14. PROGRAMA DE OCUPACIÓN DE LOCALES VACÍOS

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Esta medida pretende aprovechar el mayor número posible de locales vacíos existentes en las principales áreas comerciales de Lucena para que sean utilizados como comercios efímeros (uso durante fines de semana u otros ámbitos temporales de interés) con negocios específicos en determinadas campañas, como tiendas de juguetes en Navidad o de disfraces en Carnaval (las llamadas pop-up stores); o por parte de personas emprendedoras, artesanos, productores locales u otro tipo de personas con ideas atractivas e innovadoras para exponer sus productos o servicios durante un periodo de tiempo determinado.

Como medida paralela se plantea desarrollar un programa de decoración de locales vacíos donde se mejore la imagen de estos locales a través del arte o el diseño, además de que se anime a su puesta en uso con un nuevo negocio.

En aquellas zonas donde no sea posible recuperar la actividad comercial, debe potenciarse la transformación de local a vivienda, así como impulsar la bajada de servicios a bajos comerciales (mediante facilidades o incentivos). Todo esto precisa de un trabajo previo de contacto con inmobiliarias y propietarios que puede realizarse en la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial, Entes Intermedios (asociaciones empresariales y Cámara de Comercio), agentes inmobiliarios, y empresas.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial con la implicación activa de los entes implicados.
COSTES APROXIMADOS:	10.000-15.000 €/año.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. ▪ Presupuestos y/o recursos propios de las empresas.
OBJETIVO GENERAL:	Dar un uso temporal a los locales vacíos que permita visualizar su potencial de negocio.



FICHA Nº 14. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT14. PROGRAMA DE OCUPACIÓN DE LOCALES VACÍOS (sigue)				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> Incrementar la visualización de espacios disponibles. Disminuir la sensación de inactividad en espacios de alta inactividad. Mejorar la imagen de los locales inactivos. Generar actividad en momentos puntuales. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Llegar a acuerdos de mejora de la imagen con al menos 10 propietarios. Instalar negocios pop up stores al menos 2 veces al año. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:			Inicio: Enero de 2024	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Nº de locales inactivos en las Áreas de Comercio Denso. Nº de locales sin actividad intervenidos. Nº y tipología de negocios pop up implantados. Nº de negocios con aplicación de mejora de imagen. 		



L3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL COMERCIO DE LUCENA.

Este Línea Estratégica tiene el objetivo de posicionar y dar mayor visibilidad al comercio urbano de Lucena como Destino Comercial de referencia de cara a su área de mercado y clientela potencial a través de las herramientas y medios de comunicación más idóneos.

Para operativizar esta Línea Estratégica se han trazado 2 medidas específicas que serán desarrolladas mediante 5 actuaciones concretas:

- **M8. Posicionamiento de la imagen de marca del comercio de Lucena.**
- **M9. Diseño y ejecución del Plan de Dinamización y Promoción del comercio de Lucena.**

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

M8. Posicionamiento de la imagen de marca del comercio de Lucena: esta medida pretende agrupar los valores del comercio local de Lucena y que represente a todos sus establecimientos, indistintamente de su pertenencia a una zona determinada o agrupación empresarial, evitando la dispersión que esto suele provocar.

Para lograrlo se han proyectado 3 actuaciones específicas:

- ACT15. Restyling, creación o refuerzo de marca.
- ACT16. Plan de Comunicación Interna.
- ACT17. Plan de Comunicación Externa.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 15. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL COMERCIO DE LUCENA

Medida M8. Posicionamiento de la imagen de marca del comercio de Lucena

ACTUACIÓN ACT15. RESTYLING, CREACIÓN O REFUERZO DE MARCA

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Las acciones relativas a la promoción y comunicación de un Destino Comercial tienen la finalidad de proporcionar al comercio de una imagen y personalidad que lo caracterice como un espacio único y homogéneo, para posicionarlo en su área de mercado y público objetivo. Para ello, se tienen que poner en marcha toda una serie de acciones comunicativas y promocionales que tengan su hilo conductor en una marca de comercio, ya sea a través del restyling de una marca existente o mediante una marca de comercio y su Manual de Imagen Corporativa del Destino Comercial, para luego aplicarla en las diferentes herramientas que se pongan en marcha (señalización, web, promoción, etc.).

En el caso concreto de Lucena, existen una serie de marca de comercio: Lucena ciudad de compras, Comercio de Lucena, CCA Eliossana, Lucena Comercios Unidos..., ninguna totalmente implantada, lo que da la sensación de iniciativas aisladas y se proyecta un mensaje de dispersión en el público objetivo que no es beneficioso para el conjunto del comercio de Lucena.

La imagen comercial por tanto es confusa, por lo que es conveniente reflexionar sobre la realización de campañas conjuntas bajo una misma marca comercial (a través de un restyling de alguna existente o a través de la creación de una nueva marca comercial y siempre con la misma línea comunicativa.

En este contexto, en materia turística se está trabajando con la marca "Lucena, ven y llévatela", que tiene un mensaje muy potente para el sector comercial, por lo que se recomienda una reflexión para el uso de esta marca no solo para promocionar el turismo, sino para utilizarla como marca paraguas también en el sector comercial (algo que ya se ha hecho, pero vinculada con la marca CCA Eliossana, por ejemplo, pero que genera confusión).

Esta imagen global identifica perfectamente el comercio de Lucena y podría presidir todo soporte informativo o promocional, con un diseño gráfico que, de hecho, casi es más comercial que turístico, ya que presenta en su imagotipo multitud de elementos comerciales, lo que poner en valor la amplia oferta del comercio local y, además, da cobertura global a todos los establecimientos comerciales de la localidad, no solo los pertenecientes a una asociación concreta. Para ello también habrá que ir sustituyendo paulatinamente las diferentes aplicaciones que hay actualmente con otras marcas, especialmente, la señalización comercial.

PRIORIDAD:

ALTA

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 15. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT15. RESTYLING, CREACIÓN O REFUERZO DE MARCA (sigue)					
ENTES IMPLICADOS:		Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial, empresas y agentes del sector.			
AGENTE PRINCIPAL:		Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.			
COSTES APROXIMADOS:		4.000-6.000 € (Restyling o Creación de Marca y Manual de Imagen)			
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. 			
OBJETIVO GENERAL:		Generar identidad en el sector comercial local evitando dispersión de imagen.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporcionar al comercio urbano de Lucena de una imagen y personalidad propia que lo caracterice como Destino Comercial. ▪ Evitar dispersión y pérdida de visibilidad del comercio urbano lucentino. ▪ Desarrollar pautas comunicativas comunes en el comercio urbano de Lucena. 			
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uso de una sola marca que represente a todo el comercio urbano de Lucena. ▪ Implementación de la imagen del comercio local en todas las actuaciones del sector. 			
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	<table border="1"> <tr> <td>Medio Plazo (2024-2025)</td> <td>Largo Plazo (2026-2027)</td> </tr> </table>	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)				
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Enero de 2023	Fin: Junio de 2023 ¹¹		
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realización del diseño de la marca y su manual de uso. ▪ Nº de establecimientos que usa la marca. ▪ Nº de acciones donde se usa la marca. 			

¹¹ Una vez desarrollada o consensuada, uso continuado a lo largo del Plan Estratégico.



FICHA Nº 16. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL COMERCIO DE LUCENA

Medida M8. Posicionamiento de la imagen de marca del comercio de Lucena

ACTUACIÓN ACT16. PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

La Comunicación Interna o Corporativa es la encargada de establecer una unión real entre todos los comercios de Lucena a través de una serie de canales de información corporativos que, además de informar de oferta existente y de las diferentes actividades que realicen en Lucena, cree un sentimiento de unidad entre todo el sector, sean pertenecientes o no a una asociación determinada.

Es necesaria especialmente esta interlocución directa con residentes y comerciantes para "contarles" las medidas y los pasos que se están dando en el sector comercial de Lucena. Son los grandes altavoces y los primeros con los que se debe establecer el diálogo y la comunicación.

Las acciones de Comunicación Interna pueden ser las siguientes¹²:

1. Buzón de sugerencias para aportar ideas de posibles actividades que se puedan desarrollar en comercio de Lucena.
2. Reuniones entre los distintos agentes económicos y sociales para filtrar necesidades individuales y comunes.
3. Desarrollo de una Newsletter o boletín electrónico, para comunicar al sector comercial sobre toda la información que afecte al comercio lucentino, ayudando a crear un sentido de comunidad.
4. Actuaciones similares.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial, empresas y agentes del sector.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
COSTES APROXIMADOS:	Sin presupuesto o muy bajo.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio.

