

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

INFORME DE PARTICIPACIÓN DEL CUARTO TALLER

(CONTRASTE CON TÉCNICOS MUNICIPALES)

Ejea de los Caballeros, 23 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
3.1. Valoración de las aportaciones realizadas en los talleres.....	5
3.2. Aportaciones adicionales respecto al Plan	26
3.3. Aportaciones de los talleres que no se trataron porque son actuaciones específicas de la asociación del comercio	26
4. Evaluación de la sesión	28



1. Introducción

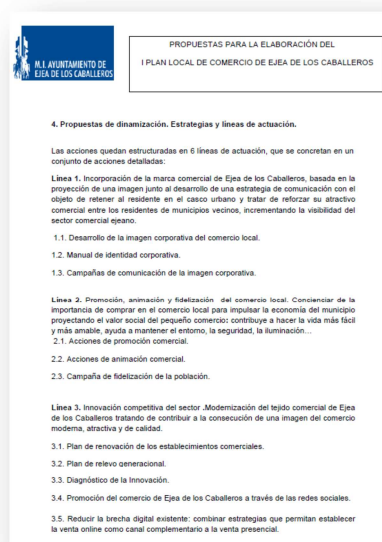
El comercio local desempeña un relevante papel en la actividad económica municipal y la dinamización del espacio urbano. Sin embargo, el pequeño comercio tradicional de muchos municipios atraviesa una situación compleja que, entre otros factores, se debe al descenso de la demanda desde 2008; a la proliferación 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.

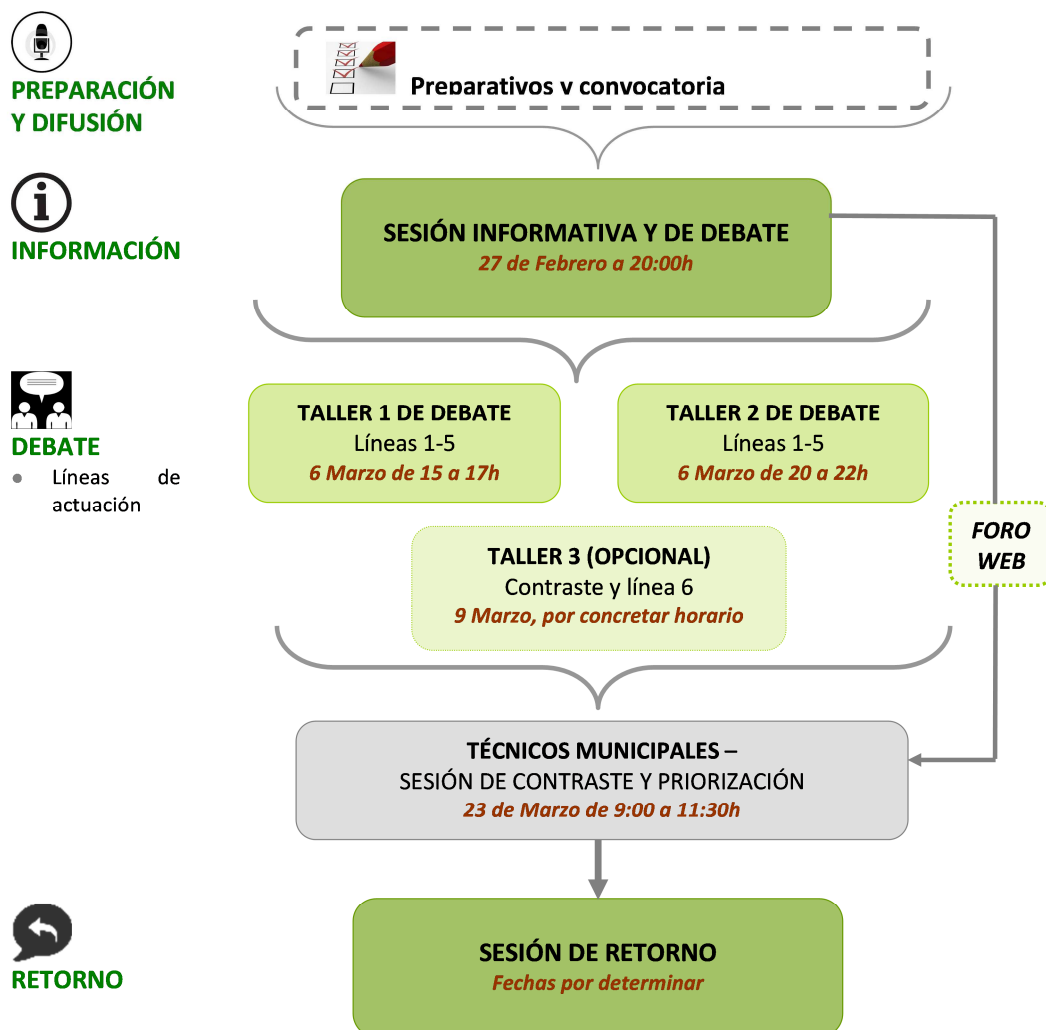
Con el objetivo de contar con la participación del propio sector del comercio local y otros actores implicados, sobre la base de este documento trabajo se desarrolla un proceso participativo que establecerá las bases del I Plan Local de Comercio de Ejea de los Caballeros.

