

## BUENA PRÁCTICA EDUSI, AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA.

### ACTUACIONES DE DINAMIZACION COMERCIAL

Las principales actuaciones de la dinamización comercial han consistido en el diseño de un logotipo, pinturas artística grafiti en las persianas de los comercios y producción de un plano de ubicación de los comercios como elemento visualizador del barrio.

#### Introducción:

El desarrollo económico de la ciudad de Málaga y en especial de la zona de actuación Edusi, ha seguido un modelo de desarrollo expansivo y concéntrico en torno a los ejes turísticos-comerciales que la ciudad históricamente presentaba. En la actualidad, y en el contexto de este proyecto de desarrollo comercial la actuación se centra en la consolidación del comercio de proximidad como elemento visualizador y dinamizador del barrio de Lagunillas. La buena práctica desarrollada ha consistido en la reactivación comercial de uno de los barrios más antiguos y emblemáticos de Málaga, el barrio de Lagunillas, situado a espaldas de la Plaza de la Merced en una zona céntrica pero escondida por barreras arquitectónicas. Este barrio situado en el mismísimo corazón de Málaga se caracteriza por sus numerosos murales de grafitis.



La acción tiene un presupuesto elegible de la operación de 14.900,00 € y la ayuda FEDER es de 11.920,00 €. A través de esta iniciativa se ha trabajado con 11 comercios del barrio y se han implicado a 9 artistas locales que han elaborado con esta iniciativa.

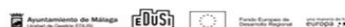
En el caso de la campaña de reactivación comercial de Lagunillas se han efectuado las siguientes actuaciones:

- Diseño de logo del barrio
- Persianas
- Placas
- Mapa de comercios.

Para llevar a cabo la reactivación del comercio de proximidad y del comercio de calles se ha trabajado conjuntamente y de manera consensuada con la Asociación de Comerciantes de Lagunillas para realizar actuaciones con vistas a promover y dar visibilidad al pequeño comercio situado en este barrio.



Se empezó por desarrollar el logo de la Marca Lagunillas para que sea la representación del barrio de cara a su promoción y revitalización comercial.



En total, han sido 11 establecimientos los que han participado en el proyecto de promoción y visibilidad del comercio de proximidad, que se enumeran a continuación:

1. Mama Aza
2. El Tinglao
3. Estanco y lotería Boquerón de Oro
4. La Victoria Arte floral
5. Pescadería Encarni
6. Frutería Keko



7. Droguería Antonio
8. Carnicería Crespo
9. Asador Padilla
10. La Polivalente
11. Farmacia plaza de la Victoria

Para pintar las persianas de los comercios del barrio se ha contado con la participación de artistas grafiteros de la ciudad para implicar el ecosistema local en el desarrollo del barrio.

Los artistas locales y los comercios pintados han sido los siguientes:

- |                   |                            |
|-------------------|----------------------------|
| 1. Isa Nieto      | Mama Anza                  |
| 2. Evelyne Rigaud | El Tinglao                 |
| 3. Daniela Miazzo | Estanco el Boquerón de Oro |
| 4. Lidia Louq     | La Victoria Arte Floral    |
| 5. Miguel Martos  | Pescadería Encarni         |
| 6. Sergio Natty   | Frutería Kiko              |
| 7. Alba Zapata    | Droguería Antonio          |
| 8. Skaisse        | Carnicería Crespo          |
| 9. Daniela Haule  | La Polivalente             |



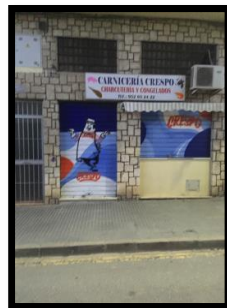
Tienda Vintage Mama Aza



Droguería Antonio



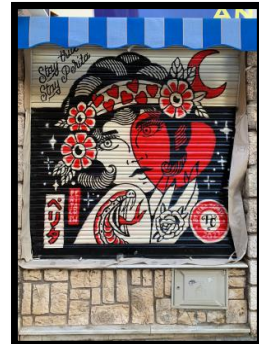
Frutería Keko



Carnicería Crespo



Pescadería Encarni



Droguería Antonio

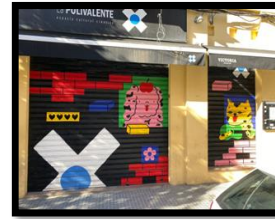




Rte. El Tinglao



Floristería la Victoria



Asociación La Polivalente



Estanco El Boquerón de Oro

1. LA ACTUACIÓN HA SIDO CONVENIENTEMENTE DIFUNDIR ENTRE LAS PERSONAS BENEFICIARIAS, BENEFICIARIAS POTENCIALES Y EL PÚBLICO EN GENERAL

Las actuaciones del barrio de Lagunillas para visibilizar el comercio de proximidad han tenido mucha difusión entre las personas beneficiarias y el público general. Esta difusión empezó con el diseño y presentación del logotipo ante los medios, como se puede apreciar en estas imágenes.

También se emitieron Notas de Prensa desde el gabinete de comunicación del Ayuntamiento de Málaga y a través de la agencia de comunicación de Promálaga.

[El Ayuntamiento de Málaga lanza nuevas acciones promocionales en Lagunillas para impulsar el comercio local - PROMALAGA](#)



También se hizo una amplia difusión de la noticia a través de Redes sociales, como Facebook, Instagram y Twitter (X)

[\(20+\) Promálaga - Hoy hemos presentado las nuevas acciones promocionales... | Facebook](#)

[Hoy hemos presentado las nuevas acciones promocionales para impulsar el #comerciolocal en #Lagunillas](#)  
[🛒👤. Con la colaboración del Área d... | Instagram](#)

[\(1\) Promálaga en X: "#Lagunillas se está consolidando como un referente de arte urbano y un grupo de artistas malagueños ha pintado las persianas metálicas de 10 #comercios. Los ediles de Comercio, Elisa Pérez de Siles, y de #MálagaCentro, @paco\\_cantos, han presentado la campaña esta mañana https://t.co/O2mVJ1sENI" / X \(twitter.com\)](#)

Bajo estas líneas las placas conmemorativas que reflejan las acciones de visibilidad del comercio de proximidad



## 2.- LA ACTUACIÓN INCORPORA ELEMENTOS INNOVADORES.

La actuación desarrollada se orienta a la definición visual del territorio con elementos artístico-arquitectónicos que definan este barrio popular de carácter artístico, el cual ha encontrado en el desarrollo del arte urbano su identidad, así como su apuesta por un comercio especializado, que atraiga su propia demanda y que complemente la oferta más tradicional que podemos encontrar en otros espacios de la ciudad. En este sentido, esta actuación tiene un carácter innovador dentro de la colaboración público privada ya que contiene dos elementos principales de innovación, la acción específica a medida y la escalabilidad.

Por acción específica se refiere a las consultas que se han hecho a los interesados para determinar las acciones que querían llevar a cabo para dar visibilidad a sus comercios y se han materializado las propuestas realizadas por los comerciantes de forma personalizada, alejándose de modelos más genéricos. En el caso que nos ocupa cada comercio participante ha podido decidir sobre el tipo de grafiti que quería tener en la persiana de su comercio.

En relación con la escalabilidad, este modelo se podría reproducir en aquellos nuevos comercios que vayan apareciendo en la zona para dar una homogeneidad y visibilidad en todos los comercios del barrio.



*Placa conmemorativa con el nombre del artista que realizó la pintura de la persiana*

## 3.- ADECUACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS A LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS.

Como objetivo se estableció dinamizar el comercio de Lagunillas, un barrio singular de la ciudad caracterizado por los numerosos murales de grafitis que recorren sus calles. La principal calle comercial del barrio, llamada calle Lagunillas contiene 10 negocios de proximidad. En las reuniones mantenidas surgió la idea de los comerciantes de diseñar un logo que les representara, así como pintar las persianas de sus negocios con un estilo grafitero moderno para armonizar el barrio y dar visibilidad al comercio también cuando estos están cerrados.

Se plantearon diversas actuaciones en el entorno que permitirían alcanzar los siguientes objetivos:

- Transformación comercial de los comercios de proximidad, por medio de un asesoramiento personalizado y también guías y recomendaciones que ayuden a estos empresarios a modernizar sus negocios y hacerlos más competitivos.
- Comunicación y promoción del comercio local y de proximidad, favoreciendo la identidad comercial del barrio y la puesta en valor de los elementos más singulares del comercio local.
- Fomento del emprendimiento en las zonas más desfavorecidas, mediante la puesta en marcha de un dossier con locales vacíos e inventario de ideas de negocios que permitan por un lado mejorar la vida del barrio y por otro generar oportunidades de emprendimiento. ([www.encuentrameenlagunillas.com](http://www.encuentrameenlagunillas.com))

Finalmente, el principal objetivo de este proyecto fue singularizar este espacio comercial, de forma que se integrara en el espacio turístico y comercial de la zona Edusi, que constituya una nueva centralidad y que permita crear una demanda propia que se integre con el resto de la oferta que ofrece la zona centro y que por ello contribuya al desarrollo económico de la zona de intervención y la mejora socioeconómica de los residentes y población relacionada.





Plano de ubicación de los comercios de proximidad.

