

PROCESO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
PARA ELABORAR EL
I PLAN LOCAL DE COMERCIO DE EJEA DE LOS CABALLEROS

INFORME DE PARTICIPACIÓN DEL PRIMER TALLER

Ejea de los Caballeros, 6 de marzo de 2017



PLAN LOCAL DE
COMERCIO
EJEA DE LOS
CABALLEROS

Índice

1. Introducción	1
2. Organización	3
3. Resultados de la sesión.....	5
Acciones concretas a incorporar en el borrador del plan de comercio	5
3.1. Línea 3.4. Promoción del comercio a través de las redes sociales y Línea 3.5. Reducir la brecha digital existente.....	6
3.2. Línea 4.1. Reconocimiento a la labor destacada del comercio.	7
3.3. Línea 4.2. Fortalecimiento de la cooperación empresarial a través del movimiento asociativo. Fomentar el asociacionismo comercial.	8
3.4. Línea 4.3. Fomento de foros de debate entre agentes vinculados al comercio. Organización de talleres y jornadas.....	11
3.5. Línea 4.4. Potenciar la formación.	11
Línea 2. Promoción, animación y fidelización del comercio local.....	12
4. Evaluación de la sesión	14

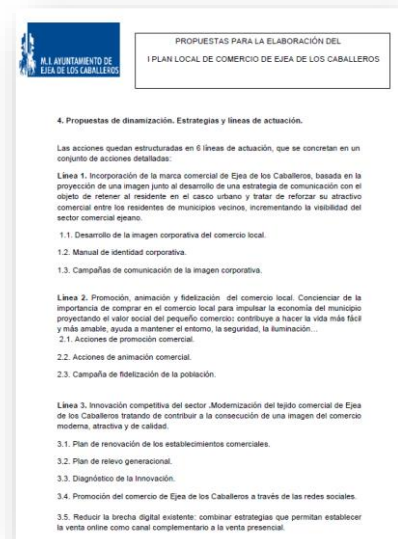


1. Introducción

El comercio local desempeña un relevante papel en la actividad económica municipal y la dinamización del espacio urbano. Sin embargo, el pequeño comercio tradicional de muchos municipios atraviesa una situación compleja que, entre otros factores, se debe al descenso de la demanda desde 2008; a la proliferación de grandes y medianas superficies; la mejora de las comunicaciones y los desplazamientos a grandes centros urbanos para realizar compras y por motivos de ocio; a la consolidación del comercio electrónico; a las necesidades de adaptación constante con respecto a las tendencias de consumo y exigencias del consumidor actual, etc.

Ante esta situación, el Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros ha planteado algunas líneas de actuación o estrategias con los objetivos de contribuir a garantizar la supervivencia del comercio local, revitalizar su actividad e impulsar su repercusión en la economía del municipio.