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	23 de marzo de 2017
	Horario	9h a 11h
	Lugar	Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros
	Participantes convocados	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicos municipales
	Forma de convocatoria	Convocatoria directa por correo electrónico
	Asistentes	11
	Asistencia técnica	Inteligencia Colectiva
OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	Objetivos de la sesión	Revisar y valorar las aportaciones realizadas por la ciudadanía. Identificar nuevas vías de mejora del comercio desde cada área municipal.
	Programa	- Trabajo en plenario: exposición de las aportaciones y recepción de comentarios

ASISTENTES	Laura Álvarez	Sofejea
	José M ^a Apuntate	Participación Ciudadana
	Roberto Calvete	Urbanismo
	Nines Casalé	Cultura y Festejos
	Ana Domínguez	Igualdad de Género
	Jorge Gareta	Comunicación
	Ricardo Lapuente	Deportes
	Juan López	Servicios y Agenda XXI
	Mamen Maqueda	Juventud
	Rafael Martínez	Urbanismo
	Oscar Muñoz	Seguridad Ciudadana
	José Luis Jericó	Sofejea
	Por parte de la organización	
	Diego Chueca	Inteligencia Colectiva, asistencia técnica a la Dirección General de Participación Ciudadana.
Ignacio Falcón	Inteligencia Colectiva, asistencia técnica a la Dirección General de Participación Ciudadana.	





3. Resultados de la sesión

La dinámica planteada en el taller fue sencilla y se limitó a recoger aportaciones de los técnicos locales a las propuestas realizadas por los profesionales del comercio.








A continuación, se recogen de forma estructurada las valoraciones realizadas para cada propuesta.



3.1. Valoración de las aportaciones realizadas en los talleres





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...





P1	Campañas publicitarias basadas en frases directas
	Viabilidad técnica. De hecho, se pueden aprovechar los nuevos soportes publicitarios instalados por el ayuntamiento(mupis).
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA






P2	Desarrollo de campañas conjuntas de descuentos
-----------	---




	Viabilidad técnica Se puede aprovechar el soporte y la infraestructura de la tarjeta joven municipal y las comunicaciones de la RAAE.
	Viabilidad económica Se trata de un proyecto viable para el Ayuntamiento si el comercio asume los descuentos ligados a las tarjetas. El Ayuntamiento se encargaría de la gestión de datos y la infraestructura.
	Efecto positivo real sobre el comercio Los comerciantes podrían aprovechar la publicidad realizada por el Ayuntamiento y el hecho de que ya existe un uso ligado a equipamientos y actividades municipales. Además, podrían disponer de los datos referentes a usuarios de la tarjeta para promociones y envíos directos.
	Elementos a tener en cuenta Hay que tener en cuenta todos los condicionantes de la cesión de datos de menores a comercios. En principio no hay problema si se hace todo bien, pero hay que prestar especial atención ante este tema.
	Mejoras y aportaciones adicionales Se puede combinar con el uso de la tarjeta joven empleada hasta ahora para el acceso al Espacio Joven o para descuentos en tiendas. Desde el Ayuntamiento ya se ha comenzado a trabajar en ello, pero falta un impulso claro desde todas las partes.
	Otros comentarios En este caso y otros similares, es necesario poner en valor el trabajo realizado por el Ayuntamiento para promocionar el comercio. Se cita como ejemplos el corte de calles en eventos propios como el mercado de saldos o noche blanco (instalación de casetas, electricidad, disponibilidad de policía, emergencias, etc.).
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA




P4	Decorar comercios y calles en base a temáticas específicas
P6	Decoración de calles
	Viabilidad técnica Es positivo, pero el comercio debería de implicarse más. Se ha intentado en alguna ocasión y la respuesta fue muy baja.
	Viabilidad económica El Ayuntamiento ya decora las calles en estos eventos, así que no tendría coste añadido.






