



**PLAN LOCAL DE
COMERCIO
EJE A DE LOS
CABALLEROS
2017 - 2020**

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. FUNDAMENTACIÓN	6
2.1. Marco Normativo	
2.2. Marco Conceptual	
3. METODOLOGÍA	9
3.1. Proceso participativo para la elaboración del I Plan Local de Comercio de Ejea	
3.2. Estructura organizativa para la elaboración del Plan	
3.2.1. Equipo motor.	
3.2.1. Actores y Actrices implicados	
4. ANALISIS DE SITUACION	12
4.1. Perfil socio-demográfico de Ejea, de su población y del comercio.	
4.2. Evolución histórica de la localidad y de las políticas de comercio.	
4.3. Estudio DAFO	
5. POBLACION E INSTITUCIONES VINCULADAS AL PLAN	18
5.1. El Sector Comercio	
5.2. Las empresas como demandantes de bienes, productos y servicios.	
5.3. Las instituciones públicas y la iniciativa social.	
5.4. Toda la comunidad, toda la Sociedad de Ejea y los pueblos y la economía local.	
5.5. La población en su conjunto.	
6. ESTRATEGIAS, LINEAS DE ACTUACION Y MEDIDAS	20
Línea 1- Marca del sector comercial de Ejea de los Caballeros	
Línea 2- Promoción, animación y fidelización del comercio local.	
Línea 3- Innovación competitiva del sector.	
Línea 4- Gestión de los procesos y profesionalización de la actividad comercial que permita incrementar la calidad.	
Línea 5- Potenciar el comercio de proximidad y mejorar el que ya está asentado.	
Línea 6- Espacio urbano	
7. COORDINACION Y EVALUACION DEL PLAN	31
8. RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y FINANCIEROS	33

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento refleja el resultado del análisis de la situación que vive el comercio en el municipio de Ejea de los Caballeros, en Ejea y Pueblos, vista por los ojos de los propios protagonistas y de los agentes sociales que interactúan con ellos en el ámbito de sus competencias comunes.

El Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros viene desarrollando múltiples acciones en diferentes ámbitos y en colaboración con el tejido empresarial y asociativo del sector comercio. Esta interacción ha llevado a un momento de reflexión en el que somos conscientes de que esta diversidad de acciones requiere de un enfoque común en la acción, sustentado por la importancia de las políticas transversales en este ámbito.

Este documento pretende ser un instrumento que aglutine acciones bajo la premisa de que un municipio que considere el comercio como una de las actividades protagonistas de su economía debe fomentar la convivencia de un conjunto diverso de formatos comerciales, localizados en puntos distintos y con intereses muy diferentes.

Partiendo de un marco normativo y conceptual en el que se encuadran el desarrollo y la implementación de las políticas en materia de comercio y su sector, se enuncian los principios rectores del presente plan y los criterios que se han tenido en cuenta para su elaboración.

Seguidamente se hace un recorrido que expone el proceso participativo de elaboración de este Plan y la estructura organizativa para su seguimiento y desarrollo, entrando posteriormente en un análisis objetivo de la realidad local vinculada al sector del comercio.

Los objetivos y medidas del capítulo 6 reflejan de manera práctica las actuaciones a realizar en cada ámbito del plan y que son fruto de las propuestas presentadas en el proceso de participación que ha llevado a la construcción del plan.

La coordinación, metodología de evaluación y recursos necesarios para convertir este plan en una realidad quedan plasmados en los dos últimos puntos del documento.

2. FUNDAMENTACIÓN

A pesar de las mejoras que reflejan los indicadores económicos del sector comercio en los años 2014 y 2015, la crisis económica del año 2008 y el fuerte descenso de la demanda continúan afectando, hoy en día, al comercio minorista y, en especial, al pequeño comercio tradicional.

El comercio de Ejea de los Caballeros y sus Pueblos se encuentra en un complicado momento en el que analizar y reflexionar sobre su situación se antoja imprescindible para garantizar no solo un desarrollo sostenible, sino también su supervivencia y repercusión en la economía local.

En los últimos años la mejora de las comunicaciones y la mayor rapidez de desplazamiento, junto con la proliferación de grandes y medianas superficies y la consolidación del comercio electrónico, han modificado, de manera sustancial, el terreno de juego en el que actuaban los consumidores y el pequeño comercio local.

Las compras se conciben como una actividad integrada en el tiempo de ocio del consumidor que, al mismo tiempo, se ha convertido en un agente más exigente, más informado y que valora de forma exponencial la agilidad y la rapidez en el proceso de compra.

Ante esta nueva situación, en la que la incertidumbre y la competitividad extrema desempeñan un papel importante, se plantean nuevos escenarios que no solo han de ser considerados como amenazas, sino también como oportunidades.

Por tanto, si en un entorno tan globalizado y tan cambiante como el actual, el pequeño comercio ejeano quiere optar por un escenario que se traduzca en oportunidades, es fundamental analizar la situación actual en la que se encuentra, definir una estrategia a ejecutar en el medio y en el largo plazo y evaluar cada una de las actuaciones llevadas a cabo.

Todo esto hay que efectuarlo sin olvidar la importancia que el pequeño comercio tiene en el desarrollo económico y social en el municipio de Ejea de los Caballeros. Importancia que ha llevado al Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros a considerarlo, desde hace años, como uno de los sectores estratégicos de desarrollo del municipio y a implementar medidas de apoyo que necesariamente deben ir adaptándose a las nuevas situaciones que la propia evolución del sector y de la sociedad van generando.

Esto nos lleva a plantear la necesidad de definir una serie de estrategias de dinamización y acciones de mejora del entorno comercial dirigidas a mejorar la actividad comercial del municipio; aprovechando la situación geográfica que ocupa el municipio de Ejea de los Caballeros, siendo referencia comercial de toda la Comarca de las Cinco Villas.