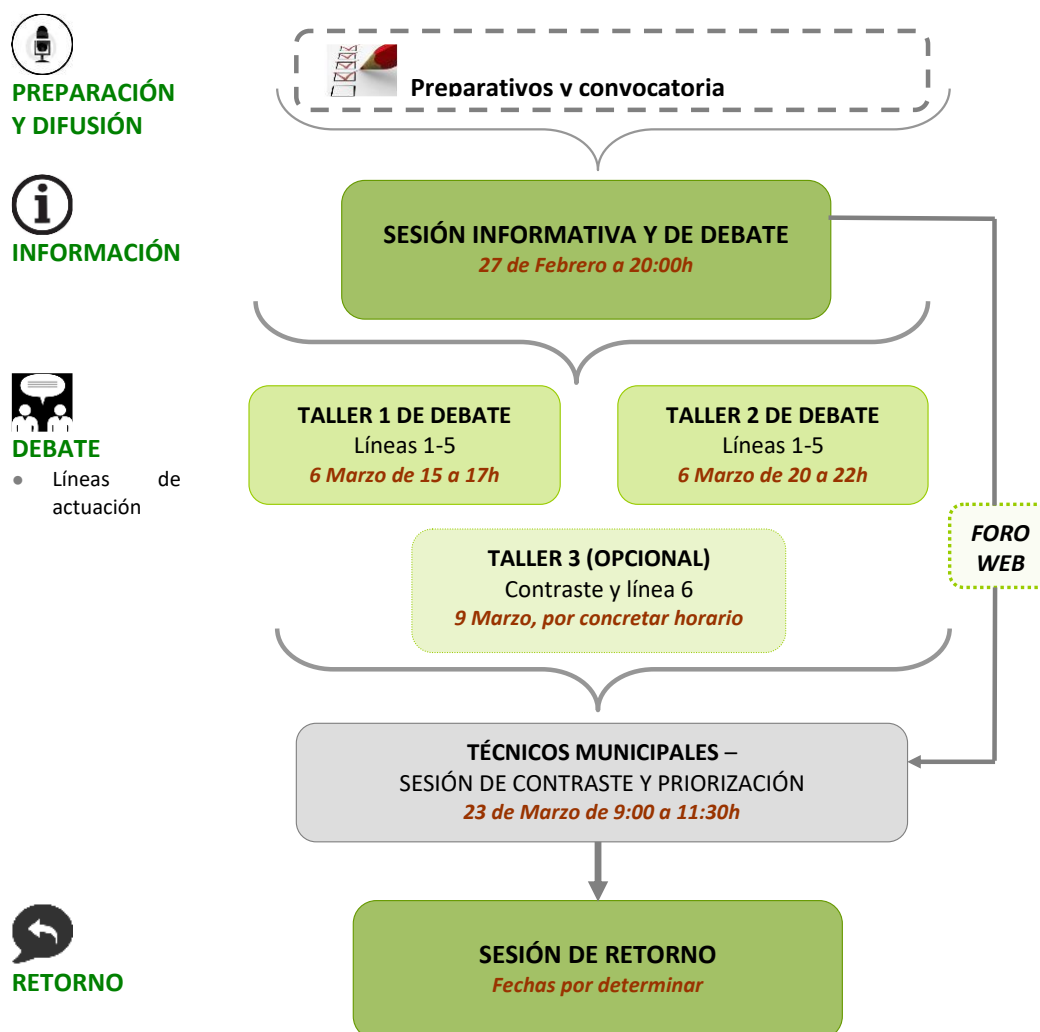
Con el objetivo de contar con la participación del propio sector del comercio local y otros actores implicados, sobre la base de este documento trabajo se desarrolla un proceso participativo que establecerá las bases del I Plan Local de Comercio de Ejea de los Caballeros.



Por tanto, los objetivos planteados para este proceso participativo son los siguientes:

- Contrastar y, en su caso, validar, el diagnóstico del comercio en Ejea de los Caballeros.
- Establecer un espacio de debate para abordar los principales temas que afectan al comercio local.
- Realizar propuestas de actuación que mejoren la situación actual.
- Identificar posibles actuaciones futuras en el ámbito del urbanismo y el ordenamiento local.

En base a estas premisas, se diseñó un proceso participativo que sigue el siguiente esquema y las fechas indicadas:



Este proceso, está impulsado por el Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros y cuenta con el apoyo técnico y económico de la estrategia Aragón Participa del Gobierno de Aragón.

2. Organización

FICHA TÉCNICA DEL PROCESO PARTICIPATIVO

INFORMACIÓN GENERAL	Promotor:	Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros
	Proceso participativo:	Departamento de Ciudadanía y Derechos Sociales Dirección General de Participación Ciudadana, Transparencia, Cooperación y Voluntariado
	Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Contrastar y, en su caso, validar, el diagnóstico del comercio en Ejea de los Caballeros. • Establecer un espacio de debate para abordar los principales temas que afectan al comercio local. • Realizar propuestas de actuación que mejoren la situación actual. • Identificar posibles actuaciones futuras en el ámbito del urbanismo y el ordenamiento local.
	Sesiones:	<ul style="list-style-type: none"> • Sesión informativa: 27 de febrero • 3 Talleres de debate con la ciudadanía: 6 de marzo (mañana y tarde) y 9 de marzo (tarde) • Taller de contraste con técnicos municipales. • Sesión de retorno: se realizará una vez que el Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros haya estudiado las propuestas y aportaciones incorporadas en la fase de debate.