	Efecto positivo real sobre el comercio Sirve para que los vecinos y los visitantes vinculen el comercio con un evento positivo que ocurre en el municipio.
	Proporcionalidad adecuada coste/ resultado El coste no debería de ser muy alto para el comercio y la decoración se podría aprovechar en eventos repetidos anualmente.
	Otros comentarios Se ha propuesto otros años para los certámenes corales y el seguimiento fue muy escaso.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA







P5	Promoción del comercio en eventos organizados por el Ayuntamiento
P8	Aprovechar los eventos locales para difundir el comercio
	Viabilidad técnica Se puede destinar un espacio y colocar un stand para los comercios.
	Elementos a tener en cuenta Desde el Ayuntamiento no se puede ceder un espacio a un establecimiento concreto, sino a las asociaciones de comerciantes.
	Otros comentarios En el certamen coral se organiza un stand con promoción turística y se cede un espacio a la Asociación de Comercio. Se estima que la Asociación no aprovecha suficientemente este recurso.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA



P7	Música en las calles comerciales
	Viabilidad técnica Hay que tener en cuenta los límites de contaminación acústica fijados por la normativa y las posibles quejas de los vecinos (aun cuando se cumpla la legislación) porque una música continua durante días, puede ser muy molesta.
	Viabilidad económica El coste económico es muy alto. Sería aceptable si lo asumiera el comercio en parte.
	Mejoras y aportaciones adicionales Se puede hacer alguna actuación puntual en vivo en las calles (en la noche blanca, por ejemplo), pero no de forma fija con altavoces.
	Otros comentarios Ya se planteó este año como ampliación de los villancicos del edificio del Ayuntamiento. En concreto se solicitó para Fernando el Católico y perimetrales.
	VALORACIÓN POSITIVA, PERO CON MATICES

P9	Parking gratuito en zona azul para compras
P43	Ofrecer ventajas para el aparcamiento en zona azul
	Viabilidad técnica Muy complejo técnicamente por la propia máquina en sí y también por la implicación de las tres partes en la gestión del reembolso (Ayuntamiento, empresa adjudicataria del servicio y comercios).
	Viabilidad económica Solo sería viable si el comercio asumiera el coste.
	Proporcionalidad adecuada coste/ resultado Muy baja. No compensa el esfuerzo.




	Elementos a tener en cuenta Aunque se pudiera resolver las cuestiones técnicas, desvirtuaría el cometido de la zona azul y las rotaciones del estacionamiento.
	Otros comentarios Se trató de organizar en la anterior legislatura y se desestimó por su complejidad. En Tudela se hacía hace un tiempo, pero se trataba de parkings privados.
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA



P10	Promover el comercio turístico en localidades próximas
	Viabilidad económica Económicamente se puede plantear hacer una campaña promocional, pero no fletar autobuses como se propone.
	Efecto positivo real sobre el comercio
	Elementos a tener en cuenta La promoción realizada para aprovechar el acceso a la piscina cubierta por parte de las poblaciones cercanas no funcionó en su día. Habrá que ver por qué falló y no cometer el mismo error.
	Otros comentarios El Corte Inglés ya hace campañas específicas en Ejea aprovechando las fiestas locales.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA



P11	Incrementar la presencia en la televisión aragonesa
	Viabilidad técnica Ya se realiza una amplia difusión de notas de prensa desde el Ayuntamiento, por lo que los contactos existen.
	Viabilidad económica El coste es bastante reducido.
	Elementos a tener en cuenta El medio que más predisposición tiene para acudir al medio rural es Aragón Televisión. El resto de medios realizan una cobertura bastante desigual de eventos. Un ejemplo muy claro ha sido la reciente Feria de Ejea y su repercusión en diferentes medios.
	Mejoras y aportaciones adicionales Hay que analizar los conceptos que se quieren transmitir como municipio y seleccionar muy bien los temas. Muchas veces, los programas tipo magazine solo buscan la “jaimitada” y olvidan un enfoque más constructivo. Es necesario segmentar el trabajo y contactar con los programas y periodistas que pueden aportar el enfoque buscado.
	Otros comentarios El reciente programa “Un viaje exquisito ¹ ” sobre Ejea se considera que es una publicidad excepcional, ya que ponía de manifiesto la calidad local y tenía un enfoque muy positivo. Este sería el ejemplo a seguir.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA





P12	Facilitar la instalación de los comercios locales en la Feria de Ejea
	Viabilidad económica El ayuntamiento ya realiza un descuento a los comercios. Lo que no se puede hacer es ceder un espacio gratis.
	Elementos a tener en cuenta Todos los comercios ejeanos (asociados o no) tienen un descuento del 20% para asistir a la feria.



¹ <http://alacarta.aragontelevisión.es/programas/un-viaje-exquisito/cap-19-ejea-de-los-caballeros-12022017-1938>

	Mejoras y aportaciones adicionales Se está trabajando en fórmulas más imaginativas en la línea de ofrecer una parcela grande a la Asociación de Comercio a un precio bajo para que ella misma gestione las instalaciones: la Plaza del Comercio.
	Otros comentarios Hay que conseguir transmitir a los comercios el hecho de que la presencia en la feria puede ser una inversión a medio plazo y que puede ayudar a incrementar las ventas a lo largo del año, aunque en Feria no se hayan realizado operaciones importantes. Los comercios que han asistido este año estaban muy satisfechos con el resultado y con el impacto que se genera sobre los 20.000 visitantes.
	VALORACIÓN POSITIVA, PERO CON MATICES







P13	Potenciar la presencia de gremios y pequeños profesionales
P14	Apoyar la instalación de comercios singulares
	Viabilidad técnica Se puede trabajar desde la promoción de emprendedores en ese sentido, apoyando determinadas profesiones.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA

P15	Potenciar la actividad ciudadana en las calles comerciales
	Viabilidad técnica Se trataría de identificar las calles en las que se podría actuar y trabajar en la línea en la que se trabaja en época de fiestas.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA






P16	Establecer circuitos artísticos que dinamicen las calles
	Viabilidad técnica Sería posible si se gestiona entre Escuela de Música y la Asociación de Comercio. El Ayuntamiento podría acotar el espacio y comunicar el acto.
	Elementos a tener en cuenta Puede existir saturación de los músicos voluntarios de Ejea porque se les requiere para bastantes actos o eventos. La programación cultural en Ejea es muy intensa.
	Mejoras y aportaciones adicionales Si se trata de pequeñas actuaciones sin instalación de escenarios, sillas y sin necesidad de sonido amplificado, todo será más fácil y más viable. El problema viene cuando se piden materiales adicionales, implicación de las brigadas municipales o de la policía municipal.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA

P17	Potenciar el ocio cultural en Ejea
	Otros comentarios Como se ha citado anteriormente, la oferta cultural en Ejea es muy amplia. Como ejemplo, se cita las actividades de carácter permanente: tres exposiciones de carácter permanente, museo de arte contemporáneo, exposiciones en la casa parroquial, museo en la espiral, cine los viernes y domingo, etc. Independientemente de que se considera que no es necesario potenciar el ocio cultural, sí que es importante comunicar mejor las actividades programadas. De esta petición se entiende que hay que redoblar el esfuerzo en la comunicación.
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA

P18	Propiciar el encuentro y colaboración entre comercio y hostelería
------------	--



P19	Refuerzo de la actividad hostelera de calidad
	No se trata de una competencia municipal directa
	Viabilidad técnica Se puede trabajar de forma indirecta a través del Plan de Reactivación del Casco Histórico.
	Elementos a tener en cuenta Los establecimientos con mayor calidad hostelera son los que más clientela tienen, por lo que ciertamente se demanda esta mejora.
	Mejoras y aportaciones adicionales El Ayuntamiento puede actuar a través del programa de ayudas a emprendedores o de crear los escenarios adecuados, pero no es su competencia modificar la actividad hostelera local. No puede sustituir la iniciativa empresarial. Se puede trabajar en propiciar encuentros y acuerdos entre Ejea Comercio y Ejea Hostelera para que ellos mismos aborden estos temas y busquen sinergias. Falta conexión entre hosteleros y comerciantes y el Ayuntamiento la puede propiciar.
	Otros comentarios En el marco de la semana gastro alimentaria se han realizado cursos y concursos y han sido bastante exitosos.
	VALORACIÓN POSITIVA, PERO CON MATICES



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.