2.1. Marco Normativo

CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA, artículo 51 (BOE de 29 de diciembre de 1978)

REAL DECRETO de 22 de agosto de 1885, por el que se publica el Código de Comercio

LEY 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. (BOE nº 15, de 17 de enero de 1996).

LEY Orgánica 2/1996, de 15 de enero, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista. (BOE nº 15, de 17 de enero de 1996).

LEY 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales. (BOE nº 307, de 22 de diciembre de 2004).

REAL DECRETO 367/2005, de 8 de abril, por el que se desarrolla el artículo 17.3 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista, y se definen los productos de alimentación frescos y perecederos y los productos de gran consumo. (BOE nº 100, de 27 de abril del 2005).

LEY 4/2015, de 25 de marzo, de Comercio de Aragón. (BOA nº 68, de 10 de abril de 2015).

Ley 7/2005, de 4 de octubre, de horarios comerciales y apertura de festivos en Aragón, modificada por Ley 3/2017, de 4 de mayo (BOA nº 90, de 15 de mayo de 2015).

ORDEN EIE/846/2017, de 14 de junio, por la que se regula el funcionamiento del Registro de Actividades Comerciales de Aragón. (BOA nº 123, de 29 de junio de 2017).

DECRETO 160/2014, de 6 de octubre, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba la segunda revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón. (BOA nº 204, de 17 de octubre de 2014).

DECRETO 161/2014, de 6 de octubre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula el Observatorio Aragonés del Comercio. (BOA nº 204, de 17 de octubre de 2014).

ORDEN EIE/815/2016, de 25 de julio, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas correspondientes a actividades y proyectos del sector artesano, comercio interior y ferias, en la Comunidad Autónoma de Aragón. (BOA nº 152, de 8 de agosto de 2016).

REAL DECRETO 201/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen franquicia y la comunicación de datos al Registro de Franquiciadores. (B.O.E. nº. 63, de 13 de marzo de 2010).

REAL DECRETO 200/2010, de 26 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a

distancia y la inscripción en el Registro de empresas de ventas a distancia, para su adaptación a la Directiva 2006/123/CE del Parlamento europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior. (BOE nº 63 de 13 de marzo de 2010).

2.2. Marco conceptual y objetivos

El modelo comercial que se plantea debería lograrse mediante la consecución de objetivos posibles y alcanzables, respetando las particularidades del municipio para conseguir una estructura comercial equilibrada. Para ello es recomendable respetar las distintas tipologías comerciales, formatos, tamaños y operadores en el municipio.

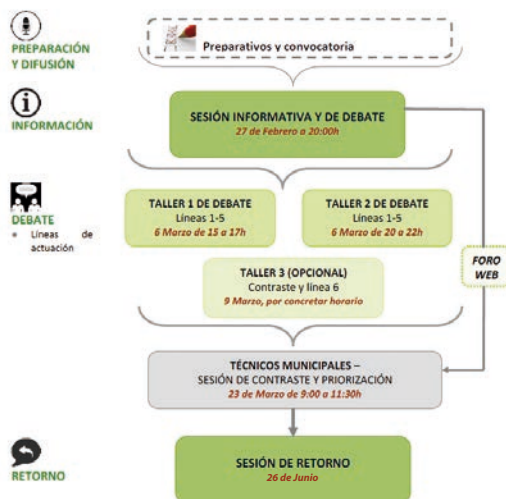
Es por esto que resulta imprescindible que el Plan tenga un carácter integrador y se trabaje desde una perspectiva interdisciplinar y transversal. Entendiendo la transversalidad como una forma de trabajar complementaria, contrastando los puntos de vista y las experiencias de diferentes agentes y servicios municipales y acordando puntos de partida y objetivos comunes.

El objetivo principal de este trabajo es proponer estrategias y actuaciones concretas dirigidas a consolidar el sector comercial del municipio, y con ello incentivar la economía local y el mercado de trabajo. Los objetivos generales que se persiguen son:

- Posicionar el municipio de Ejea de los Caballeros como ciudad comercial.
- Atraer mayor porcentaje de gasto al comercio local y retener el ya existente.
- Desarrollar acciones de mejora del espacio urbano y de mejora de las sinergias entre otros sectores locales y el comercio.
- Potenciar la implantación de tecnología, sistemas de calidad y de comercio sostenible para conseguir un comercio más competitivo y moderno.

3. METODOLOGÍA

De forma previa a la definición de las estrategias a seguir, se consideró que era oportuno tomar como base la participación de los agentes con incidencia en el sector comercial del municipio, para lo que el Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros solicitó a la Dirección General de Participación Ciudadana, Transparencia, Cooperación y Acción Exterior del Departamento de Ciudadanía y Derechos Sociales la inclusión del Plan Local de Comercio de Ejea y Pueblos en el Programa de Participación Ciudadana del Gobierno de Aragón, cuya metodología se ha seguido para la realización del mismo.



3.1 Proceso participativo para la elaboración del I Plan Local de Comercio de Ejea de los Caballeros

Fase 1. Planificación

- Solicitud de inclusión del proyecto en el Programa de Participación Ciudadana del Gobierno de Aragón.
- Creación de una partida presupuestaria específica.
- Reunión con el Director General de Participación Ciudadana, los técnicos del área, la Asociación de Comercio de Ejea y la consultora Inteligencia Colectiva que dará la asistencia técnica al proceso,
- Creación del equipo motor para la planificación técnica y coordinación del proceso y para determinar el mapa de actores intervinientes.

Fase 2. Información

Sesión informativa: 27 de febrero 2017. 32 participantes.

Para la sesión informativa se plantearon y cumplieron estos cuatro objetivos básicos:

- Presentar el proceso de participación.
- Explicar y contrastar la situación actual del comercio en Ejea
- Exponer las estrategias y líneas de actuación recogidas en el borrador de trabajo.
- Abrir un espacio para aclarar conceptos sobre el proceso.