FICHA TÉCNICA DE LA SESIÓN DE TRABAJO

ORGANIZACIÓN DEL TALLER	Fecha	6 de marzo de 2017
	Horario	15h a 17h
	Lugar	Centro Cívico Cultural de Ejea de los Caballeros (Aula 4)
	Participantes convocados	<ul style="list-style-type: none"> • Comercio • Hostelería, sindicatos, asociaciones vecinales y otros colectivos ligados al desarrollo comercial. • Ciudadanía en general.
	Forma de convocatoria	Correo electrónico y llamadas telefónicas
	Asistentes	14
	Asistencia técnica	Inteligencia Colectiva
OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	Objetivos de la sesión	Identificar acciones concretas que se puedan incorporar al borrador del Plan de Comercio
	Programa	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en grupo con fichas de las líneas priorizadas. - Puesta en común. - Recopilación de acciones de carácter general ligadas a la promoción del comercio.

ASISTENTES	Arantxa	Ade	HOSENSER EJEJA SL
	José Manuel	Barroco Gutiérrez	MUEBLES DECOEJEA
	Susana	Burguete Sora	LA JOTICA
	Jesús	Carballo Tolosana	TECNOBICI
	Maribel	Cortés Llera	LA CAMELIA
	Yolanda	Esteban	SEGIATUR
	Marian	García Cortes	FONTANERIA CARMELO
	Guillermina	Lozano Pardo	MAGUICHU
	M ^a Carmen	Lozano Pardo	GLAMOUR
	Jesús	Luna Alonso	CADA DÍA
	Cristina	Marcellán Jáuregui	LA BOTILLERÍA
	Teresa	Montañés Atrián	HOSENSER EJEJA SL
	M ^a Carmen	Ponz Remón	LIBRERÍA CLARIÓN
	Inés	Usán López	FLORES CAMELIA
	Rosa	Vázquez Gironés	PEKEÑIK@S
	Por parte de la organización		
	Laura	Álvarez Gil	SOFEJEA
	Juan	Pons Lambán	Ejea Comercio
	Isabel	Naudín Sarria	Ejea Comercio
	Diego	Chueca Gimeno	Inteligencia Colectiva, asistencia técnica a la Dirección General de Participación Ciudadana, Transparencia, Cooperación y Voluntariado
Ignacio	Falcón Eíto	Inteligencia Colectiva, asistencia técnica a la Dirección General de Participación Ciudadana, Transparencia, Cooperación y Voluntariado	



3. Resultados de la sesión

Los talleres participativos se organizaron buscando horarios compatibles con la actividad comercial y se plantearon sesiones de dos horas de duración. Este hecho facilitó la asistencia de los principales interesados en el Plan de Comercio, pero redujo el tiempo disponible para el debate.

Por ello, se trató de seleccionar aquellos puntos del borrador que se referían a temas concretos que afectan directamente al comercio y sobre los que tienen amplio conocimiento para desarrollar propuestas concretas.

Se realizó un primer momento de debate en grupos en los que se trabajaron cuestiones que precisaban una reflexión previa por parte de los asistentes. Tras la puesta en común de las mismas, se dedicó el tiempo final de la sesión a recoger acciones concretas de promoción para el comercio local.