P21	Establecer una colaboración entre comerciantes y Ayuntamiento para replicar y difundir las publicaciones de ambos en las redes sociales
	No se trata de una competencia municipal
	Viabilidad técnica Se puede realizar, pero solamente a nivel de Asociación de Comercios. Sería difícil de justificar y de controlar la saturación de mensajes de promociones por parte de comercios privados.
	Mejoras y aportaciones adicionales Crear un directorio de toda la actividad económica ejeana (comercios, hostelería y empresas en general) en la web del Ayuntamiento. Debería tratarse de un “escaparate” bien organizado por sectores y aportar información útil. Se trataría de una herramienta necesaria que ayudaría a generar una base de datos local.
	Otros comentarios Actualmente se recogen muchas llamadas en el Ayuntamiento solicitando información sobre empresas de Ejea.
	VALORACIÓN POSITIVA, PERO CON MATICES








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



P25	Campaña de encuestas que puedan poner de manifiesto de forma clara la importancia que tiene el comercio para Ejea de los Caballeros
P26	Campañas ciudadanas que pongan de manifiesto el valor del comercio
P27	Campaña impactante de información sobre el comercio de cercanía
	Viabilidad técnica Se podrían englobar dentro de la campaña de apoyo al comercio como sector estratégico y que lanza la marca Ejea Comercio.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA





P29	Priorizar las compras locales por parte del Ayuntamiento
	Comentarios adicionales Se recoge como aportación positiva para mantener la actividad, pero se informa de que ya se viene desarrollando en la actualidad y se sigue un escrupuloso orden para repartir las compras entre los comercios locales. Más del 90% de las compras que del Ayuntamiento que no entran en la Ley de Contratos del Sector Público, se realizan en comercios y empresas locales. De hecho, se dispone de una base de datos entre departamentos para organizar las compras, rotando los comercios y favorecer a todos los establecimientos del mismo sector (regalos, floristerías, etc.).
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA (YA SE REALIZA ACTUALMENTE)

P30	Disponibilidad de un espacio para celebrar eventos propios
	Viabilidad técnica El Ayuntamiento no puede ceder gratuitamente los espacios municipales para la promoción de productos propios. En función del uso, hay que remitirse a la ordenanza fiscal. Para formación o reuniones no hay ningún problema y se suelen ceder salas del Centro Cívico, pero no para un uso lucrativo privativo.
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA




P45	Conocer experiencias exitosas de otras localidades
	Viabilidad técnica Desde el Ayuntamiento se puede apoyar esta iniciativa analizando previamente lo que funciona en otros municipios y realizar propuestas en esa línea.
	Viabilidad económica Habría que valorar el reparto de costes con la Asociación de Comercio, pero de inicio, el Ayuntamiento podría implicarse en la organización.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA

P47	Promocionar acciones que ya se vienen desarrollando con éxito
P48	Ciclo específico de “Café con Idea” para el comercio
	Viabilidad técnica En colaboración con ADEFO se podría trabajar en el desarrollo de sesiones específicas para el comercio.
	Elementos a tener en cuenta Las actividades de ADEFO no se pueden contemplar en un plan municipal, pero seguro que se pueden encontrar fórmulas para colaborar y llevar adelante esta iniciativa.

	Otros comentarios El programa de ADEFO es muy exitoso y las personas que asisten lo valoran muy positivamente.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA



P49	Formación sectorial
	Elementos a tener en cuenta En Ejea existe una carencia muy importante respecto al comercio electrónico. Apenas existen ventas a través de este canal y es necesario potenciarlo, por ejemplo, a través de la formación de los comerciantes, para que sean conscientes de la realidad y del desfase que sufrirán sus comercios en los próximos años.
	Mejoras y aportaciones adicionales La formación debería contemplar el incremento y la actualización de los comercios a las nuevas fórmulas de venta, entre otras, a través de internet (comercio electrónico). El comercio ha evolucionado y es necesario que los establecimientos locales se adapten, porque en muchos casos se siguen empleando las técnicas que hace 60 años (oferta, servicios adicionales, horarios, etc.). La formación sectorial debe ir encaminada a incorporar al comercio en el siglo XXI.
	Otros comentarios Existe un Plan Municipal de Formación en el que se pueden contemplar estos cursos específicos para el comercio. Por ejemplo, uno de los cursos sobre webs que se solicita, se está desarrollando en la actualidad. Se cita el caso concreto de una tienda de deportes local que está realizando más ventas a través de internet que presencialmente.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA (ya se realiza)