¹² Para ello es conveniente haber llevado a cabo la ACT05. Facilitación de información relevante al sector.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 16. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT16. PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA (sigue)				
OBJETIVO GENERAL:		Lograr un sentimiento de unidad entre todos los comerciantes de Lucena.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Potenciar la cooperación empresarial. ▪ Consolidar la información sobre el sector comercial a todos los agentes implicados. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo de herramientas de comunicación interna (buzón, reuniones, boletín...). ▪ Comunicación continua con el sector. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº y tipología de herramientas desarrolladas. ▪ Nº de comunicaciones realizadas. ▪ Nº de usuarios conectados. 		



FICHA Nº 17. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL COMERCIO DE LUCENA

Medida M8. Posicionamiento de la imagen de marca del comercio de Lucena

ACTUACIÓN ACT17. PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

La Comunicación Externa está dirigida a los potenciales visitantes y consumidores de cara a posicionar el comercio de Lucena en su área de mercado y el reconocimiento como Destino Comercial de referencia. Se debe realizar un especial esfuerzo en captar a la población local, que suele ser el principal mercado objetivo del comercio urbano, aunque debido al carácter turístico y de atracción supramunicipal de Lucena, se debe realizar también una promoción específica para captar clientes foráneos para el comercio local.

En este contexto, las diferentes acciones específicas de promoción y dinamización del comercio urbano de Lucena se deben ir concretando en Planes de Comunicación anuales para que dichas acciones se puedan definir con suficiente antelación y poder establecer el calendario de actuaciones y presupuestos de las mismas, con idea de buscar las colaboraciones y la financiación suficiente para poder llevarlas a cabo, por lo que debe jugar un importante papel la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad, proponiendo actuaciones antes del cierre presupuestario del Ayuntamiento, para adaptarse a la disponibilidad presupuestaria y asignarles las partidas correspondientes, buscando en todo momento la cofinanciación por parte empresarial, ya sea mediante patrocinadores o por aportación de las asociaciones.

Además de las campañas tradicionales que ya se realizan en la ciudad (bonos consumo, campaña Navidad, rebajas, "días de...", etc.), es importante plantear campañas continuas de sensibilización del consumo local (como la realizada de #ContamosContigo), así como deben realizarse campañas segmentadas conforme a los públicos objetivo (jóvenes, edad sénior, visitantes y turistas, Mercado de Abastos, por zonas...), algo para lo que es importante trabajar en escucha activa en RRSS, especialmente respecto a la población joven, para diseñar mejores estrategias de comunicación.

En general, es necesario medir el impacto que generan todas las actuaciones que se realizan, por ello, en este diseño previo es el momento de plantear indicadores de medición y resultado de las actuaciones para decidir posteriormente su mantenimiento o sustitución por otras.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial, empresas y agentes del sector.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial con la participación activa del sector.
COSTES APROXIMADOS:	Sin presupuesto o muy bajo.



FICHA Nº 17. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT17. PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA (sigue)				
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> Presupuestos del Ayuntamiento. Fondos Next Generation. Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos y a asociaciones en materia de comercio. 		
OBJETIVO GENERAL:		Planificar las actividades de promoción y dinamización del comercio urbano de Lucena, así como las colaboraciones necesarias con antelación suficiente.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> Fijar las estrategias de comunicación conforme a presupuestos disponibles. Coordinar con todos los participantes como promotores o como colaboradores según caso. Plantear indicadores de medición y resultado de las actuaciones puestas en marcha. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Disponer de un calendario de actuaciones con antelación suficiente. Disponer de un procedimiento de medición de indicadores para analizar resultados. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Nº de actuaciones planificadas. Nº y tipología de indicadores de medición proyectados. 		



M9. Ejecución del Plan de Dinamización y Promoción del comercio de Lucena:

esta medida gestionar la comunicación, promoción y dinamización del comercio urbano de Lucena para acercar al público objetivo a los comercios locales, midiendo los resultados para tomar las decisiones pertinentes.

Para lograrlo se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT18. Residentes y área de mercado.
- ACT19. Vinculación turístico-comercial.

FICHA Nº 18. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL COMERCIO DE LUCENA

Medida M9. Ejecución del Plan de Dinamización y Promoción del comercio de Lucena:

ACTUACIÓN ACT18. PROMOCIÓN A RESIDENTES Y ÁREA DE MERCADO.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Una vez diseñadas las acciones específicas de Promoción, Comunicación y Dinamización Comercial de Lucena (tanto tradicionales de comunicación offline: cartelería, folletos, cuñas de radio, vídeos promocionales, campañas, animación comercial, mercados ocasionales en épocas de menor consumo, ferias de stock tras rebajas, concurso de escaparates, catálogo de ideas de regalo de comercios locales, mercado mensual gastronómico...); como a través de las nuevas tecnologías aplicadas a la telefonía y a Internet que han revolucionado el modo de hacer publicidad, principalmente para dispositivos móviles), se deben ir ejecutando con el objetivo de incrementar el consumo en el comercio local. A este respecto, se deberán segmentar en base al público objetivo, ya sea incremento de consumo de los residentes en el comercio local o intentando atraer consumidores foráneos a Lucena. Ambas actuaciones precisan estrategias, a veces, diferenciadas.

Lo que se considera necesario es plantear la implementación de una capa digital en las actuaciones cuando sea posible para poder medir el impacto que generan dichas actuaciones. Esta profesionalización de la comunicación y promoción del comercio urbano permitirá continuidad de las actuaciones para así obtener resultados de atracción comercial o, por el contrario, reorientar las estrategias de promoción y comunicación emprendidas si no son exitosas (en este contexto, en caso de no disponer capa digital, es primordial que los establecimientos participantes reporten resultados de las acciones emprendidas a modo de indicador para potenciar, modificar o descartar actuaciones de un año a otro).

PRIORIDAD:

ALTA

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 18. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT18. PROMOCIÓN A RESIDENTES Y ÁREA DE MERCADO. (SIGUE)				
ENTES IMPLICADOS:		Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial, asociaciones y empresas.		
AGENTE PRINCIPAL:		Coordinación entre todos los agentes implicados.		
COSTES APROXIMADOS:		100.000-120.000 €/año.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos y asociaciones en materia de comercio. ▪ Fondos propios de las agrupaciones empresariales y empresas. 		
OBJETIVO GENERAL:		Atraer clientela para aumentar el consumo en el comercio urbano de Lucena.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar actuaciones de promoción y dinamización que potencien el comercio urbano de Lucena. ▪ Medir el impacto que generan las actuaciones puestas en marcha. ▪ Repetir las actuaciones exitosas y descartar o modificar aquellas con escaso retorno. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incremento del 10% en el consumo del comercio local. ▪ Repetir, modificar o descartas actuaciones según resultados. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº y tipología de actuaciones ejecutadas. ▪ Nº de las personas usuarias por actuación. ▪ Retorno de inversión y conversión por actuación. 		



FICHA Nº 19. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL COMERCIO DE LUCENA

Medida M9. Ejecución del Plan de Dinamización y Promoción del comercio de Lucena:

ACTUACIÓN ACT19. VINCULACIÓN TURÍSTICO-COMERCIAL.

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Lucena cuenta con importantes recursos turísticos: Castillo del Moral, Necrópolis Judía, El Coso, Sierra de Aras, etc. Recursos que generar un número importante de visitantes, que podría ser superior si se incrementara la capacidad de alojamiento del municipio, que puede considerarse como escasa. Una, adaptarse a este tipo de potencial cliente, que no es diferente al cliente hotelero.

Esto implica un potencial de desarrollo turístico de Lucena, pero en paralelo, hay que explotar las visitas actuales mediante un programa específico de vinculación turístico-comercial para aumentar el consumo comercial de los turistas y visitantes en el comercio urbano de Lucena.