ACCIONES CONCRETAS A INCORPORAR EN EL BORRADOR DEL PLAN DE COMERCIO

Las líneas de actuación seleccionadas por los asistentes para el trabajo en grupos fueron:

- 3.4. Promoción del comercio de Ejea de los Caballeros a través de las redes sociales.
- 3.5. Reducir la brecha digital existente: combinar estrategias que permitan establecer la venta online como canal complementario a la venta presencial.
- 4.1. Reconocimiento a la labor destacada del comercio.
- 4.2. Fortalecimiento de la cooperación empresarial a través del movimiento asociativo. Fomentar el asociacionismo comercial.
- 4.3. 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.
- 4.4. Potenciar la formación.

3.1. Línea 3.4. Promoción del comercio de Ejea de los Caballeros a través de las redes sociales y Línea 3.5. Reducir la brecha digital existente: combinar estrategias que permitan establecer la venta online como canal complementario a la venta presencial.

Ambas líneas se trataron de forma conjunta y se realizaron las siguientes propuestas:

1. Potenciar la presencia en las redes sociales

Se propuso formar a los asociados en el uso óptimo de las redes sociales y en la forma de aprovechar todos los recursos que ofrecen para potenciar el comercio.

En este sentido se puso de manifiesto la necesidad de que los comercios locales y el propio Ayuntamiento compartan las publicaciones de otros comercios, generando un efecto cascada que multiplica el impacto.

2. Desarrollo de tutoriales en vídeo para difundir productos concretos

Estos tutoriales se colgarían en el blog de la Asociación de Comercio y podrían servir para demostrar el uso o las ventajas de los productos comercializados.

Los tutoriales los tendría que desarrollar cada comercio, pero se podría contar con una formación previa impartida por la asociación o con un apoyo externo (sobre todo en la fase inicial).

3. Creación de páginas web actualizadas

Actualmente muy pocos comercios ejeanos disponen de una página web actualizada (como ejemplo, solamente tres comercios asistentes a la sesión disponían de esta herramienta). Se considera que actualmente es una herramienta imprescindible para comunicar y es una carencia que se debe resolver con urgencia.

El diseño de las páginas web debería contar con aporte externo y podría estar enfocado, tanto a la venta online, como a la simple (pero necesaria) presencia en la web con un listado de productos, ubicación, horarios, etc.

3.2. Línea 4.1. Reconocimiento a la labor destacada del comercio.

Tras valorar a nivel de diagnóstico las diferentes aportaciones que el comercio realiza al municipio, se trató de identificar algunas acciones concretas para tratar de potenciarlas y ponerlas de manifiesto

4. Realización de encuestas

Se propone realizar una campaña de encuestas que puedan poner de manifiesto de forma clara la importancia que tiene el comercio para Ejea de los Caballeros. En ellas se podrían destacar todos los aspectos relacionados anteriormente como pueden ser: trato personalizado, servicio post venta, horarios adaptados al cliente, oferta actualizada de productos, contribución a la imagen moderna del municipio, iluminación de escaparates, limpieza de aceras, etc.

esta encuesta se podría difundir, tanto en papel, como en formato electrónico a través de webs y redes sociales.

5. Campaña impactante de información sobre el comercio de cercanía

Para llegar a la ciudadanía de Ejea y alrededores sería necesario realizar una campaña de información y sensibilización generalizada. Se especifica que la campaña no tendría que pasar desapercibida y que, por tanto, debería de ser impactante.

Inicialmente se propone un mensaje claramente reivindicativo (tapar escaparates, apagar luces, etc.), pero posteriormente se valora que el mensaje debe de ser amable y poner de manifiesto las aportaciones del comercio.

Si se cuenta con el apoyo de otras comarcas, podría pensarse en desarrollar una campaña intercomarcal sobre el comercio de proximidad que reduciría los costes.



3.3. Línea 4.2. Fortalecimiento de la cooperación empresarial a través del movimiento asociativo. Fomentar el asociacionismo comercial.

6. Espacio para eventos

Sería interesante disponer de un lugar fijo en el que el comercio pudiera desarrollar promociones, eventos o formación.