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





P50	Apertura de la zona peatonal en horario comercial
	Efecto positivo real sobre el comercio Se considera que no tendría un efecto positivo sobre el comercio. Se peatonalizó la calle atendiendo a las quejas sobre aparcamiento y velocidad de los vehículos.
	Elementos a tener en cuenta La calle tiene una longitud de 300 metros, pero los comercios se ubican en el tramo inicial de la misma. Además, la anchura de la calle impide que los coches se puedan detener (y mucho menos, aparcar). Con la peatonalización se está garantizando la seguridad vial y el paseo sin problemas entre las tiendas. Se entiende que esta es la principal ayuda que se puede dar al comercio en estas condiciones. Además, la actuación ha favorecido la instalación de hostelería, demandada para fomentar el comercio en otras fases del taller.
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA







Línea 6. Espacio urbano




P53	Disponibilidad de fibra óptica generalizada
	Otros comentarios La implantación de la banda ancha está en fase de implantación generalizada por todo el municipio.
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA (porque ya está realizado)






P54	Refuerzo de la iluminación en las calles
	Viabilidad técnica La iluminación de las calles de Ejea cumple todos los parámetros legales y se recuerda que es necesario mantener los límites de contaminación lumínica.
	Mejoras y aportaciones adicionales Aunque la iluminación es correcta a nivel general, se pueden revisar ubicaciones puntuales como las que se citaron en los talleres.
	Otros comentarios En todo caso, dado que se trata de una situación muy puntual, no sería necesario incorporar esta aportación al Plan de Comercio.
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA


P55	Accesibilidad generalizada en las calles
	Elementos a tener en cuenta Ejea está reconocida como ciudad accesible y se han realizado auditorías para certificarlo.
	Mejoras y aportaciones adicionales Sería necesario trabajar en un plan de mejora de los comercios porque la gran mayoría de los establecimientos (algunos incluso especializados en niños o personas con problemas de movilidad) no disponen de rampas de acceso u otras condiciones necesarias.
	Otros comentarios El hecho de que no se conozca el estado de la ciudad, pone de manifiesto que es necesario comunicar mejor las actuaciones municipales.
	VALORACIÓN POSITIVA, PERO CON MATICES




P56	Incremento de las zonas ajardinadas en zonas comerciales
	Viabilidad técnica Se pueden realizar actuaciones en este sentido, pero será necesario un análisis detallado de los espacios propuestos y de otros que pudieran surgir en futuras reformas urbanas.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA





P57	Incremento del número de bancos en las calles
P58	Incremento del número de papeleras
	Elementos a tener en cuenta Existen gran cantidad de bancos y papeleras en Ejea y barrios rurales. De hecho, en algunos casos, se ha citado la profusión de mobiliario urbano.
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA



P59	Creación de espacios al aire libre ligados a las zonas comerciales que se cederían a las diferentes agrupaciones musicales para poder actuar
	Viabilidad técnica Existen espacios que se pueden ceder para realizar actuaciones (plazas Salmerón, Diputación y España), pero se entiende que deben ser actuaciones itinerantes.
	Elementos a tener en cuenta En el parque existe un quiosco de la música que puede emplearse para actuaciones, pero se entiende que el escenario debe ser el municipio y es preferible que roten las actuaciones (por los comercios y por los vecinos).
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA


P60	Incremento de las labores de limpieza
P61	Campañas dirigidas específicamente a los dueños de los perros
P62	Instalación en el centro de equipamientos específicos para perros
	Viabilidad técnica Ciertamente es una necesidad, y hay que actuar de forma específica en la educación de los vecinos. Se pueden incrementar las patrullas y sanciones de la policía, pero se entiende que hay necesidades más importantes que atender cuando el problema se puede corregir con educación.
	Elementos a tener en cuenta Se desarrollan campañas de sensibilización y en breves se va aprobar la nueva ordenanza municipal de limpieza que presta especial atención a los dueños de los perros.
	Mejoras y aportaciones adicionales Será necesario instalar en el centro de papeleras específicas para excrementos del parque como las que existen en el parque. Además, la instalación deberá apoyarse con una campaña de comunicación importante.
	Otros comentarios Se entiende que es una necesidad, pero se duda que se deba de incorporar al Plan de Comercio.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA




P63	Amplia peatonalización de la zona centro de Ejea
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA




P64	Crear, o recuperar, nuevos espacios para el comercio de proximidad y calidad (zoco y mercadillos)
	Viabilidad técnica Teniendo en cuenta el despliegue que se realiza actualmente en el mercadillo y las furgonetas que se emplean, es imposible que el mercadillo se instale en el centro.
	Elementos a tener en cuenta El mercadillo está en crisis y la medida no beneficiaría a estos comerciantes.
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA



P65	Creación de un carril bici que pueda conectar las zonas peatonalizadas
	Viabilidad técnica A nivel de municipio es muy complicado porque apenas existe espacio en las calles para incorporarlo.
	Elementos a tener en cuenta Actualmente, circular en bicicleta por Ejea es cómodo y seguro. Se podría decir que Ejea es un carril bici en sí misma.
	Mejoras y aportaciones adicionales Se pueden crear zonas 30 pacificadas en el centro (ya lo son de forma práctica, pero se puede especificar).
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA


P66	Oferta de aparcamiento en las proximidades de zonas peatonales
	Elementos a tener en cuenta La demanda de aparcamiento está resuelta en las áreas con zona azul y no existen problemas para aparcar en el centro.
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA



P67	Inversión complementaria en zonas peatonalizadas para mejorar su imagen y recuperar la actividad perdida por el tránsito de vehículos
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA



P68	Ayudas específicas para la instalación de comercios y hostelería (diurna) en zonas peatonalizadas
	Elementos a tener en cuenta Existe un programa específico de ayudas a la instalación de actividad económica en la zona del casco histórico. Los locales del casco histórico son caros y no se encuentran en buenas condiciones.
	Mejoras y aportaciones adicionales Es necesario poner los locales en el mercado, hablando con los propietarios para tratar de facilitar el alquiler y el retorno de la actividad económica.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA

P69	Incremento de la anchura de las aceras
P73	Reconvertir la avenida Cosculluela y el paseo del Muro
	Viabilidad técnica La creación del bulevar o la ampliación de las aceras reduciría el número de carriles y agilizaría el tráfico porque impediría el estacionamiento en doble fila.
	Mejoras y aportaciones adicionales Con esta propuesta se podrían crear espacios de carga y descarga en Fernando el Católico que no existen en la actualidad. Además, en esta calle no existe rotación de aparcamiento por no existir zona azul y los problemas de doble fila son continuos.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA

P70	Transversalidad para implicar al resto de áreas municipales
	Elementos a tener en cuenta Se está trabajando en ello y es una prueba fehaciente la asistencia de todas las áreas municipales a la sesión de contraste técnico.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA (se incluye, aunque ya se está realizando)

P71	Mejora del transporte público y las comunicaciones con el entorno
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA

P72	Abrir un nuevo paso peatonal del Coso a la calle Toril que facilitará el tránsito de los viandantes
	Elementos a tener en cuenta Está contemplado en el PGOU y cuando el propietario actúe sobre ese terreno, será necesario que deje el paso citado.
	VALORACIÓN GLOBAL POSITIVA (aunque se trata de una acción específica a futuro y es posible que no se tenga que incluir en el Plan)

P74	Construir un espacio cubierto con una oferta interesante de ocio y cultura (espectáculos, conferencias, exposiciones, etc.) para, igualmente, animar a los ejeanos a salir a la calle.
	Elementos a tener en cuenta Se considera innecesario teniendo en cuenta los equipamientos actuales.
	VALORACIÓN GLOBAL NEGATIVA



3.2. Aportaciones adicionales respecto al Plan

Hay que contemplar la realidad de los comercios de los barrios rurales, que sufren los problemas de Ejea, pero de forma aumentada. Se están cerrando comercios y se está dejando a los pueblos sin servicios básicos, obligándoles a desplazarse a Ejea u otras localidades cercanas. Como ejemplo, se citó que en El Sabinar y Farasdués no hay comercio, que en Pinsoro se ha cerrado uno recientemente o que el panadero de Rivas va a cerrar por falta de rentabilidad.

Se ha echado en falta la presencia de comercios de estos barrios en las sesiones y habrá que trabajar con ellos para incorporarlos al trabajo futuro (quizá una reunión específica con ellos) e impulsar acciones de apoyo ligadas a la fidelización de clientes, relevo generacional, etc. Estas mismas acciones deberían de contemplarse en el Plan Estratégico de Desarrollo de los Pueblos que se está revisando actualmente.