Para ello hay que hacer más visible la oferta comercial de Lucena a este cliente potencial e impulsar la vinculación entre ambos sectores para que el turismo afecte al sector comercial, "vendiendo" lo mejor posible los establecimientos comerciales a nivel de marketing. En este contexto, la comercialización de cualquier producto turístico requiere de esfuerzos previos por parte de todos los actores participantes, por lo que han de estar bien organizados para que el turista o visitante pueda disfrutar de una experiencia singular y que incremente su deseo de conocer el Destino y una vez en el mismo, se incremente el gasto en compras y restauración. Por consiguiente, es necesaria una coordinación previa para analizar los potenciales productos que podrán ser comercializados, así como su articulación: descripción del producto, itinerarios propuestos, visualización de comercios emblemáticos, estacionalidad, servicios incluidos, descuentos u otras ventajas, información de contacto, diseño y la edición de un dossier o portfollio del producto... Esta actuación debe servir también para impulsar el producto local de Lucena de cara al consumidor local y visitante.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial en colaboración con el sector empresarial turístico, hostelero y comercial.
AGENTE PRINCIPAL:	Empresas con el apoyo del Ayuntamiento.
COSTES APROXIMADOS:	4.000-6.000 €/año ¹³ .

¹³ Material y actuaciones comunicativas.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 19. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT19. VINCULACIÓN TURÍSTICO-COMERCIAL (sigue)				
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuesto del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. ▪ Fondos propios de empresas. 		
OBJETIVO GENERAL:		Aprovechar las visitas turísticas a Lucena como herramienta para el impulso del comercio urbano.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumentar el consumo del turista y visitante en el sector comercial. ▪ Visualización de la oferta comercial y del producto local de cara al turista y visitante. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear al menos 1 producto turístico-comercial. ▪ Lograr la participación de al menos 25 establecimientos comerciales en el producto turístico. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:			Inicio: Enero de 2024	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de productos turístico-comerciales creados. ▪ Nº de empresas comerciales participantes. ▪ Impacto generado por los productos turístico-comerciales. 		



LÍNEA ESTRATÉGICA: L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA.

Este Línea Estratégica tiene el objetivo de favorecer un entorno de colaboración público-privada que facilite la consolidación del comercio urbano de Lucena como principal referente de compras de su área de mercado, bajo el principio de equilibrio y entendimiento entre los agentes públicos y privados, para lo cual se deben crear canales estables de colaboración en el sector.

Para operativizar esta Línea Estratégica se han trazado 5 medidas específicas que serán desarrolladas mediante 10 actuaciones concretas:

- **M10. Crear un canal estable de colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena.**
- **M11. Potenciar una comunidad comercial sólida en Lucena.**
- **M12. Refuerzo de la colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena.**
- **M13. Defensa de los derechos de las personas consumidoras.**
- **M14. Gestión del Plan Estratégico de Comercio de Lucena.**

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

M10. Crear un canal estable de colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena: esta medida pretende fortalecer el ecosistema comercial de Lucena mediante la suma de fuerzas de los distintos agentes del sector. Para lograrlo se han proyectado 3 actuaciones específicas:

- ACT20. Consolidar la Concejalía de Comercio.
- ACT21. Crear la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad.
- ACT22. Crear un encuentro anual en Lucena sobre tendencias del comercio.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 20. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA

Medida M10. Crear un canal estable de colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena

ACTUACIÓN ACT20. CONSOLIDAR LA CONCEJALÍA DE COMERCIO

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Actualmente, el Ayuntamiento de Lucena tiene las funciones de comercio divididas en varias concejalías o delegaciones, concretamente en la Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial descansan las funciones de comercio minorista; en la Delegación de Mercados están las referentes al Mercado de Abastos de Lucena; y en la de Consumo, las referentes a la atención a los consumidores.

Lo deseable es que estas funciones recaigan en una misma concejalía o delegación porque tiene fines compartidos, por lo que esta actuación tan solo recomienda que, en posteriores corporaciones, la organización municipal en materia de comercio se agrupe en una única concejalía o delegación para hacerla más funcional.

Por otro lado, Lucena cuenta con un peso comercial y de servicios muy elevado que da soporte no solo a la población local, sino a consumidores de otros municipios del entorno y a los visitantes y turistas que visitan el municipio.

En este contexto, para gestionar con éxito todas las actividades que hay que llevar a cabo en un Área de tal envergadura: información, formación empresarial, eventos, tramitación administrativa, etc., se considera necesario aumentar los recursos humanos al menos en una persona para aumentar la eficacia a la operatividad del Área de cara a una mayor agilización de actividades.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	Delegaciones de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y empresas del sector, de Mercados y de Consumo.
AGENTE PRINCIPAL:	Alcaldía.
COSTES APROXIMADOS:	30.000-35.000 €/año ¹⁴ .
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Junta de Andalucía a través de los Planes de Empleo.

¹⁴ Incremento de un técnico al Área.



FICHA Nº 20. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT20. CONSOLIDAR LA CONCEJALÍA DE COMERCIO (sigue)				
OBJETIVO GENERAL:		Incrementar la funcionalidad de la administración local en materia de comercio.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> Agrupar las distintas funciones que afectan al comercio minorista en una sola concejalía o delegación. Generar sinergias en el sector. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Agrupación de las distintas funciones que afectan al comercio minorista en una sola concejalía o delegación. Aumento del grado de satisfacción del sector. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Junio de 2023 ¹⁵		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Agrupación de las distintas funciones. Nº de recursos del Área. 		

¹⁵ Tras las elecciones municipales de mayo de 2023

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejal Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 21. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA

Medida M10. Crear un canal estable de colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena

ACTUACIÓN ACT21. CREAR LA COMISIÓN TÉCNICA DE COMERCIO Y HOSTELERÍA DENTRO DEL CONSEJO DE CIUDAD

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Lucena cuenta con el Consejo de Ciudad como órgano en el que están representadas las organizaciones empresariales, sindicales, socioeconómicas y profesionales de la localidad, para promover el fomento de la comunicación efectiva entre el Ayuntamiento y los diferentes agentes económicos y sociales. El Consejo de Ciudad permite desarrollar Comisiones de Trabajo que se consideren necesarias.

Esta actuación propone la creación de una Comisión Técnica de Comercio y Hostelería como órgano de participación público-privada que coordine las relaciones entre los diferentes agentes del sector comercial y el hostelero, teniendo como objetivo, entre otros, ser el foro de encuentro, participación y consulta en estas materias; fomentar la colaboración público-privada y desarrollo de marcos de participación y gestión compartida y; poner en marcha de forma conjunta proyectos y actuaciones para el fomento y dinamización de la actividad comercial y hostelera de la localidad.

Esta Comisión Técnica se considera el instrumento ideal para mantener un diálogo continuo entre los diferentes agentes públicos y privados que afectan al sector del comercio y el de la hostelería para definir consensuadamente las propuestas de mejora de estos sectores. Por tanto, debe desarrollarse y aprobarse esta útil herramienta para abordar los asuntos que afectan al sector comercial en Lucena y específicamente el seguimiento del Plan Estratégico de Comercio.

Para evitar tensiones de participación en la Comisión Técnica por parte del colectivo empresarial y siendo necesario el concurso activo de todos los agentes del sector en la revitalización y dinamización del comercio urbano de Lucena, se considerará condición sine qua non, estar adherido a la Comisión Técnica para poder optar a convenios de colaboración entre el Ayuntamiento y las asociaciones empresariales.

Esta medida se alinea con el Objetivo Estratégico del VI Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía de potenciar una ordenación comercial racional y equilibrada, concretamente con su medida 2.1.5.4: Impulso para la creación de Consejos Municipales de Comercio.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Consejo de Ciudad, Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y agentes del sector comercial y hostelero.
AGENTE PRINCIPAL:	Consejo de Ciudad.
COSTES APROXIMADOS:	Sin presupuesto o muy bajo



FICHA Nº 21. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT21. CREAR LA COMISIÓN TÉCNICA DE COMERCIO Y HOSTELERÍA DENTRO DEL CONSEJO DE CIUDAD (sigue)					
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		Presupuestos del Ayuntamiento.			
OBJETIVO GENERAL:		Consolidar un marco permanente de colaboración y trabajo conjunto entre el sector empresarial y el Ayuntamiento de Lucena, para trabajar bajo una estrategia común en las actuaciones a realizar para la dinamización del comercio urbano de la ciudad.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer compromisos estables de colaboración público-privada para el sector comercial de Lucena. ▪ Hacer más operativa la colaboración público-privada en el sector comercial. ▪ Constituir un clima de entendimiento ordenado entre todos los agentes involucrados en el sector comercial. ▪ Facilitar acuerdos programáticos conforme dotación presupuestaria. ▪ Potenciar la actividad comercial y hostelera de Lucena, acercando posturas en relación con los proyectos a poner en marcha. 			
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conformar y consolidar la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería de Lucena. ▪ Que pertenezcan a la Comisión Técnica todas las agrupaciones de comercio y hostelería de la localidad. 			
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	<table border="1"> <tr> <td>Medio Plazo (2024-2025)</td> <td>Largo Plazo (2026-2027)</td> </tr> </table>	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)				
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Enero de 2023	Fin: Junio de 2023 ¹⁶		
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación de la Comisión Técnica. ▪ Personas y agentes participantes. ▪ Nº de reuniones/año. ▪ Nº de acuerdos/año. 			