La feria es un espacio demasiado grande y los stands quedan “desangelados” ante la magnitud de la nave. En este sentido, se informó de que se han adquirido mamparas recientemente y se tratará de crear espacios más cercanos.

Aunque se convino que el centro cívico es un lugar adecuado para formaciones y presentaciones, el hecho de disponer de un espacio propio, podría ampliar las actividades y mejora la vinculación con la asociación.

7. Informar de forma clara de los servicios que ofrece la asociación

Aunque los servicios se encuentran recogidos en la web y otros documentos, sería conveniente realizar una difusión específica de ellos.

Por ejemplo, se desconocía que los comercios pudieran solicitar espacios del Centro Cívico a través de la Asociación.

8. Analizar la satisfacción de los asociados

Realizar una encuesta a los asociados para dar a conocer los servicios de la asociación y analizar la valoración por parte de los comerciantes (asociados y no).



9. Analizar las causas reales del no asociacionismo (propuesta realizada inicialmente en el debate de la línea 4.4. de formación)

Sería interesante valorar de forma objetiva las razones que hacen que un comercio no forme parte de la asociación. En otras propuestas se proponía realizar encuestas a los asociados, pero en este caso debería ampliarse al resto.

10. Ampliar la información técnica ofrecida a los asociados

Crear un canal de comunicación web (boletines principalmente) para que los comerciantes puedan estar informados de modificaciones legales, ferias, información general a nivel sectorial, etc.

11. Conocer experiencias exitosas de otras localidades

Para mejorar es necesario conocer qué se está haciendo bien más allá del ámbito de Ejea. Para ello, se propone visitar a otras asociaciones o realizar excursiones temáticas para conocer comercios de referencia en entornos geográficos que no sean una competencia directa para Ejea.

12. Establecer un símbolo identificativo de la asociación y difundirlo

13. Programa de fidelización a los clientes

Desarrollo de un programa que permitiera acumular puntos por cada compra o participar en sorteos periódicos.

14. Web como escaparate de la asociación

Crear un espacio digital (se descarta la publicación en papel por costes) en el que los comerciantes puedan presentar sus productos. Se trataría de ofrecer una posibilidad de tener presencia en internet a aquellos comercios que no disponen de página web propia.

En este espacio se podrían incluir, por ejemplo, los videos tutoriales propuestos anteriormente.

Para incrementar las vistas, la web de la asociación podría ampliar la información útil al ciudadano (transportes, farmacias de guardia, etc.) para que se convirtiera en una referencia a la hora de buscar información local.

15. Acciones periódicas de promoción del comercio

Sería necesario buscar nuevas ideas para relanzar la “Noche blanca” y pensar en nuevos eventos similares en fechas señaladas (Fiesta del Voto, recuperar el desfile de moda y abrirlo al resto del comercio, etc.).

Se conviene que esta acción supone un esfuerzo importante para la asociación, por lo que para que el resultado sea el adecuado habría que conseguir una mayor implicación de los asociados y establecer un grupo de trabajo que valorara e impulsara diferentes propuestas.

16. Ofrecer ventajas para el aparcamiento en zona azul

Actualmente, algunos comerciantes pagan el ticket de la zona azul a sus clientes como agradecimiento a la compra, pero se trataría de ofrecer el servicio de forma generalizada.

Se plantea que una opción sería el disponer de una serie de tarjetas de bonificación acordadas con el Ayuntamiento que se entregarían a los clientes.

17. Convenios con entidades bancarias

Incrementar, pero sobre todo difundir, las ventajas para los comercios que se obtienen gracias a los acuerdos con Bantierra (y en un futuro con Banco de Sabadell). En muchos casos son desconocidas por los asociados, aunque estén especificadas en la web.



3.4. Línea 4.3. 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.

18. Promocionar acciones que ya se vienen desarrollando con éxito (propuesta realizada inicialmente en el debate de la línea 4.2.)