Fase 3. Deliberación

Taller 1 de debate, de 15 a 17 horas (15 participantes) y Taller 2 de debate, de 20 a 22 horas (15 participantes), celebrados el 6 de marzo de 2017. En ambos talleres se trabajó en la identificación de acciones concretas para su incorporación al borrador del Plan de comercio. Las líneas de actuación seleccionadas por los asistentes para el trabajo en grupos fueron:

- Promoción del comercio de Ejea de los Caballeros a través de las redes sociales.
- Reducir la brecha digital existente: combinar estrategias que permitan establecer la venta online como canal complementario a la venta presencial.
- Reconocimiento a la labor destacada del comercio.
- Fortalecimiento de la cooperación empresarial a través del movimiento asociativo. Fomentar el asociacionismo comercial.
- Fomento de foros de debate entre agentes vinculados al comercio. Organización de talleres y jornadas sobre temas de actualidad: como instrumento de análisis y reflexión sobre temas de especial relevancia para el sector comercial.
- Potenciar la formación.

Taller 3 de debate, 9 de marzo de 2017, de 20 a 22 horas. (13 participantes). El tercer taller participativo se reservó para el último punto del borrador del Plan de Comercio: Espacio Urbano.

Fase 4. Retorno

Sesión de retorno. 26 de junio de 2017. De 20 a 21,30 horas (16 participantes). En ella se explicó el tratamiento dado a las aportaciones recogidas en el proceso participativo, recogiendo más aportaciones finales y resolviendo dudas sobre lo expuesto.

3.2. Estructura organizativa para el seguimiento y desarrollo del Plan

3.2.1. Equipo motor

Formado por la concejala delegada del área, el personal técnico de Sofejea, el representante y la técnica de Ejea Comercio, un técnico de la Dirección General de Participación Ciudadana del Gobierno de Aragón y un facilitador.

3.2.2. Mapa de actores/ actrices

Aunque se considera abierto, la convocatoria se concentra en:

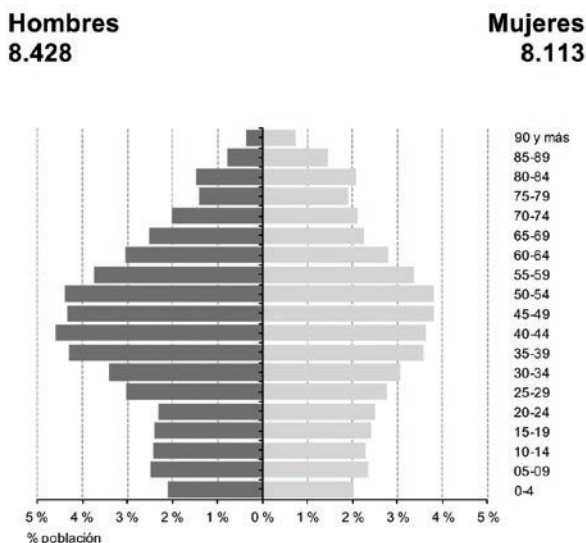
- Asociación de Comercio, Industria y Servicios de las Cinco Villas (Ejea Comercio)
- Asociación de Comercio y Servicios del Casco Antiguo de Ejea.
- Asociación Ejea Hostelera.
- Asociación Empresarial de las Cinco Villas
- Organizaciones sindicales: UGT, CC.OO. y UPTA
- Juntas Vecinales de los Pueblos de Ejea
- Técnicos municipales de diferentes áreas del Ayuntamiento de Ejea (Urbanismo, Desarrollo Económico, Cultura, Servicios Sociales, Participación Ciudadana, Pueblos y Barrios, Servicios Públicos, etc.)



4.- ANÁLISIS DE SITUACIÓN

El objetivo final de este Plan es proponer estrategias y actuaciones concretas dirigidas a consolidar el sector comercial. Pero antes de plantear cualquier estrategia es necesario establecer un diagnóstico claro sobre la situación actual del comercio.

4.1.- Perfil socio-demográfico de Ejea y del sector comercial



Fuente: Padrón Municipal de habitantes Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros

Indicadores demográficos	Municipio	Aragón
Población de 65 y más años	19,1%	21,3%
Edad media	43,7	44,4
Tasa global de dependencia	48,7	54,7
Tasa de feminidad	96,3	102,2
Extranjeros	11,8%	10,1%

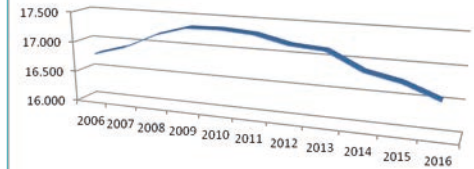
Pob. 65 y más	$(\text{Pob. } >65 / \text{Pob. Total}) \times 100$
TG. dependencia	$(\text{Pob. } <14 + \text{Pob. } >65 / \text{Pob. de 15 a 64}) \times 100$
Feminidad	$(\text{Pob. Total mujeres} / \text{Pob. Total hombres}) \times 100$
Extranjeros	$(\text{Pob. Extranjera} / \text{Pob. Total}) \times 100$

EVOLUCION CENSAL

Cifras oficiales a 1 de enero

Año	Población
2006	16.785
2007	16.935
2008	17.178
2009	17.331
2010	17.344
2011	17.306
2012	17.180
2013	17.139
2014	16.870
2015	16.754
2016	16.541