3.3. Aportaciones de los talleres que no se trataron porque son actuaciones específicas de la asociación del comercio

P3	Campañas de promoción del comercio mediante sorteos
P20	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.
P22	Intensificar la presencia de la Asociación de Comercio en las redes sociales y destacar periódicamente a algún comercio local
P23	Desarrollo de tutoriales en vídeo para difundir productos concretos
P24	Desarrollo generalizado de páginas web para el comercio local
P28	Realizar acciones internas que incrementen la autoestima del comercio
P31	Ampliar la información técnica ofrecida a los asociados
P32	Informar a los socios de forma clara sobre los servicios que ofrece la asociación

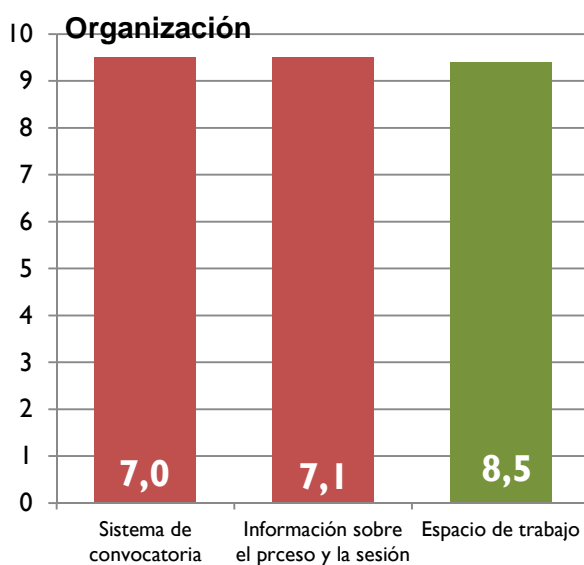
P33	Incrementar la participación de los asociados en la gestión interna
P34	Establecer un símbolo identificativo de la asociación y difundirlo
P35	Web como escaparate de la asociación
P36	Programa de fidelización a los clientes del comercio local
P37	Analizar la satisfacción de los comercios con la Asociación
P38	Analizar las causas reales del no asociacionismo
P39	Fomentar la colaboración entre comerciantes
P40	Campañas de difusión dirigidas a captar nuevos socios
P41	Integración entre las propias asociaciones de Ejea
P42	Acciones periódicas de promoción del comercio
P44	Convenios con entidades bancarias
P46	Colaboración con otras asociaciones de comerciantes



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 12 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.

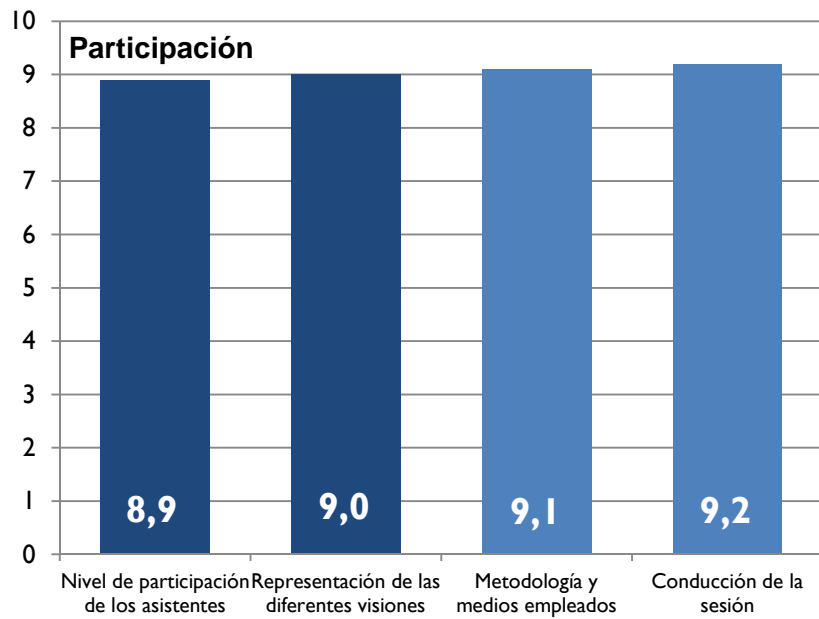


Horario



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:

Razones para participar