Se citó como ejemplo el “Café con Idea” que desarrolla ADEFO. Se trata de una iniciativa muy interesante para las personas que habían asistido pero que no era conocido por la mayoría de las asistentes.

19. Ciclo específico de “Café con Idea” para el comercio (propuesta realizada inicialmente en el debate de la línea 4.2.)

En la línea de la intervención anterior, se consideró adecuado realizar una serie de “cafés” específicos con ADEFO para tratar temas relacionados directamente con el comercio.

3.5. Línea 4.4. Potenciar la formación.

20. Formación sectorial

Promover la oferta de cursos específicos para cada sector comercial. Podría estar ligado a las acciones de análisis de experiencias exitosas y viajes propuestos anteriormente.



LÍNEA 2. PROMOCIÓN, ANIMACIÓN Y FIDELIZACIÓN DEL COMERCIO LOCAL.

Se recogen continuación una serie de propuestas de promoción y animación recogidas al finalizar el taller. También se incluyen aquellas acciones de promoción que contemplan la participación de asociados y no asociados.

21. Apertura de la zona peatonal en horario comercial (propuesta realizada inicialmente en el debate de la línea 4.2.)

Se propone que los pivotes que limitan el área peatonal del casco histórico se retiren en horario comercial para poder facilitar el acceso a los clientes.

22. Desarrollo de campañas conjuntas de descuentos (propuesta realizada inicialmente en el debate de la línea 4.4.)

Plantear ofertas de forma común entre establecimientos (asociados y no) aprovechando eventos especiales para la localidad.

23. Refuerzo de la iluminación en las calles

De forma general (no en fechas concretas) se plantea la necesidad de incrementar la iluminación de las calles para mejorar la sensación de seguridad y favorecer el paseo.

24. Decoración de calles

Siguiendo el ejemplo realizado por la Asociación en navidad, se podrían plantear decoraciones conjuntas (para asociados y no asociados).

25. Música en las calles comerciales

Se plantea la posibilidad de amenizar el paseo en fechas puntuales con música ambiental.

En un principio, se proponía que cada comerciante pudiera instalar un altavoz en la calle con su propia música, pero se convino que sería un posible elemento de conflicto con vecinos.

26. Aprovechar los eventos locales para difundir el comercio

Se plantea revisar y replantear los actos locales (como, por ejemplo, el encendido del árbol de navidad, eventos deportivos, etc.) para aumentar la implicación del comercio.

En concreto, se realizan algunas propuestas como:

- No concentrar los actos en un solo día y distribuir los eventos.
- Aprovechar la tradición musical de Ejea para programar actuaciones amateurs de escuelas y grupos locales, etc.

27. Promover el comercio turístico en localidades próximas

Trabajar de forma conjunta con turismo para ofertar viajes en localidades del ámbito de influencia (Navarra y comarcas limítrofes) en las fiestas de cada municipio.

28. Incrementar la presencia en la televisión aragonesa

Identificar, y proponer periódicamente, una serie de temas vinculados al comercio que puedan ser atractivos para los programas de entretenimiento e informativos de la televisión pública aragonesa.

29. Facilitar la instalación de los comercios locales en la Feria de Ejea

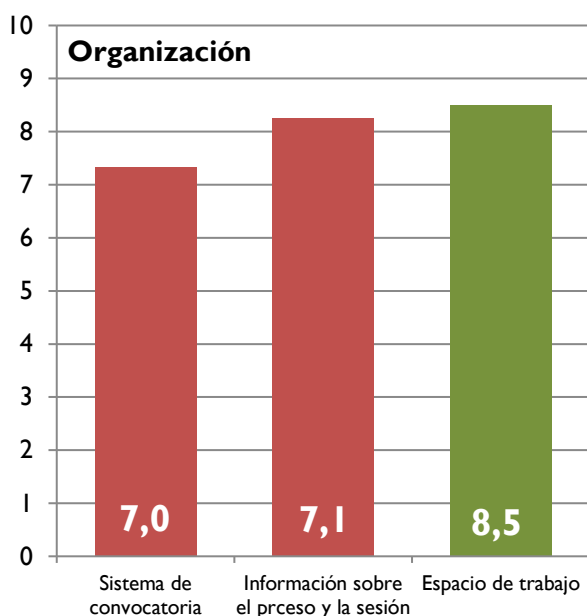
Sería conveniente reducir los precios para los comercios locales porque actualmente suponen un coste muy elevado y no resultan atractivos para las empresas de Ejea.