¹⁶ Una vez aprobada, implantación continuada de la Comisión Técnica.



FICHA Nº 22. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA

Medida M10. Crear un canal estable de colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena

ACTUACIÓN ACT22. CREAR UN ENCUENTRO ANUAL EN LUCENA SOBRE TENDENCIAS DEL COMERCIO

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Esta actuación pretende posicionar a Lucena como ciudad referente en comercio urbano mediante la generación de un evento anual para identificar los retos y estrategias a los que se enfrenta el sector comercial y que sirva de intercambio de buenas prácticas y de conocimiento de las últimas tendencias tanto a la administración, como a la empresa comercial.

Este evento debe ayudar a reconocer el papel que juega el sector comercial en las ciudades, convirtiendo a Lucena en lugar de referencia para debatir políticas de revitalización comercial y de intercambio de experiencias en torno a los diferentes aspectos que afectan al sector: gobernanza y colaboración público-privada, asociacionismo, Centros Comerciales Abiertos, Áreas de Promoción Económica, imagen de ciudad, transformación digital, big data, mejoras urbanísticas, sostenibilidad del sector, emprendimiento, relevo generacional...

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
COSTES APROXIMADOS:	35.000-50.000 €/año.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuestos del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. ▪ Patrocinadores.
OBJETIVO GENERAL:	Crear un evento técnico en Lucena que se convierta en referente para el sector del comercio urbano en Andalucía.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Posicionar a Lucena como ciudad referente en comercio urbano. ▪ Disponer de un intercambio de buenas prácticas y de conocimiento de las últimas tendencias en el sector. ▪ Reconocer el papel que juega el sector comercial en las ciudades.



FICHA Nº 22. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT22. CREAR UN ENCUENTRO ANUAL EN LUCENA SOBRE TENDENCIAS DEL COMERCIO (sigue)				
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear un evento técnico que crezca de manera orgánica. ▪ Que el evento posicione a Lucena como referente en comercio urbano. ▪ Que el sector aproveche las buenas prácticas que se expongan en el evento. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:			Inicio: Enero de 2024	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuesto aportado para el evento. ▪ N.º de ponentes. ▪ N.º de empresas inscritas. ▪ N.º y tipología de actividades complementarias. 		



M11. Potenciar una comunidad comercial sólida en Lucena: esta medida pretende recuperar la confianza en el asociacionismo comercial de Lucena, incrementando el número de asociados y el mantenimiento del reconocimiento oficial como Centro Comercial Abierto en Andalucía. Para lograrlo se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT23. Recuperar la confianza en el asociacionismo.
- ACT24. Mantenimiento del reconocimiento oficial del CCA.

FICHA Nº 23. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA

Medida M11. Potenciar una comunidad comercial sólida en Lucena

ACTUACIÓN ACT23. RECUPERAR LA CONFIANZA EN EL ASOCIACIONISMO

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

El asociacionismo en Lucena ha experimentado momentos críticos debido a disensiones anteriores. Situación que se está revirtiendo actualmente, pero que todavía está lejos de alcanzar su plena potencialidad de representatividad con un mayor número de asociados.

Esto implica llevar a cabo campañas de impulso al asociacionismo para alcanzar mayores cuotas de representatividad y disponer de un Plan Estratégico propio de Asociación que plantee la hoja de ruta necesaria para la dinamización del comercio en Lucena desde el ámbito empresarial.

Para lograr una mayor eficiencia en todas las actuaciones que se pongan en marcha, es necesario aumentar su autofinanciación y crear o consolidar diferentes servicios de cara al potencial asociado para que este vea lo ventajoso que es estar asociado frente a no estarlo: servicios a domicilio, portales web, aplicaciones móviles, convenios ventajosos con proveedores, bonos descuentos, promoción conjunta, animación y eventos, etc. Para ello, se precisa poner en marcha campañas de sensibilización para captar asociados que consigan involucrar conductas participativas de los mismos.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Agrupaciones empresariales.
AGENTE PRINCIPAL:	Agrupaciones empresariales.
COSTES APROXIMADOS:	3.000-6.000 €/año.



FICHA Nº 23. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT23. RECUPERAR LA CONFIANZA EN EL ASOCIACIONISMO (sigue)				
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> Recursos propios de las agrupaciones empresariales. Ayudas de la Junta dirigidas a agrupaciones empresariales en materia de comercio. Convenios con el Ayuntamiento. 		
OBJETIVO GENERAL:		Incrementar el grado de asociacionismo en Lucena y las relaciones de cooperación activa entre los diferentes negocios del municipio.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> Impulsar el asociacionismo y la cooperación de las pymes comerciales de Lucena. Captación y fidelización de asociados en base a creación de servicios adicionales. Creación y consolidación de proyectos comunes. Consolidación empresarial de las pymes locales. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Alcanzar un número de asociados que permitan la autofinanciación de la agrupación. Intensificar la profesionalización del asociacionismo local, en prestación de servicios y representación empresarial. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Nº de asociados. Nº y tipología de servicios adicionales. Presupuesto de la agrupación. 		



FICHA Nº 24. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA

Medida M11. Potenciar una comunidad comercial sólida en Lucena

ACTUACIÓN ACT24. MANTENIMIENTO DEL RECONOCIMIENTO OFICIAL COMO CCA

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Es indudable la importancia del asociacionismo empresarial en todos los sectores como una plataforma que facilita herramientas para ser competitivos, crecer como empresas y adaptarse a los cambios suscitados tanto por los nuevos hábitos de consumo o la implantación de nuevas tecnologías, entre otros aspectos.

Por otra parte, la profesionalización y autosuficiencia de las asociaciones es indispensable para ser más atractivas y efectivas para los socios. Con la cooperación se consiguen ventajas tan significativas como la promoción conjunta, la gestión profesionalizada empresarial y la posibilidad de conseguir diversos servicios o convenios ventajosos a menor coste. Ventajas que hay que transmitir, tanto a los socios para fidelizarlos, como a los no socios para atraerlos, puesto que suponen un aumento de la rentabilidad y por tanto la viabilidad y sostenibilidad de la propia empresa.

En el caso de Lucena, el asociacionismo más profesionalizado ha estado liderado por el Centro Comercial Abierto (CCA) Eliossana, como principal proyecto de trabajo para la revitalización urbana y la dinamización comercial de Lucena. De hecho, es Centro Comercial Abierto reconocido oficialmente por la Junta de Andalucía¹⁷ desde el año 2017 y, a pesar de las disensiones internas que han existido internamente en el marco de la asociación que gestiona el CCA, es un distintivo que favorece la visualización de Lucena como Destino Comercial y que permite una mayor financiación regional, tanto a la asociación como al Ayuntamiento, por lo que debe trabajarse en el mantenimiento del reconocimiento oficial.

Esto implica disponer de una profesionalización y servicios adicionales (formación, asesoramiento, información, promoción, riesgos laborales...), que debe seguir potenciándose para hacer más competitivo el comercio urbano de Lucena. Para ello se debe impulsar un Convenio de Colaboración Ayuntamiento-CCA Eliossana facilitando la ampliación de servicios y profesionalización de la gestión, aunque lo recomendable es el incremento de la autofinanciación por parte de las personas asociadas para alcanzar mayores cotas de ejecución.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y CCA Eliossana.
AGENTE PRINCIPAL:	CCA Eliossana con la colaboración activa del Ayuntamiento.

¹⁷ Junto al CCA Eliossana, en la provincia de Córdoba hay otros siete CCAs reconocidos oficialmente por la Junta de Andalucía: Cabra, Centro Córdoba y La Viñuela en la ciudad de Córdoba, Montilla, Montoro, Pozoblanco y Puente Genil.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 24. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT24. MANTENIMIENTO DEL RECONOCIMIENTO OFICIAL COMO CCA (sigue)				
COSTES APROXIMADOS:		25.000-30.000 €/año.		
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recursos propios de la agrupación empresarial. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a agrupaciones empresariales en materia de comercio. ▪ Convenios con el Ayuntamiento. 		
OBJETIVO GENERAL:		Intensificar la profesionalización del asociacionismo local, en prestación de servicios y representación empresarial.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantenimiento del reconocimiento oficial como CCA. ▪ Impulsar el asociacionismo y la cooperación de las pymes en general. ▪ Captación y fidelización de asociados en base a la disposición de servicios adicionales. ▪ Creación y consolidación de proyectos comunes. ▪ Fortalecer lazos de cooperación Ayuntamiento-CCA Eliossana. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener el reconocimiento oficial como CCA. ▪ Incrementar el número de asociados al CCA Eliossana. ▪ Incrementar el número y uso de servicios adicionales de la asociación. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuesto aportado/ejecutado en el Convenio. ▪ N.º y tipología de acuerdos alcanzados. ▪ N.º de empresas asociadas. ▪ N.º y tipología de servicios adicionales del CCA Eliossana. ▪ Mantenimiento del reconocimiento oficial como CCA. 		



M12. Refuerzo de la colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena: esta medida pretende reforzar el presupuesto destinado a actuaciones de dinamización comercial y a la apertura y modernización de comercios. Para lograrlo se han proyectado 3 actuaciones específicas:

- ACT25. Convenios con las entidades de comercio.
- ACT26. Subvenciones a empresas y emprendimiento comercial.
- ACT27. Reconocimiento y visualización del sector comercial de Lucena.

FICHA Nº 25. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA

Medida M12. Refuerzo de la colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena

ACTUACIÓN ACT25. CONVENIOS CON LAS ENTIDADES DE COMERCIO

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

El Ayuntamiento de Lucena lleva a cabo iniciativas propias y suscribe periódicamente convenios con las agrupaciones empresariales (campañas de dinamización, desarrollo de mercadillos, ventajas en los aparcamientos municipales...), así como realiza otras actuaciones que contribuyen positivamente al desarrollo del sector comercial (normativas, proyectos de mejora del Mercado de Abastos, iluminación navideña...), que son muy beneficiosas para tener un sector comercial fuerte en Lucena.

Por tanto, esta actuación plantea mantener e incluso potenciar conforme a las posibilidades presupuestarias y con las convenientes sugerencias de mejora que surjan en la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y agrupaciones empresariales.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento.
COSTES APROXIMADOS:	50.000-60.000 €/año.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 25. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT25. CONVENIOS CON LAS ENTIDADES DE COMERCIO (sigue)				
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto del Ayuntamiento. Fondos Next Generation. Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos en materia de comercio. 		
OBJETIVO GENERAL:		Reforzar el presupuesto destinado a actuaciones de dinamización comercial y desarrollo de servicios adicionales.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> Consolidar los compromisos de apoyo al sector. Potenciar la actividad comercial y de servicios del comercio urbano de Lucena. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Generar mayor tránsito a los comercios locales. Incrementar el consumo en los negocios locales. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Evolución del presupuesto de la Delegación. Evolución del presupuesto destinado a Convenios con el sector. 		



FICHA Nº 26. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA

Medida M12. Refuerzo de la colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena

ACTUACIÓN ACT26. SUBVENCIONES A EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTO COMERCIAL

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Esta actuación plantea la difusión de las ayudas existentes por otras entidades e incluso, conforme a las posibilidades presupuestarias y con las convenientes sugerencias de mejora que surjan en la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería, la creación de líneas de ayudas a la implantación de nuevos negocios, así como para la modernización y transformación digital de pequeñas empresas de comercio: obras de reforma del local, sistemas de iluminación o climatización eficiente, equipamiento del local, rotulación, toldos, equipos informáticos básicos y sus periféricos, herramientas de gestión y/o software, desarrollo de páginas web, inversión en marketing digital, aplicaciones móviles... o similares, para facilitar el emprendimiento y la inversión en los negocios por parte de la pequeña empresa.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y empresas.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento.
COSTES APROXIMADOS:	30.000-35.000 €/año.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuesto del Ayuntamiento. ▪ Fondos Next Generation. ▪ Ayudas de la Junta dirigidas a empresas en materia de comercio.
OBJETIVO GENERAL:	Potenciar la actividad comercial y de servicios del comercio urbano de Lucena con ayudas al sector.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilitar la apertura de nuevos establecimientos comerciales. ▪ Propiciar la modernización de los establecimientos comerciales. ▪ Favorecer el proceso de transformación digital de las empresas comerciales.



FICHA Nº 26. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT26. SUBVENCIONES A EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTO COMERCIAL (sigue)				
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incrementar la apertura de establecimientos comerciales. ▪ Incrementar la mejora de los negocios del sector. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evolución del presupuesto de la Delegación. ▪ Nº de ayudas solicitadas. ▪ Nº y tipología de ayudas a las empresas y personas emprendedoras en materia de comercio. ▪ Inversión inducida. 		

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 27. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA

Medida M12. Refuerzo de la colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena

ACTUACIÓN ACT27. RECONOCIMIENTO Y VISUALIZACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Los continuos cambios en los hábitos y comportamientos de consumo y la irrupción de las nuevas tecnologías obligan al comercio urbano a superarse para conseguir la fidelidad del cliente mediante la mejora continua de la calidad de su servicio. Un esfuerzo, sin duda, encomiable.

Es de recibo incentivar esta mejora continua mediante el reconocimiento a este empeño en seguir ofreciendo el mejor de los servicios, por lo que la puesta en marcha de premios que incentiven a las empresas, le reconozca este esfuerzo y lo visualicen frente a la potencial clientela es una iniciativa que los ayuntamientos ya realizan habitualmente.

Esta actuación pretende poner en marcha una iniciativa de Premios Empresariales en Lucena para visibilizar y reconocerles públicamente el esfuerzo de dar valor añadido y singular a la ciudad. En estos premios debe prestigiarse el trabajo realizado por empresas y personas emprendedoras de Lucena que hayan destacado en sectores como la artesanía, el comercio, la iniciativa empresarial o la trayectoria empresarial.

Esta iniciativa para el conjunto del comercio urbano de Lucena, hay que llevarla a cabo bajo el paraguas de una marca conjunta¹⁸ del comercio de Lucena, que genere reputación y un efecto espejo de interés en el resto de comercios de mejorar para alcanzar las cotas de los premiados.

PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial y empresas.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento.
COSTES APROXIMADOS:	3.000-5.000 €/año.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuesto del Ayuntamiento. ▪ Patrocinadores.
OBJETIVO GENERAL:	Incentivar esta mejora continua del sector comercial de Lucena mediante el reconocimiento público a las buenas prácticas.

¹⁸ Conforme se especifica en la Actuación ACT15. Restyling, creación o refuerzo de marca.



FICHA Nº 27. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT27. RECONOCIMIENTO Y VISUALIZACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA (sigue)				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento al buen hacer o trayectoria del comercio. Visualizar las buenas prácticas del sector y que sirvan de referente a otros comercios o personas emprendedoras. Contribuir a la visualización del comercio urbano de Lucena. Proyectar una imagen positiva del comercio urbano de la ciudad. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Participación activa de los comercios en los premios. Efecto espejo de las buenas prácticas premiadas. Mejorar la calidad del servicio del comercio urbano de Lucena. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:			Inicio: Enero de 2024	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto aportado para los premios. N.º y tipología de premios. N.º de empresas inscritas. 		

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

M13. Defensa de los derechos transversales del sector: esta medida pretende potenciar un comercio en Lucena que defienda los intereses transversales del sector, reivindique ante la opinión pública la importancia del comercio y se comprometa con los derechos de las personas trabajadoras y consumidoras. Para lograrlo se ha proyectado 1 actuación específica:

- ACT28. Creación de un canal abierto de consultas, aportaciones e incidencias.

FICHA Nº 28. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA

Medida M13. Defensa de los derechos transversales del sector

ACTUACIÓN ACT28. CREACIÓN DE UN CANAL ABIERTO DE CONSULTAS, APORTACIONES E INCIDENCIAS

MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:

Esta medida pretende impulsar la contribución del comercio local de Lucena a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, mediante la adquisición de compromisos entre todos los agentes que afectan al sector, incluidas las personas consumidoras.