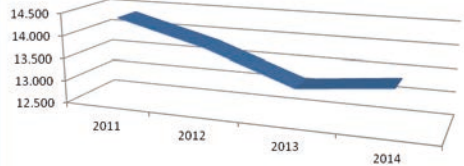
Evolución Censal



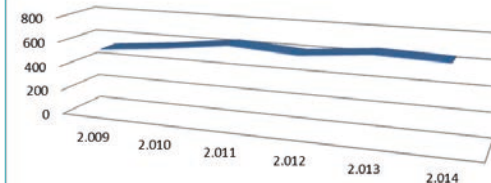
Renta disponible bruta per cápita

2011	14.360
2012	13.852
2013	13.152
2014	13.358

Renta disponible bruta per cápita



ACTIVIDADES COMERCIALES (CNAE)

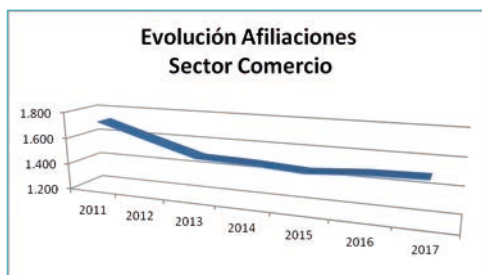


	Año					
	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas, agencias de viajes.	532	583	651	616	666	649

* IAEST datos empresas según CNAE



Evolución afiliaciones Sector Comercio	
Cifras oficiales septiembre	
Año	Afiliados
2011	1.721
2012	1.608
2013	1.498
2014	1.486
2015	1.462
2016	1.490
2017	1.499



4.2.- Evolución histórica de la actividad comercial del municipio

La principal riqueza de Ejea se ha basado, a lo largo de la historia, en los productos agropecuarios, con los que la población trató de autoabastecerse. Apenas se daba un artesanado casero de mera subsistencia y el comercio escaseaba. Desde antiguo, con carácter comercial, se celebraron en la villa ferias, principalmente ganaderas, cuya función era revitalizar el mercado exterior, con las exenciones fiscales que conllevaban. Para ello, en 1305 Jaime II concedía a Ejea el privilegio de montar feria durante quince días, privilegio que después ampliaría Alfonso V en 1418. Estas ferias eran punto de encuentro y espacio para todo tipo de transacciones económicas y de relaciones sociales. A principios del siglo XX se ubicaron en el Ensanche de Luchán e incorporaron concursos de ganado y de maquinaria agrícola.

Las actividades comerciales han dado su nombre a algunas vías ejeanas, como la calle de Las Tiendas (actual Julina Larena), la calle Carnicerías (Toril) o la calle Herrerías. También se recuerdan otros oficios en topónimos que seguimos conservando, como los de la calle Horno Grande, calle Hornico, calle Cantarería, calle Matadero, calle Molino Bajo, calle Aguador o calle Yeserías.

Hacia 1780 Ejea era un centro productor de tejidos de lana (“anascotos medianos, paños, cordellates, estameñas, mantas y bayetas comunes”) que gozaban de cierta fama. Había 16 talleres y dos casas de factoría de propietarios catalanes. En 1780 y 1791 se establecieron dos fábricas de sombreros y también se elaboraban curtidos de piel para “badanas y cordobanes”. En 1790 se conoce la existencia de una fábrica de jabón. Ya en el siglo XIX existieron una fábrica de aguardiente, nueve fábricas de estambres y tejidos de lanas de dos telares, un batán de un mazo, una fábrica de extracto de regaliz y varias fábricas de hilados de tejidos de cáñamo.

A principios del siglo XX, a raíz de la inauguración del ferrocarril Gallur-Sábada, en 1915, se revitalizó la comercialización de los productos cincovilleses, principalmente trigo, harina y remolacha y se favoreció un cierto desarrollo industrial. Se instalaron fondas y pequeños establecimientos de ultramarinos, de vinos o de venta de abonos. Los grandes comercios fueron los de Abrahán Guimbao, al comienzo de la calle Herrerías, y más tarde Casa Berni, en la calle Huesca. Se recuerdan otros como el “El 0,95” o El Ram, se multiplicaron farmacias, guarnicionerías, peluquerías, confiterías, zapaterías o almacenes de tejidos, muchos ya desaparecidos, pero algunos aún subsisten, como el de la Vda de Juan Aznárez, “La Casiana”, fundado hacia 1870. También fueron abundantes los pequeños negocios familiares destinados al ocio y recreo de los ejeanos, como fueron los bares, tabernas, cafés, bailes y casinos.

Las primeras grandes industrias fueron las harineras, La Primitiva y la Modelo, que se instalaron entre 1900 y 1908 en el Paseo del Muro. Dos décadas después, se habían diversificado las actividades artesanales (talabarterías, alpargaterías, peleterías, cesterías, hornos

de pan, herrería, carpintería, carretería, guarnicionería, mobiliario, etc.), con otras de carácter industrial como las de producción de aceite, aguardiente, chocolate o fábricas de gaseosas y de lejías. Otras industrias se dedicaban a imprentas, a la fabricación de materiales para la construcción, talleres de electricidad, talleres de serrería y maderas y producción de sacos.

Con la llegada del regadío a Ejea, a partir de 1959, se reactivó la economía ejeana, evidente en la proliferación de las entidades financieras en la villa. Surgieron nuevas actividades comerciales basadas en la industria de la maquinaria agrícola y en la industria agroalimentaria. La demanda de gran mano de obra para estas labores se tradujo en un aumento de la población y, en consecuencia, en una revitalización del comercio ejeano, con la proliferación de pequeños establecimientos de todo tipo, situados no ya sólo en el casco antiguo sino también en las nuevas vías principales del Ensanche.

A partir de los años 60, y sobre todo en los 70 del siglo XX, se produjo un paulatino basculamiento de la zonificación comercial de Ejea, que tiene mucho que ver con el desarrollo urbano de la ciudad.

El tradicional eje comercial de las calles Mediavilla-Plaza España-Ramón y Cajal se vio desplazado por una nueva centralidad urbana, que toma como referencia el eje en T que forma la Avenida Coscolluela y el Paseo del Muro. Este nuevo eje comercial se extendió en forma de malla por todas las calles paralelas y perpendiculares del llamado Ensanche, aprovechando el diseño de manzanas de edificios con pisos y ocupando los locales comerciales los bajos de dichos bloques de vivienda. Esta zona comercial se desarrolló a lo largo de los años 70 y 80 del siglo XX.

A partir de la década de los 90 se fue generando un nuevo eje de desarrollo urbano, que partiendo del Paseo de la Constitución como vía estructurante, se ha expandido hacia el este de la ciudad, generando una nueva zona residencial que combina edificios de pisos con viviendas unifamiliares. La construcción de nuevos equipamientos de servicios (Ciudad Deportiva, Hospital de Ejea, Residencia Elvira Otal, OCA, centros educativos, grandes superficies comerciales, etc.), junto a este nuevo espacio residencial, ha contribuido a la generación de una serie de sinergias que han provocado la constitución de un nuevo espacio comercial pujante en esta zona, que combina los comercios con los hostelería, y que todavía se halla en fase de expansión.



4.3.- Análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de competitividad: bajo nivel de especialización y poco atractivo para el consumidor ➤ Empresarios individualistas, resistentes al cambio y poco participativos ➤ Escasa incorporación a las nuevas tecnologías ➤ Falta de formación entre profesionales del sector ➤ Falta de acuerdo en los horarios comerciales ➤ Existencia de locales vacíos en estado degradado que empobrecen la zona comercial ➤ Ausencia de establecimientos comerciales y de ocio de prestigio 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elevada competencia de las grandes y medianas superficies, con marcado carácter lúdico, tanto dentro del territorio como de Zaragoza o Tudela ➤ Competencia global a través del comercio electrónico. ➤ Nuevas fórmulas de comercialización legalizadas: pop up stores. ➤ Clientes menos fidelizados y con mayor acceso a información. ➤ Comportamiento divergente de consumidores. ➤ Bajos niveles de crecimiento demográfico.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Importancia del comercio para la continuación de un modelo de ciudad y para condicionar su desarrollo ➤ Existencia de una oferta comercial variada ➤ Existencia de un Tejido asociativo activo y dinámico ➤ Aspectos diferenciadores a resaltar: trato familiar y directo al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyo al pequeño comercio por parte de las Administraciones Públicas. ➤ Nuevas tendencias del mercado ➤ Nuevas tecnologías y comercio electrónico ➤ Existencia de recursos humanos con formación dispuestos a incorporarse al sector. ➤ Locales en adecuadas condiciones a precios asequibles. ➤ Mejora en el acceso a financiación bancaria. ➤ Programas de apoyo y fomento municipales que facilitan la finalización. ➤ Importantes inversiones en infraestructura urbana (ampliación de aceras, aparcamiento con zona azul, mobiliario urbano, limpieza) que tiene impacto directo y positivo en el ámbito comercial.

5.- POBLACIÓN E INSTITUCIONES VINCULADAS AL PLAN

El Plan Local de Comercio de Ejea de los Caballeros tiene una multitud de destinatarios y destinatarias de sus acciones. El comercio local es uno de los vectores de la economía local y un eje de desarrollo prioritario de las políticas municipales, pero además se constituye como un sector proveedor de bienes y servicios a la población en su conjunto y también a otros agentes económicos. Por todo ello podemos concluir que el comercio representa un sector de vital importancia para la estructura económica de Ejea de los Caballeros.

5.1.- El Sector Comercio

Como sector comercio nos referimos a los comerciantes que ofrecen bienes productos y servicios. Según datos del IAEST a fecha 2014 (última fecha actualizada) se registraban 649 actividades económicas en el sector comercio.

En la actualidad (datos de junio de 2017) hay 1.499 personas de alta en la seguridad social en actividades que se pueden encuadrar en el sector comercio.

5.2.- Las empresas como demandantes de bienes, productos y servicios

En este punto se produce una doble funcionalidad, pues las empresas son al mismo tiempo productoras de bienes, productos y servicios y demandantes de estos como inputs para elaborar los productos, servicios y bienes que comercializan.

El número de empresas según el último dato del IAEST es de 2.679 (Actividades Económicas según CNAE a fecha 2014).

5.3.- La población en su conjunto

A fecha de 31 de diciembre de 2016 la población oficial del municipio de Ejea es de 16.541 personas, todas ellas demandan bienes que son provistos, entre otros, por los diferentes comercios de la localidad. Por ello, un plan estratégico dirigido al sector comercio no tiene que perder la visión de los clientes y consumidores finales, ya que hay que trabajar con este grupo para poder desarrollar determinadas acciones que se prevén en este plan.

Sin embargo, el ámbito territorial de actuación del Plan se debe hacer extensivo a zonas limítrofes tales como la Ribera de Navarra, Comarca de las Cinco Villas u otras comarcas cercanas, por lo que se incrementara el número de destinatarios de algunas acciones concretas en materia de dinamización y promoción comercial.

5.4.- Las instituciones públicas y la iniciativa social

Hay una serie de instituciones públicas y entidades profesionales que desarrollan su actividad en el Sector del Comercio, así como asociaciones que dirigen sus acciones a la promoción, dinamización y protección del sector. Aunque existen muchas otras, destacamos las siguientes:

- Ayuntamiento de Ejea.
- SOFEJEA
- Asociación de Empresarios del Comercio, Industria y Servicios.
- Asociación Empresarial de las Cinco Villas
- Adefo Cinco Villas
- Comarca de las Cinco Villas.
- Ejea Hostelera.
- Unión de Pequeños Trabajadores Autónomos.
- Cámara de Comercio Industria y Servicios de Zaragoza.

Existen otras instituciones que también se encuentran vinculadas al sector como el Instituto Aragonés de Empleo, sindicatos (UGT, CCOO), asociaciones empresariales, etc.

5.5.- Toda la comunidad, toda la Sociedad de Ejea y los pueblos y la economía local

Se trata de un sector de vital importancia para el desarrollo económico y social de Ejea de los Caballeros y sus pueblos. La comunidad y la economía local se ven concernidas por los cambios, mejoras o coyunturas que acaecen al sector. No se debe olvidar que el comercio vertebró la ciudad, en cuanto a la generación de un espacio de convivencia, contacto entre las personas, y lugar de encuentro social.

El comercio es la actividad económica que genera más interrelación entre los habitantes del municipio. En conclusión, el comercio se convierte en un agente dinamizador de la vida social, del desarrollo local y urbano.



6.- ESTRATEGIAS, LÍNEAS DE ACTUACIÓN Y MEDIDAS

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

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

Actuación 1. Desarrollo de la imagen corporativa del comercio local.		
Objetivo		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación y visualización del comercio como sector estratégico. 2. Unificar la identidad del sector. 		
Medida	Agente	Temporalización
1.1.1. Diseño de una imagen atractiva, directa y actual.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017
1.1.2. Adaptación de la imagen a la estrategia del Plan.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017
1.1.3. Crear una base de datos de comercios adheridos e identificación de los mismos.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2018
Indicadores de gestión individualizados.		
1. Número de comercios adheridos.		
Actuación 2. Manual de identidad corporativa.		
Objetivo		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidar y profesionalizar una identidad común de todo el sector. 2. Regular el uso unitario de esa identidad. 		
Medida	Agente	Temporalización
1.2.1. Redacción del manual	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2018
1.2.2.. Formación en identidad corporativa	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2018
Indicadores de gestión individualizados.		
1. Número de comercios participantes en la formación.		

Actuación 3. Campañas de comunicación de la imagen corporativa.

Objetivo

1. Acercar la actividad comercial a la sociedad.
2. Promocionar y poner en valor la importancia socio- económica del comercio.
3. Incentiva la compra en el comercio local.

Medida	Agente	Temporalización
1.1.1. Diseñar diferentes tipos de campañas promocionales teniendo en cuenta diferentes sectores, edades, interés, etc, del público objetivo.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
Indicadores de gestión individualizados.		
1. Número de acciones realizadas.		

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

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

Actuación 1. Acciones de promoción comercial.

Objetivo

1. Incentivar el consumo el comercio local.
2. Destacar la importancia del comercio local para la economía municipal.

Medida	Agente	Temporalización
1.1.1 Creación de una Comisión Técnica.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.1.2. Desarrollo de campaña publicitaria general	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.1.3 Desarrollo de campañas sectoriales conjuntas y/o zonificadas(Campañas de descuentos, campañas específicas, ...)	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.1.4 Aprovechar las sinergias creadas por los eventos organizados desde el Ayuntamiento para la difusión del sector.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020

2.1.5 Fomentar y facilitar la participación de los comercios en los Eventos Feriales y/o similares, organizados por el Ayuntamiento.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.1.6 Extender las campañas de promoción comercial a localidades del área de influencia próxima	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.1.7 Trabajar para el incremento de la presencia del sector comercial ejeano en medio de comunicación buscando formatos profesionalizados.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.1.8 Creación de un directorio comercial on-line, APP o similar	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020

Indicadores de gestión individualizados.

1. Número de campañas realizadas.
2. Número de eventos en los que se participa.
3. Comercios participantes en cada una de las acciones.

Actuación 2. Acciones de animación comercial.

Objetivo

1. Incentivar el consumo el comercio local.
2. Dinamizar el sector, con el desarrollo de actuaciones innovadoras y creativas.

Medida	Agente	Temporalización
2.2.1 Promover y potenciar actividades culturales y de ocio en las diferentes zonas comerciales.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.2.2 Desarrollar acciones que incentiven el consumo (música en las calles, decoración ambiental,...)	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.2.3 Apoyar la instalación de comercios singulares.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020

Indicadores de gestión individualizados.

1. Número de acciones realizadas.
2. Número asesorías realizadas con comercios singulares.

Actuación 3 Campaña de fidelización de la población.

Objetivo

1. Fidelización de los actuales clientes.
2. Incremento de las compras en el comercio local.
3. Posicionar al comercio local en la intención de compra del cliente.

Medida	Agente	Temporalización
2.3.1 Diseño de campañas de fidelización.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.3.2 Acciones de empoderamiento del comercio local	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.3.3 Visibilizar la importancia económica y de ocupación laboral del comercio local (colectivos prioritarios)	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.3.4 Fomentar el reconocimiento social del comercio local como un comercio competitivo y de calidad.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.3.5 Propiciar el encuentro y colaboración entre comercio y hostelería	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.3.6 Apoyo y refuerzo de la actividad hostelera de calidad como un atractivo local que repercuta en la actividad comercial.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
2.3.7 Creación de un programa escolar , el Comercio en la Escuela	Área de Educación	2017-2020

Indicadores de gestión individualizados.

1. Número de campañas realizadas.
2. Número de acciones realizadas vinculadas con el sector hostelero
3. Numero de escolares alcanzados.

Línea 3 / Innovación competitiva del sector.

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

Actuación 1. Plan de renovación de los establecimientos comerciales		
<p>Objetivo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Facilitar la actualización de los establecimientos comerciales. 2. Propiciar que los establecimientos comerciales se adapten a los estándares de calidad y tendencias. 3. Fomentar una imagen actual del comercio. 		
Medida	Agente	Temporalización
3.1.1 Crear una línea específica de financiación de inversiones en comercios.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
3.1.2 Programa formativo municipal actualizado conforme a las demandas del sector.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
3.1.3 Realización de consultorías específicas especializadas.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
<p>Indicadores de gestión individualizados.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Subvenciones y/o ayudas concedidas e importe de las mismas. 2. Participantes en las acciones formativas. 3. Consultorías realizadas en comercios. 4. Acciones formativas desarrolladas y coste de las mismas. 		
Actuación 2. Plan de relevo generacional		
<p>Objetivo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fomentar el relevo generacional. (Familiar y/o nuevo emprendimiento) 2. Evitar el cierre de comercio consolidando el sector ya existente. 3. Facilitar a personas emprendedoras la identificación de oportunidades de negocio. 4. Detección de empresas sin relevo 		
Medida	Agente	Temporalización
3.2.1 Asesoramiento técnico	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
3.2.2 Creación y difusión de una Bolsa de Traspasos.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020
3.2.3 Creación de una línea de ayudas.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020

Actuación 3 Diagnóstico de la innovación

Objetivo

1. Análisis de la situación actual en el ámbito de la innovación.
2. Detención de necesidades.
3. Fomento de la innovación.

Medida	Agente	Temporalización
3.3.1 Realización de diagnóstico.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020
3.3.2 Acciones formativas en innovación.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020
3.3.3 Estudio de buenas prácticas a implantar y creación de un catálogo.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020

Indicadores de gestión individualizados.

1. Numero de diagnósticos realizados.
2. Numero de acciones formativas y participantes en las mismas.
3. Coste de las acciones realizadas.

Actuación 4 Promoción del comercio de Ejea de los Caballeros a través de las redes sociales

Objetivo

1. Mejorar la visibilización del comercio Local.
2. Llegar al público objetivo usuario de estas formas de comunicación.
3. Potenciar la presencia en redes sociales.

Medida	Agente	Temporalización
3.4.1 Difusión a través de las redes sociales municipales de acciones conjuntas del comercio.	Área de Nuevas Tecnologías	2018-2020
3.4.2 Acciones formativas en comunicación digital	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020

Actuación 5. Reducir la brecha digital

Objetivo

1. Mejorar la competitividad del sector.
2. Incrementar las ventas a través de canales tradicionales.
3. Implantar nuevos canales de venta no tradicionales.
4. Mejorar la imagen del sector.

Medida	Agente	Temporalización
3.5.1 Combinar estrategias que permitan establecer la venta en line como canal complementario a la venta presencial.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020
3.5.2 Acciones formativas.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020
3.5.3 Apoyar la creación de páginas webs.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020
3.5.4 Potenciar la creación de e-commerce	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020

Indicadores de gestión individualizados.

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

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

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

Actuación 1. Reconocimiento a la labor destacada del comercio		
Objetivo		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Puesta en valor de la importancia socio-económica del sector. 2. Empoderamiento del sector. 		
Medida	Agente	Temporalización
4.1.1 Estudio del impacto del comercio en la economía local	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2019-2020
4.1.2 Priorizar compras comercio local por parte del Ayuntamiento.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
4.1.3 Campañas de priorización de compra en el comercio local por parte de otras administraciones, instituciones y sectores locales.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
Indicadores de gestión individualizados.		
1. Porcentaje de compras realizadas en el comercio local y cuantía total de las mismas.		
Actuación 2. Fortalecimiento de la cooperación empresarial		
Objetivo		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fomentar el asociacionismo del comercio local. 2. Crear sinergias entre diferentes sectores. 3. Realización de actuaciones conjuntas. 		
Medida	Agente	Temporalización
4.2.1 Conocer experiencias exitosas de otras localidades.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
4.2.2 Fomentar encuentros con otras asociaciones u organizaciones sectoriales	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
4.2.3 Propiciar acciones de participación conjuntas	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
Indicadores de gestión individualizados.		
1. Acciones conjuntas desarrolladas.		

Actuación 3 Fomento de los foros de debate entre agentes vinculados al comercio.

Objetivo

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

Medida	Agente	Temporalización
4.3.1 Organización de talleres y jornadas	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
4.3.2 Acciones formativas	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
4.3.3 Fomento del trabajo en red.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
4.3.4 Aprovechamiento de recursos de otras entidades colaboradoras con el Ayuntamiento para mejorar la competitividad del sector.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020

Indicadores de gestión individualizados.

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

Actuación 4. Potenciar la formación.

Objetivo

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

Medida	Agente	Temporalización
4.4.1 Elaboración de un programa formativo	Área de Nuevas Tecnologías	2018-2020

Indicadores de gestión individualizados.

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

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

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

Actuación 1. Apoyo al comercio de proximidad.		
Objetivo		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dotar al comercio de proximidad local de herramientas para competir frente a las amenazas detectadas. 2. Fomentar la competitividad del comercio de proximidad. 		
Medida	Agente	Temporalización
5.1.1. Adaptar las acciones a realizar a la singularidad y dificultades derivadas de la ubicación del comercio (Pueblos , Casco Histórico,...)	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
5.1.2. Mantener los diferentes programas municipales de subvenciones y ayudas.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
5.1.3. Convenio de colaboración con las asociaciones del comercio	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2017-2020
Indicadores de gestión individualizados.		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ayudas y subvenciones concedidas e importe. 2. Actuaciones realizadas desagregadas por zonas comerciales. 		
Actuación 2. Censo de locales vacíos		
Objetivo		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Disponer de un censo con locales vacantes para la instalación de una actividad comercial. 2. Facilitar la instalación de nuevos emprendedores en el sector comercio. 3. Fomento de la ocupación de locales disponibles. 		
Medida	Agente	Temporalización
5.2.1 Elaboración del censo	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020
5.2.2 Campaña creativa en los locales puestos a disposición	Área de Economía, Fomento y Patrimonio.	2018-2020
Indicadores de gestión individualizados.		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de locales censados. 2. Número de locales participantes en la campaña. 		

Línea 6- Espacio urbano

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

Actuación 1. Mejora continuada del espacio urbano promoviendo actuaciones de reconversión de espacios comerciales y de mejora de la imagen de los núcleos comerciales.		
Objetivo		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Que el entorno urbano acompañe y favorezca la dinamización del sector. 2. Creación de espacios seguros, amigables y sostenibles. 		
Medida	Agente	Temporalización
6.1.1 Trabajo continuo en limpieza, ajardinamiento, mobiliario urbano y mejoras estéticas	Área de Urbanismo	2017-2020
6.1.2 Mejora del acceso a la fibra óptica y adaptación a nuevas tecnologías.	Área de Urbanismo	2017-2020
6.1.3 Facilitar la creación de nuevos espacios para el comercio de proximidad y calidad.	Área de Urbanismo	2017-2020
6.1.4 Implicar de manera transversal a todas las áreas municipales, en la ejecución de las medidas.	Área de Economía, Fomento y Patrimonio	2017-2020
Indicadores de gestión individualizados.		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inversiones realizadas 		

Actuación 2. Ganancia de espacio en la calle para el peatón.

Objetivo

1. Lograr una ciudad más habitable.
2. Mejorar la accesibilidad tanto del ámbito urbano como del comercial.
3. Fomentar las compras de proximidad.

Medida	Agentes	Temporalización
6.2.1 Plan de accesibilidad.	Área de Urbanismo	2017-2020
6.2.2 Plan de señalización viaria (horizontal y vertical)	Área de Urbanismo	2017-2020
6.2.3 Financiación de obras en la mejora de la accesibilidad de los comercios.	Área de Urbanismo	2017-2020
6.2.4 Mejora de la iluminación viaria con carácter sostenible.	Área de Urbanismo	2017-2020
6.2.5 Puesta a disposición de espacios al aire libre ligados a zonas comerciales, para eventos de ocio.	Área de Urbanismo	2017-2020
6.2.5 Facilitar la participación del sector en la planificación urbanística.	Área de Urbanismo	2017-2020

Indicadores de gestión individualizados.

1. Ejecución de los planes.
2. Inversiones realizadas
3. Subvenciones concedidas para mejorar la accesibilidad e importe de las mismas

7. COORDINACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PLAN

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

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

La Comisión Técnica del I Plan Local de Comercio de Ejea de los Caballeros se reunirá con carácter anual y tendrá las siguientes funciones de cara a este cometido:

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

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

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

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

- Participantes en el conjunto o de acciones.
- Coste económico de cada una de las acciones.
- Relación coste económico / población alcanzada.

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

De manera anual se realizará una memoria de actividades que incluirá estos y otros aspectos evaluativos del Plan, que permitirán extraer una serie de conclusiones tanto de carácter cuantitativo como de carácter cualitativo del cumplimiento del plan. Este análisis permitirá a una continua adaptación y reformulación del mismo, atendiendo a las conclusiones de estos indicadores así como a las demandas expresadas por el sector.

Las conclusiones del análisis anual realizado por la Comisión Técnica del I Plan de Comercio se presentarán ante la Comisión Informativa de Economía, Fomento, Agricultura, Medioambiente y Especial de Cuentas, con el fin de que los diferentes grupos políticos con representación municipal puedan realizar aportaciones y en aras de una mayor transparencia. Asimismo, se trasladarán dichas conclusiones, al sector del comercio aprovechando la celebración del Encuentro anual del Comercio o en un acto similar.

8. RECURSOS

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

8.1. Recursos humanos

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

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

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

8.2. Recursos materiales

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

8.3. Recursos financieros

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

Del mismo modo, desde la Administración Municipal se colaborará con cualquier otra asociación o agente social vinculados al comercio local, así como con el sector comercial en general.

Además, al tratarse de un plan transversal, existen numerosas partidas incluidas en el Presupuesto del Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros a través de las cuales se financiarán acciones y medidas concretas contempladas en este Plan. De esta forma se aplicarán fondos de las partidas de:

- Actividades promoción turística.
- Promoción empresarial.
- Actividades del Plan Local de Autónomos.
- Plan de Reactivación Económica del Casco Histórico.
- Plan Estratégico de los Pueblos de Ejea.
- Gastos diversos actividades feriales.
- Acciones de formación para el empleo.
- Convenios de colaboración con Entidades Empresariales.
- Cualquier otra que la correcta implantación del Plan y la evolución del mismo exija.

Por otra parte, en el Capítulo de Inversiones del Presupuesto Municipal también se recogen diferentes partidas que afectan directa o indirectamente al sector del comercio.

El Ayuntamiento de Ejea destina, dentro de su Presupuesto Anual diferentes partidas municipales a la concesión de subvenciones y ayudas que suponen un mecanismo de financiación directa para los destinatarios finales de este plan. En este sentido, son los trabajadores y trabajadoras autónomas y empresas del sector de comercio quienes representan un gran porcentaje de los beneficiarios de este tipo de ayudas municipales. Estas partidas son:

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

Para la financiación de las diferentes acciones y medidas que recogen este plan se estudiará las posibilidades que ofrecen otras administraciones e instituciones a través de subvenciones, líneas de colaboración o acuerdos. A este respecto cabe destacar las diferentes líneas de colaboración y alianzas que el Ayuntamiento de Ejea y la Agencia Municipal de Desarrollo, SOFEJEA, ya tienen afianzadas con otras instituciones, tales como Fundación Aula Dei, Instituto Aragonés de Fomento, asociaciones empresariales, Adefo Cinco Villas, etc.

Con ello se intenta, además de crear sinergias que favorezcan la implantación de políticas públicas, poner a disposición de la consecución de objetivos que persigue este Plan de Comercio de Ejea el mayor número de recursos financieros posibles.



AYUNTAMIENTO DE
EJEA DE LOS CABALLEROS



Asociación de Empresarios de Comercio, Industria y
Servicios de La Comarca de Cinco Villas