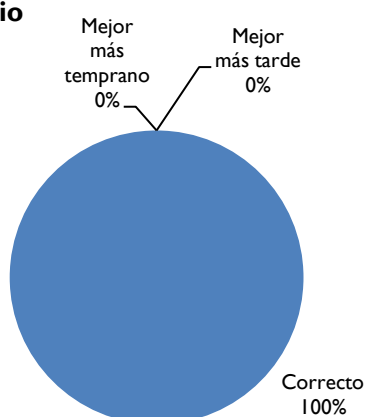
4. Evaluación de la sesión

Al final la sesión de trabajo se entregó una encuesta anónima para valorar el desarrollo del taller y obtener conclusiones de cara a procesos futuros.

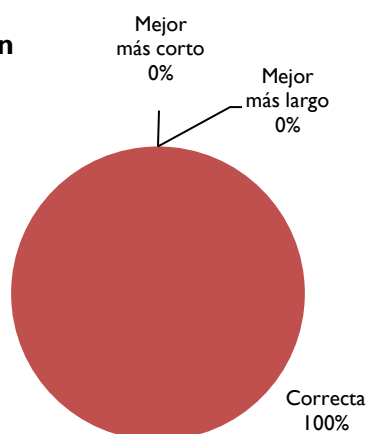
Se recogen a continuación el resultado de las 14 encuestas entregadas. Para evitar el posible error de las valoraciones extremas, las medias se han realizado tras eliminar la mayor y menor puntuación de cada serie.

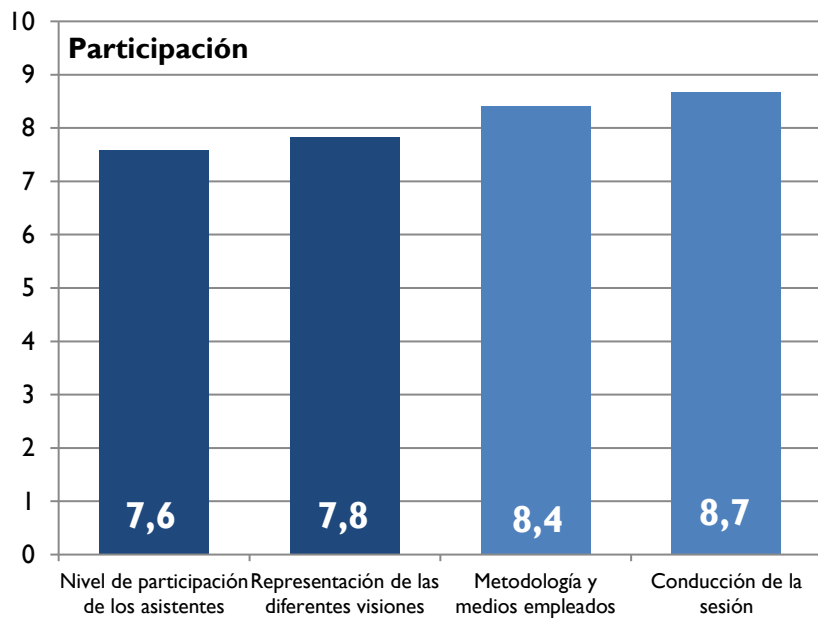


Horario



Duración





De forma adicional se consultó a los asistentes cuál era la razón principal para acudir a los talleres del proceso participativo, obteniendo las siguientes respuestas:

