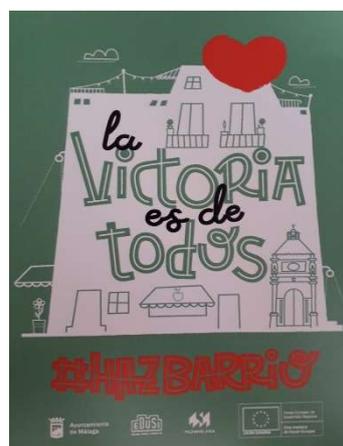
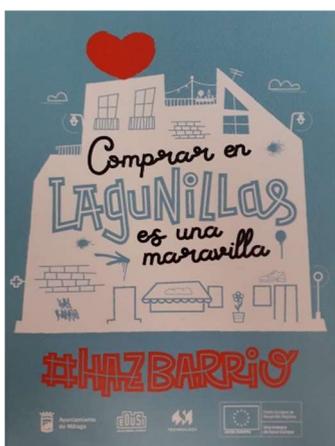




## Ayuntamiento de Málaga



Informe EDUSI  
*Dinamización comercial del comercio de barrio*  
*Trinidad Perchel, Centro Histórico y Lagunillas-Victoria*  
Málaga, a 12.04.2021

## ***Dinamización comercial del comercio de barrio en las zonas de Trinidad Perchel, Centro Histórico y Lagunillas-Victoria***

### ***Introducción***

El Ayuntamiento de Málaga ha preparado y lanzado nuevas acciones para la modernización y la transformación digital de los comercios de barrios en las zonas de Trinidad Perchel, Centro Histórico y Lagunillas-Victoria. Se trata de una guía de digitalización del comercio de barrio, una herramienta para avanzar hacia la modernización y digitalización de este sector, acompañada por medidas de promoción del comercio de proximidad que integran el proyecto.

Este proyecto se enmarca en la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado, EDUSI, orientado al desarrollo económico de las zonas objeto de intervención. Cuenta con un 80 por ciento de financiación comunitaria FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional) y se encuentra dentro del Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020 FEDER 'Una manera de hacer Europa'. Estas acciones también se enmarcan en las líneas de apoyo municipal al tejido empresarial local para darle un impulso, en estos momentos en los que la coyuntura económica se encuentra atravesando momentos muy duros por culpa de la crisis sanitaria del COVID-19.

A través de Promálaga, dependiente del Área de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones, y junto al área de Comercio y el Distrito Centro, se gestiona este proyecto. Las concejalas de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones, Rosa Sánchez; y de Comercio, Gestión de la Vía Pública y Fomento de la Actividad Empresarial, Elisa Pérez de Siles, han presentado esta iniciativa cuyo objetivo es el incremento de las ventas de los comercios de barrio, a través de la modernización y la digitalización. Esta iniciativa cuyo objetivo es ofrecer un instrumento versátil, práctico y a la vez sencillo, que facilite la transición hacia la transformación digital del comercio de barrio, favoreciendo su adaptación a las nuevas exigencias del cliente, y potenciando su visualización, competitividad e incremento de ventas. Para ello se han desarrollado varias actuaciones:



### ***1. Guía de digitalización del comercio de Barrio:***

Esta guía permitirá a los establecimientos avanzar hacia la modernización y la digitalización del sector. Para su realización se ha hecho un análisis de las tipologías del pequeño comercio de los barrios señalados con la finalidad de facilitar el uso de la misma. Para ser más concretos, se ha elaborado un diagnóstico sobre el grado de digitalización en que se encuentran los comercios de barrio y se formulan soluciones para la transformación digital que se ajustan al perfil que necesita el pequeño comercio. De hecho, en cada uno de los apartados en que se compone la guía se expone un ejemplo real de un comercio local malagueño para mostrar las posibilidades de implementar de manera fácil y con un lenguaje sencillo esta transformación digital en el

sector. Se trata, también de ofrecer mecanismos que contribuyan a paliar los efectos de la coyuntura económica actual que afecta en gran medida a la venta presencial por culpa de las restricciones impuestas para limitar los contagios mientras dure la pandemia (horarios de venta reducidos, menor número de clientes a la vez en el local, menos desplazamientos generales, etcétera) pero que, además, supongan la modernización de este sector que tanta presencia tiene en la ciudad.

A través de esta iniciativa, el Ayuntamiento de Málaga persigue varios objetivos. El primero sería incrementar las ventas en el comercio de barrio o comercio de proximidad sobre todo en el apartado de ventas por internet, haciendo de ese modo más visibles y accesibles sus negocios, pudiendo así contribuir a la continuidad de las empresas, así como al mantenimiento del empleo.

El segundo objetivo es complementario al primero. Además de la guía, los comercios de barrio tendrán la posibilidad de recibir asesoramiento personalizado y gratuito para la implementación de estas medidas como la captación y fidelización de clientes, medios de pago, la tienda como punto de recogida y otros aspectos que ayudarán a los comercios a modernizarse. Se han repartido unas 500 guías en papel a los comercios que participan en la iniciativa y además existe la opción de descargarse la guía en la página web [www.malagacomerciodigital.com](http://www.malagacomerciodigital.com)

El Ayuntamiento de Málaga quiere animar al comerciante local a consultar esta guía y a utilizar el servicio de asistencia y orientación personalizada sobre las acciones de modernización y digitalización que quieran llevar a cabo. Además, ofrece asesoramiento personalizado directamente en la tienda, por teléfono o por correo electrónico.

### **Resultados:**

Cerca del 60% de las actividades de los comercios a los que se ha entregado la Guía de Digitalización del Comercio de Barrio la conforman comercios cuya actividad es Alimentación, Bebida y Tabaco (29,8%); Textil (18%); y Otros (11,1%), predominando en la tipología "Otros" las Joyerías (35,5%).

### **Impacto tras la entrega de las guías**

De las 500 personas a las que se ha entregado la guía, tan solo el 8,4% ha realizado algún comentario o ha preguntado alguna duda y/o consulta en el momento o posteriormente a la entrega de la guía.

De las personas que han realizado alguna consulta el 95,2% lo hizo en el momento que se le entregó la guía, mientras que el 4,8% restante lo hizo vía online.

Tras analizar las consultas realizadas tanto en persona como vía online, se obtiene que los tres temas de interés en los que han hecho más hincapié los comerciantes son:

- Subvenciones
- Creación web
- Interés en adoptar medidas hacia la digitalización.

De esta manera queda la tabla de comentarios, dudas y/o consultas por parte de los comercios asesorados:

COMENTARIOS / DUDAS / CONSULTAS	Nº	%
<b>Subvenciones</b>	<b>10</b>	<b>23,81%</b>
<b>Creación de web</b>	<b>5</b>	<b>11,90%</b>
<b>Interés en adoptar medidas hacia la digitalización</b>	<b>6</b>	<b>14,29%</b>
Satisfacción con la iniciativa	3	7,14%
Implantación e-Commerce	2	4,76%
Implantación de pago a través de bizum	2	4,76%
Desinterés en adoptar medidas hacia la digitalización	2	4,76%
Implantación de programa de gestión interna	2	4,76%
Promoción gratuita para comercios a través de web del Ayuntamiento	2	4,76%
Mejorar la promoción en web y redes sociales	2	4,76%
Implantación de servicio a domicilio	1	2,38%
Implantación WhatsApp de empresa	1	2,38%
Newsletter sobre subvenciones en materia de comercio	1	2,38%
Servicio de consultoría personalizada para digitalización comercial	1	2,38%
Web específica para promoción de joyerías	1	2,38%
Creación de web a través de Comprando por Málaga	1	2,38%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100,0%</b>

## 2. encuéntrame en Lagunillas

Dentro del marco de la iniciativa y en el barrio de Lagunillas se ha desarrollado un estudio denominado “*Encuéntrame en Lagunillas*”. Se trata de una apuesta por la reactivación comercial del barrio del mismo nombre, implicando para ello a las empresas inmobiliarias y los agentes del mundo del emprendimiento y el empleo. Este estudio pretende apoyar la dinamización del barrio creando una plataforma de encuentro de oferta y demanda de locales vacíos que se puedan destinar a comercios y oficinas.

Los objetivos principales de esta actuación son los siguientes:

- Reactivar comercialmente el barrio de Lagunillas la unión de la oferta y la demanda en una plataforma web. Se trata de crear una plataforma web que ponga en contacto la

- oferta y la demanda de oficinas y locales comerciales en la que las inmobiliarias podrán anunciar sus productos en la zona y los emprendedores encontrar sus locales y oficinas.
- Animar a emprendedores a ubicarse en la zona facilitándoles el acceso a la información sobre los inmuebles disponibles.
  - Realizar campañas de difusión para dar a conocer el proyecto, dando a conocer la existencia de la plataforma web al mayor número posible de colectivos y organismos que trabajan con emprendedores y empresarios creando alianzas para mejorar la difusión.
  - Acceder al banco de ideas de negocio por parte de las inmobiliarias para que puedan asesorar a sus clientes.
  - Publicitar en la web a los emprendedores y empresarios que se vayan localizando en la zona, con fotos y entrevistas, para animar a otros a hacerlo.
  - Difundir por distintos canales vídeo promocional del barrio.

### 3. Campaña de navidad

Para reforzar la campaña de modernización del comercio de barrio se ha impulsado una campaña de promoción comercial con las siguientes actuaciones:

- Iluminación navideña de las calles de Lagunillas y del Soho durante toda la época navideña. En concreto se han puesto luces en las calles de Lagunillas para el barrio del mismo nombre, en calle Trinidad Grund y en calle Casas de Campo para el barrio del Soho con el fin de dar un poco de luz y de alegría en los barrios donde se ha llevado a cabo las actuaciones. Para marcar esta iniciativa se puso una lagrima publicitaria en la entrada de Lagunillas y una gota en el suelo indicando lo propio en la calle Casas de Campo y Trinidad Grund.



*Iluminación Navideña en Lagunillas y en el Soho*

- Señalización de los comercios en el barrio de Lagunillas que participan en esta iniciativa con alfombrillas en la puerta de los establecimientos, con el fin de destacar la participación de los comercios en la iniciativa EDUSI.

*Alfombrilla y lágrima en la tienda verde Quimera*



*La concejala Rosa Sánchez promocionando  
la iniciativa con un comerciante de Lagunillas*



*Otro establecimiento de Lagunillas*



*Rosa Sánchez junto a Gemma del Corral durante  
la promoción de la iniciativa en el establecimiento el Boquerón de Oro*

- Se han producido materiales de promoción comercial como bolsas de papel, pegatinas de escaparates y pegatinas para que los comerciantes implicados puedan regalar a sus clientes.



Pegatinas escaparate



Bolsas de papel



Pegatinas pequeñas

Comerciante enseñando la pegatina antes de colocarla en el escaparate



- Se ha organizado la ruta de la croqueta una iniciativa de dos días para promocionar a los establecimientos hosteleros que están atravesando muchas dificultades durante esta pandemia.



#### 4. Visibilidad de la campaña de promoción

Con el fin de dar visibilidad a las actuaciones realizadas dentro del marco de EDUSI se ha realizado una campaña de sensibilización mediante la colocación de banderolas donde se destaca la imagen del proyecto EDUSI y de la promoción del comercio de proximidad a través de la colocación de banderolas en los soportes que tiene la ciudad a tal efecto. Para esta campaña se han producido y colocado 60 banderolas de 90x120cm.

#### Victoria:



### Lagunillas:



### Soho:



### Conclusión

Entre los aspectos más significativos de esta iniciativa de la Guía de Digitalización del Comercio de Barrio cabe destacar:

- Su fácil manejo y consulta.
- Aglutina de manera concisa toda la información que un comercio de barrio necesita saber para abordar la transformación digital o, si ya se ha iniciado, para mejorar su posición: captación y fidelización de clientes, herramientas útiles para la gestión interna de un comercio, cómo mejorar la experiencia del cliente, la logística, los medios de pago y aspectos de ciberseguridad.
- Los pequeños comercios de las zonas de actuación de la iniciativa EDUSI (los barrios Trinidad-Perchel, Centro Histórico y Lagunillas-Victoria), en las que el proyecto se circunscribe, recibirán un ejemplar físico gratuito y podrán ampliar información en la web.
- La guía online puede ser consultada en todo momento y desde todos los soportes (ordenador, portátil, móvil y tableta) gracias a su diseño "responsivo".

- Los comercios de barrio tendrán a su disposición un servicio de consulta y asesoramiento personalizados a través de dicha web. El asesoramiento se puede recibir directamente en la tienda, o bien por teléfono o por mail.
- También cabe destacar otras actuaciones como encuéntrame en lagunillas con la creación de una BBDD para encontrar la oferta con la demanda y dinamizar así el comercio y la instalación de empresas de otros sectores.
- Las campañas promocionales que han servido de apoyo a los comercios de proximidad como la campaña de banderolas.

Fin del informe