Para ello, se abrirá un canal de consultas, aportaciones e incidencias donde se pueda trabajar posteriormente en la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería en la mejora de las necesidades identificadas (brecha salarial de género en el comercio, incorporación de jóvenes a los negocios, colaboración en proyectos sociales -como la recogida de alimentos o la cesión de servicios a colectivos desfavorecidos-, el reparto sostenible, la reducción del desperdicio alimentario y el impulso a la economía circular y actuaciones similares.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial, agentes del sector y personas consumidoras.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
COSTES APROXIMADOS:	Sin presupuesto o muy bajo.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

FICHA Nº 28. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT28. CREACIÓN DE UN CANAL ABIERTO DE CONSULTAS, APORTACIONES E INCIDENCIAS (sigue)				
FUENTES DE FINANCIACIÓN:		<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto del Ayuntamiento. 		
OBJETIVO GENERAL:		Impulsar la contribución del comercio local de Lucena a los Objetivos de Desarrollo Sostenible		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> Adquisición de compromisos entre todos los agentes del sector. Trabajar en la mejora de las necesidades identificadas. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Apertura de un canal de consultas, aportaciones e incidencias. Avance hacia la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible por parte del comercio. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
			Inicio: Enero de 2024	Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:				
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de consultas, aportaciones e incidencias. Nº de usuarios intervinientes. Nº y tipología de proyectos iniciados. 		



M14. Gestión del Plan Estratégico de Comercio de Lucena: esta medida pretende facilitar la correcta implantación operativa del Plan Estratégico de Comercio de Lucena. Para lograrlo se ha proyectado 1 actuación específica:

- ACT29. Asistencia a la implementación y medición del Plan Estratégico de Comercio de Lucena.

FICHA Nº 29. PARTE 1/2

LÍNEA ESTRATÉGICA: L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA	
Medida M14. Gestión del Plan Estratégico de Comercio de Lucena	
ACTUACIÓN ACT29. ASISTENCIA A LA IMPLEMENTACIÓN Y MEDICIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO DE LUCENA	
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
<p>El anterior Plan Estratégico de Comercio de Lucena realizado en 2014 (Servicio de Unidad de Asesoramiento Técnico en Promoción Turístico-Comercial, del Proyecto de Regeneración Socioeconómica del Centro Histórico II de Lucena), no fue desarrollado en su totalidad por falta de recursos.</p> <p>La ejecución de un Plan de esta envergadura requiere de una gestión eficaz para poder realizar todas las actuaciones que incluye, en los plazos previstos y con los recursos disponibles, además de darle difusión a los resultados, establecer canales de comunicación con otros proyectos, prever la continuidad de las actuaciones a futuro y demás tareas previstas. Para realizar esta gestión, el Ayuntamiento de Lucena utilizará sus propios recursos humanos, pero es conveniente contratar, a través de una licitación, el servicio de Asistencia Técnica necesario para su desarrollo.</p>	
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
AGENTE PRINCIPAL:	Delegación de Formación para el Empleo, Fomento y Desarrollo Empresarial.
COSTES APROXIMADOS:	15.000-20.000 €/año.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Presupuesto del Ayuntamiento.
OBJETIVO GENERAL:	Facilitar la correcta implantación operativa del Plan Estratégico de Comercio de Lucena.



FICHA Nº 29. PARTE 2/2

ACTUACIÓN ACT29. ASISTENCIA A LA IMPLEMENTACIÓN Y MEDICIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO DE LUCENA (sigue)				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		<ul style="list-style-type: none"> Garantizar un sistema de control y coordinación eficaz del Plan de Sostenibilidad Turística. Atender paralelamente a otras necesidades específicas del sector comercial en Lucena. Acompañamiento técnico a la Delegación en materia de comercio. Identificación de Fondos Europeos. 		
RESULTADOS ESPERADOS:		<ul style="list-style-type: none"> Incremento de la ejecución del Plan. Identificación de financiación para las medidas a poner en marcha. 		
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	DE	Corto Plazo (2023)	Medio Plazo (2024-2025)	Largo Plazo (2026-2027)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:		Inicio: Enero de 2023		Fin: Continuado a lo largo del Plan Estratégico
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO		<ul style="list-style-type: none"> Nº de actuaciones llevadas a cabo. % ejecución de actuaciones por Líneas y medidas de actuación. Presupuesto invertido. 		

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

4.4 CALENDARIO DE ACTUACIÓN

A continuación, se especifica el cronograma estimado de ejecución del **Plan Estratégico de Comercio Municipal de Lucena**, en un ámbito temporal de 2023-2027, que debe ser la base su seguimiento por parte de la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	2023				2024				2025				2026				2027					
			T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4		
L1. SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA.	M1. Revisión del modelo de negocio del comercio de Lucena.	ACT01. Diagnósticos de situación.																						
	M2. Formación y reciclaje del sector comercial.	ACT02. Programa formativo tradicional.																						
		ACT03. Programa formativo y de acompañamiento en el proceso de transformación digital.																						
	M3. Observatorio del Comercio y el Consumo de Lucena.	ACT04. Creación del sistema de inteligencia comercial de Lucena.																						
		ACT05. Facilitación de información relevante al sector.																						
L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA.	M4. Renovación y transformación del ecosistema comercial de Lucena.	ACT06. Inversión y mejora de los establecimientos comerciales de Lucena.																						
		ACT07. Inversión y mejora en el entorno urbano comercial de Lucena.																						
		ACT08. Inversión y mejora en equipamientos y eventos dinamizadores del comercio de Lucena.																						
	M5. Desarrollo y consolidación de servicios adicionales al cliente.	ACT09. Implantación de servicios al cliente.																						
		ACT10. Implantación de un sistema de fidelización conjunto.																						
	M6. Impulso a la sostenibilidad del comercio de Lucena.	ACT11. Campañas de sensibilización del comercio local.																						
		ACT12. Iniciativas de sostenibilidad y economía circular.																						
	M7. Emprendimiento y relevo generacional en el comercio de Lucena.	ACT13. Asistencia al relevo y transmisión empresarial en el comercio de Lucena.																						
		ACT14. Programa de ocupación de locales vacíos.																						
	L3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL COMERCIO DE LUCENA.	M8. Posicionamiento de la imagen de marca del comercio de Lucena.	ACT15. Restyling, creación o refuerzo de marca comercial en Lucena.																					
ACT16. Plan de Comunicación Interna.																								
ACT17. Plan de Comunicación Externa.																								
M9. Ejecución del Plan de Dinamización y Promoción del comercio de Lucena.		ACT18. Promoción a residentes y área de mercado.																						
		ACT19. Vinculación turístico-comercial.																						



LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	2023				2024				2025				2026				2027						
			T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4			
L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA.	M10. Crear un canal estable de colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena.	ACT20. Consolidar el Área de Comercio.																							
		ACT21. Crear la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad.																							
		ACT22. Crear un encuentro anual en Lucena sobre tendencias del comercio.																							
	M11. Potenciar una comunidad comercial sólida en Lucena.	ACT23. Recuperar la confianza en el asociacionismo.																							
		ACT24. Mantenimiento reconocimiento oficial CCA.																							
	M12. Refuerzo de la colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena.	ACT25. Convenios con las entidades de comercio.																							
		ACT26. Subvenciones a empresas y emprendimiento comercial.																							
		ACT27. Reconocimiento y visualización del sector comercial de Lucena.																							
	M13. Defensa de los derechos transversales del sector.	ACT28. Creación de un canal abierto de consultas, aportaciones e incidencias.																							
	M14. Gestión del Plan Estratégico de Comercio de Lucena.	ACT29. Asistencia a la implementación y medición del Plan Estratégico de Comercio de Lucena.																							



4.5 PREVISIÓN PRESUPUESTARIA

A continuación, se especifica el presupuesto estimado que sería necesario para la correcta puesta en marcha del **Plan Estratégico de Comercio Municipal de Lucena** en el ámbito temporal 2023-2027, que puede oscilar entre **2,7 y 4,5 millones de euros aproximadamente**, si se llevan a cabo todas las actuaciones planteadas y siempre a expensas de añadir estudios y presupuestos con mayor detalle:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	PRESUPUESTO ESTIMADO
L1. SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA.	M1. Revisión del modelo de negocio del comercio de Lucena.	ACT01. Diagnósticos de situación.	12.000-15.000 €/año.
		ACT02. Programa formativo tradicional.	10.000-12.000 €/año.
	M2. Formación y reciclaje del sector comercial.	ACT03. Programa formativo y de acompañamiento en el proceso de transformación digital.	15.000-18.000 €/año.
		M3. Observatorio del Comercio y el Consumo de Lucena.	ACT04. Creación del sistema de inteligencia comercial de Lucena.
		ACT05. Facilitación de información relevante al sector.	15.000-18.000 €
		Subtotal	240.000-293.000 €
L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA.	M4. Renovación y transformación del ecosistema comercial de Lucena.	ACT06. Inversión y mejora de los establecimientos comerciales de Lucena.	15.000-26.500 €/empresa
		ACT07. Inversión y mejora en el entorno urbano comercial de Lucena.	Costes altos, pendiente de estudios de detalle.
		ACT08. Inversión y mejora en equipamientos y eventos dinamizadores del comercio de Lucena.	Costes altos, pendiente de estudios de detalle.
	M5. Desarrollo y consolidación de servicios adicionales al cliente.	ACT09. Implantación de servicios al cliente.	Pendiente de estudios de detalle.
		ACT10. Implantación de un sistema de fidelización conjunto.	30.000-45.000 €
	M6. Impulso a la sostenibilidad del comercio de Lucena.	ACT11. Campañas de sensibilización del comercio local.	15.000-25.000 €
		ACT12. Iniciativas de sostenibilidad y economía circular.	Costes altos, pendiente de estudios de detalle.
	M7. Emprendimiento y relevo generacional en el comercio de Lucena.	ACT13. Asistencia al relevo y transmisión empresarial en el comercio de Lucena.	102.000-265.000 €
		ACT14. Programa de ocupación de locales vacíos.	10.000-15.000 €/año.
			Subtotal
L3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL COMERCIO DE LUCENA.	M8. Posicionamiento de la imagen de marca del comercio de Lucena.	ACT15. Restyling, creación o refuerzo de marca comercial en Lucena.	4.000-6.000 €
		ACT16. Plan de Comunicación Interna.	Sin presupuesto o muy bajo.
		ACT17. Plan de Comunicación Externa.	Sin presupuesto o muy bajo.
	M9. Ejecución del Plan de Dinamización y Promoción del comercio de Lucena.	ACT18. Promoción a residentes y área de mercado.	100.000-120.000 €/año.
		ACT19. Vinculación turístico-comercial.	4.000-6.000 €/año
		Subtotal	524.000-636.000 €



LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	PRESUPUESTO ESTIMADO	
L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA.	M10. Crear un canal estable de colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena.	ACT20. Consolidar el Área de Comercio.	30.000-35.000 €/año	
		ACT21. Crear la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad.	Sin presupuesto o muy bajo.	
		ACT22. Crear un encuentro anual en Lucena sobre tendencias del comercio.	35.000-50.000 €/año	
	M11. Potenciar una comunidad comercial sólida en Lucena.	ACT23. Recuperar la confianza en el asociacionismo.	3.000-6.000 €/año	
		ACT24. Mantenimiento reconocimiento oficial CCA.	25.000-30.000 €/año	
	M12. Refuerzo de la colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena.	ACT25. Convenios con las entidades de comercio.	50.000-60.000 €/año	
		ACT26. Subvenciones a empresas y emprendimiento comercial.	30.000-35.000 €/año	
		ACT27. Reconocimiento y visualización del sector comercial de Lucena.	3.000-5.000 €/año	
	M13. Defensa de los derechos transversales del sector.	ACT28. Creación de un canal abierto de consultas, aportaciones e incidencias.	Sin presupuesto o muy bajo.	
	M14. Gestión del Plan Estratégico de Comercio de Lucena.	ACT29. Asistencia a la implementación y medición del Plan Estratégico de Comercio de Lucena.	15.000-20.000 €/año.	
			Subtotal	955.000-1.205.000 €
			TOTAL PRESUPUESTO ESTIMADO	2.666.000-4.531.500 €



4.6 SEGUIMIENTO 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 Municipal de Lucena**. Los objetivos previstos deberán ser evaluados por la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería 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
L1. SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE LUCENA.	M1. <i>Revisión del modelo de negocio del comercio de Lucena.</i>	ACT01. Diagnósticos de situación.	<ul style="list-style-type: none"> N.º de comercios participantes/año. N.º de diagnósticos realizados/año. Nº y tipología de soluciones aportadas.
	M2. <i>Formación y reciclaje del sector comercial.</i>	ACT02. Programa formativo tradicional.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de programas formativos realizados. Nº de empresas/personas participantes. Nº de tutorizaciones realizadas.
		ACT03. Programa formativo y de acompañamiento en el proceso de transformación digital.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de tutorizaciones realizadas. Nº y tipología de soluciones trabajadas. Nº de empresas/personas participantes.
	M3. <i>Observatorio del Comercio y el Consumo de Lucena.</i>	ACT04. Creación del sistema de inteligencia comercial de Lucena.	<ul style="list-style-type: none"> Realización del estudio de posibilidades de integración tecnológica local. Evolución de los flujos en las zonas comerciales. Evolución de las personas usuarias en las herramientas tecnológicas puestas en marcha.
		ACT05. Facilitación de información relevante al sector.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de secciones/información de la web. Nº de usuarios. Nº y tipología de consultas.



LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	INDICADORES
L2. MEJORA Y RENOVACIÓN CONSTANTE DEL SECTOR Y EL ENTORNO COMERCIAL DE LUCENA.	M4. Renovación y transformación del ecosistema comercial de Lucena.	ACT06. Inversión y mejora de los establecimientos comerciales de Lucena.	<ul style="list-style-type: none"> N.º de solicitudes/año. N.º y tipología de ayudas/año. Inversión solicitada y generada.
		ACT07. Inversión y mejora en el entorno urbano comercial de Lucena.	<ul style="list-style-type: none"> M2 de calles intervenidas. Tránsito de personas por tramos temporales (horas/día).
		ACT08. Inversión y mejora en equipamientos y eventos dinamizadores del comercio de Lucena.	<ul style="list-style-type: none"> Seguimiento de la hoja de ruta del Estudio Técnico del Mercado de Abastos. Inversión generada en el Mercado de Abastos. Personas usuarias del Mercado de Abastos. Nº de puestos ocupados el Mercado de Abastos. Evolución del ticket medio de compra y el consumo en el Mercado de Abastos. Flujo de personas desde los equipamientos y eventos hacia las zonas comerciales.
	M5. Desarrollo y consolidación de servicios adicionales al cliente.	ACT09. Implantación de servicios al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> N.º y tipología de servicios aplicados. N.º de comercios adheridos por servicio. Nº de clientes usuarios por servicio. Inversión generada.
		ACT10. Implantación de un sistema de fidelización conjunto.	<ul style="list-style-type: none"> Nº de comercios adheridos al sistema. Nº de las personas usuarias del sistema. Impacto generado por el sistema.
	M6. Impulso a la sostenibilidad del comercio de Lucena.	ACT11. Campañas de sensibilización del comercio local.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de campañas de sensibilización realizadas. Nº de equipamientos educativos participantes en el programa. Nº de alumnado participante en el programa.
		ACT12. Iniciativas de sostenibilidad y economía circular.	<ul style="list-style-type: none"> Nº de auditorías energéticas realizadas. Nº y tipología de sistemas de ahorro energético implementados. Nº de comercios participantes en los proyectos que se inicien.
	M7. Emprendimiento y relevo generacional en el comercio de Lucena.	ACT13. Asistencia al relevo y transmisión empresarial en el comercio de Lucena.	<ul style="list-style-type: none"> Nº de empresas sin relevo identificadas en la bolsa. Nº de contactos generados. Nº de empresas traspasadas.
		ACT14. Programa de ocupación de locales vacíos.	<ul style="list-style-type: none"> Nº de locales inactivos en las Áreas de Comercio Denso. Nº de locales sin actividad intervenidos. Nº y tipología de negocios pop up implantados. Nº de negocios con aplicación de mejora de imagen.



LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	INDICADORES
L3. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL COMERCIO DE LUCENA.	M8. Posicionamiento de la imagen de marca del comercio de Lucena.	ACT15. Restyling, creación o refuerzo de marca comercial en Lucena.	<ul style="list-style-type: none"> Realización del diseño de la marca y su manual de uso. Nº de establecimientos que usa la marca. Nº de acciones donde se usa la marca.
		ACT16. Plan de Comunicación Interna.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de herramientas desarrolladas. Nº de comunicaciones realizadas. Nº de usuarios conectados.
		ACT17. Plan de Comunicación Externa.	<ul style="list-style-type: none"> Nº de actuaciones planificadas. Nº y tipología de indicadores de medición proyectados.
	M9. Ejecución del Plan de Dinamización y Promoción del comercio de Lucena.	ACT18. Promoción a residentes y área de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de actuaciones ejecutadas. Nº de las personas usuarias por actuación. Retorno de inversión y conversión por actuación.
		ACT19. Vinculación turístico-comercial.	<ul style="list-style-type: none"> Nº de productos turístico-comerciales creados. Nº de empresas comerciales participantes. Impacto generado por los productos turístico-comerciales.



LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	INDICADORES
L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA.	M10. Crear un canal estable de colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena.	ACT20. Consolidar el Área de Comercio.	<ul style="list-style-type: none"> Agrupación de las distintas funciones. Nº de recursos del Área.
		ACT21. Crear la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad.	<ul style="list-style-type: none"> Creación de la Comisión Técnica. Personas y agentes participantes. Nº de reuniones/año. Nº de acuerdos/año.
		ACT22. Crear un encuentro anual en Lucena sobre tendencias del comercio.	<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto aportado para el evento. N.º de ponentes. N.º de empresas inscritas. N.º y tipología de actividades complementarias.
	M11. Potenciar una comunidad comercial sólida en Lucena.	ACT23. Recuperar la confianza en el asociacionismo.	<ul style="list-style-type: none"> Nº de asociados. Nº y tipología de servicios adicionales. Presupuesto de la agrupación.
		ACT24. Mantenimiento reconocimiento oficial CCA.	<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto aportado/ejecutado en el Convenio. N.º y tipología de acuerdos alcanzados. N.º de empresas asociadas. N.º y tipología de servicios adicionales del CCA Elíassana. Mantenimiento del reconocimiento oficial como CCA.
	M12. Refuerzo de la colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena.	ACT25. Convenios con las entidades de comercio.	<ul style="list-style-type: none"> Evolución del presupuesto de la Delegación. Evolución del presupuesto destinado a Convenios con el sector.
		ACT26. Subvenciones a empresas y emprendimiento comercial.	<ul style="list-style-type: none"> Evolución del presupuesto de la Delegación. Nº de ayudas solicitadas. Nº y tipología de ayudas a las empresas y personas emprendedoras en materia de comercio. Inversión inducida.
		ACT27. Reconocimiento y visualización del sector comercial de Lucena.	<ul style="list-style-type: none"> Presupuesto aportado para los premios. N.º y tipología de premios. N.º de empresas inscritas.
	M13. Defensa de los derechos transversales del sector.	ACT28. Creación de un canal abierto de consultas, aportaciones e incidencias.	<ul style="list-style-type: none"> Nº y tipología de consultas, aportaciones e incidencias. Nº de usuarios intervinientes. Nº y tipología de proyectos iniciados.
	M14. Gestión del Plan Estratégico de Comercio de Lucena.	ACT29. Asistencia a la implementación y medición del Plan Estratégico de Comercio de Lucena.	<ul style="list-style-type: none"> Nº de actuaciones llevadas a cabo. % ejecución de actuaciones por Líneas y medidas de actuación. Presupuesto invertido.



4.7 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 L4. GOBERNANZA DEL SECTOR COMERCIAL DE LUCENA* e incidir en el papel de la Gobernanza para el éxito de la *Plan Estratégico de Comercio Municipal de Lucena 2023-2027*. Esta Línea debe impulsar el proceso participativo iniciado en el desarrollo del Plan para crear y consolidar compromisos y alianzas fuertes entre todos los agentes implicados, tanto públicos como privados, para construir juntos las propuestas de mejora comercial y abordar los múltiples retos sociales, económicos y ambientales a los que se enfrenta el comercio urbano de Lucena.

Por ello, dentro de esa Línea Estratégica se ha propuesto la *Medida M10. Crear un canal estable de colaboración público-privada en el sector comercial de Lucena*, donde a través de la actuación *ACT21. Crear la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería dentro del Consejo de Ciudad.*, se pretende crear un Grupo Motor y estable que impulse el Plan de Comercio.

En la Comisión Técnica de Comercio y Hostelería recaerá la corresponsabilidad público-privada de la gobernanza del Plan de Comercio en relación a las propuestas de actuación. Dentro de esta Gobernanza, se precisa una estructura organizativa del proceso de cooperación para el desarrollo de la Estrategia proyectada, donde se incluyan los agentes públicos y privados y los mecanismos y fases de implementación. Igualmente, una de las funciones del Grupo Motor debe ser el seguimiento, el monitoreo y la evaluación de la implementación de la Estrategia para tomar el rumbo y soluciones adecuadas en cada momento.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023

4.8 COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN DEL PLAN

El Plan Estratégico de Comercio Municipal de Lucena 2023-2027 ha buscado tener la máxima difusión desde el principio para que la ciudadanía conozca el Proyecto desde sus inicios, así como los compromisos adquiridos en forma de actuaciones y objetivos.

Desde un primer momento, se ha difundido en prensa la elaboración del Plan Estratégico de Comercio.



REDACCIÓN

12:40
02/11/22

COMERCIO

La Junta otorga a Lucena ayudas por valor de 33.566 euros para la sustitución del ascensor del Mercado de Abastos y dinamización del comercio local

Las ayudas permitirán continuar con la redacción del Plan Estratégico del Comercio Local, que está realizando la Delegación Municipal de Fomento y Desarrollo Local y del Plan de Dinamización del Mercado de Lucena.

COMERCIO DE LUCENA AYUDAS DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Periódico Digital Lucenahoy. Noticia 2 de noviembre de 2022

También se han utilizado las Webs y RRSS municipales para difundir y solicitar la participación activa de personas consumidoras y de comerciantes en el Plan Estratégico de Comercio.

<http://aparcamientosmunicipaleslucena.es> > transparenci... ⋮

TRANSPARENCIA ECONÓMICO-FINANCIERA Y ...

Plan Estratégico de Comercio, con el objetivo de ... ¡Participa en la mejora del comercio de Lucena! este cuestionario: ...

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9

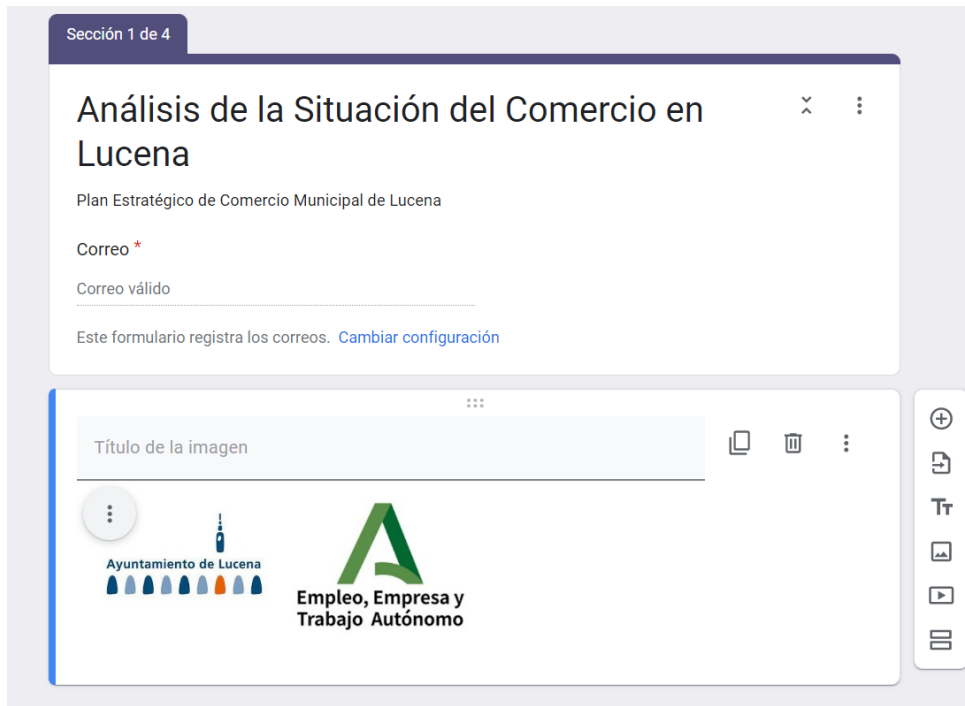


1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023



Por último, está previsto presentar públicamente el Plan Estratégico de Comercio, para lo cual se hará una rueda de prensa y se preparará un documento de síntesis para dar a conocer los elementos principales del mismo.

Código seguro de verificación (CSV):

1CC7 B5C3 562F 4C4E 98F9



1CC7B5C3562F4C4E98F9

Este documento es una copia en papel de un documento electrónico. El original podrá verificarse en <http://www.aytolucena.es> (Validación de documentos)

Firmado por La Coordinadora GRACIANO SERENA ELIDA el 09-02-2023

Firmado por La Concejala Delegada ALONSO MONTEJO MARIA TERESA el 09-02-2023