#### 4.- CONTRIBUYE A LA RESOLUCIÓN DE UN PROBLEMA O DEBILIDAD REGIONAL

El barrio de Lagunillas a pesar de estar en el centro de la ciudad es un barrio muy tranquilo pero de difícil acceso, pues se encuentra retranqueado por la plaza de la Merced y la calle Victoria que cuentan con muy pocos accesos directos al barrio. De algún modo es uno de los barrios que necesita más transformación e impulso al comercio de proximidad con el objetivo de dinamizar la zona. Con esta actuación y otras que se han llevado a cabo como la campaña de Navidad, la campaña de reactivación del comercio local y la campaña [Encuéntrame en Lagunillas](#) se ha reactivado la zona.

[El Ayuntamiento, a través de Promálaga, impulsa la reactivación comercial de Lagunillas - PROMALAGA](#)

[Promálaga impulsa la campaña de reactivación del comercio local en Soho, Lagunillas y Victoria - PROMALAGA](#)

#### 5.- TIENE UN ALTO GRADO DE COBERTURA SOBRE LA POBLACIÓN A LA QUE VA DIRIGIDO

Las actuaciones realizadas resultan de un gran valor para transformar una zona desfavorecida desde el punto de vista económico y social en un entorno más dinámico, capaz de generar negocio y por ende, la creación de empleo y cambiar las condiciones socioeconómicas del barrio y de sus habitantes. La puesta en marcha de estas actuaciones en conexión con los comerciantes del barrio, consolidan y revitalizan estos entornos urbanos degradados. Revitalizar ciertas áreas urbanas de forma integrada, interviniendo en el ámbito económico rehabilita y fortalece no solo el comercio de proximidad, pero también los espacios públicos y las infraestructuras sociales y culturales. Los objetivos de esta acción pasan por incentivar la regeneración económica de la zona y visibilizar la totalidad del barrio con actuaciones y proyectos e ideas innovadoras lo que repercute favorablemente en la población de la zona.

#### 6.- SE HAN TENIDO EN CUENTA LOS CRITERIOS HORIZONTALES DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Las actividades diseñadas en esta iniciativa han tenido en cuenta la diversidad cultural, así como la igualdad de oportunidades de todos los ciudadanos que se pudieran beneficiar de la misma. El carácter multicultural de la zona de intervención, así como la igualdad entre hombres y mujeres son elementos que han estado presentes en las medidas que se han desarrollado: uso de lenguaje no sexista, uso de elementos que no supongan barreras para los discapacitados y acciones de dinamización dirigidas a colectivos diversos y específicos.

El principio horizontal de desarrollo sostenible implica la puesta en marcha de medidas transversales relacionadas con la protección medioambiental, eficiencia en el uso de recursos, mitigación y adaptación al cambio climático, biodiversidad y protección de ecosistemas, resistencia ante desastres, prevención y gestión de riesgos. Las actuaciones diseñadas han tenido en cuenta este principio horizontal de desarrollo sostenible si bien es difícil decir de qué manera esta actuación contribuye a alcanzar una mayor eficiencia en el uso de recursos, la descarbonización de la economía, la mitigación y adaptación al cambio climático, la protección de la biodiversidad y los ecosistemas, y la resiliencia ante desastres.



El desarrollo sostenible se ha convertido en uno de los principios que rigen la ejecución de las de EDUSI y de muchas otras. El uso de materiales que permitan crear un ambiente más sostenible en el entorno urbano, la promoción de la economía circular y el consumo responsable serán elementos clave para el desarrollo de las iniciativas.

## 7.- SINERGIAS CON OTRAS POLÍTICAS O INSTRUMENTOS DE INTERVENCIÓN PÚBLICA.

La estrategia Edusi se elaboró de forma integral, de manera que en las zonas de actuación se aplica una lógica sectorial y a su vez transversal, en la que cada área gestionó sus proyectos de acuerdo con sus ámbitos de competencia y en los casos de aplicación se contempla la coordinación de las acciones con otras áreas o entidades.

Esta iniciativa se ha interrelacionado de forma muy directa con las actividades de asesoramiento que desarrolló el Instituto Municipal de Formación y Empleo (IMFE).

La implementación de estas actuaciones también tiene una relación intrínseca con las actividades relativas a las actuaciones en intervención social, así como las relacionadas con la puesta en valor del turismo. Esto es, las siguientes operaciones:

- FDU01AN217, Recuperación del centro histórico.
- FDU01AN226, Intervención social para la organización y participación comunitaria en los barrios de viviendas de protección pública.
- FDU01AN221, Implantación de red de iBeacons en los principales puntos de interés turísticos.

Para concluir este informe se añaden enlaces de noticias y notas de prensa de otras actuaciones coordinadas en la zona Perchel Lagunillas:

- Promálaga impulsa la campaña de reactivación del comercio local en Soho, Lagunillas y Victoria  
<https://www.promalaga.es/promalaga-impulsa-la-campana-de-reactivacion-del-comercio-local-en-soho-lagunillas-y-victoria/>
- El Ayuntamiento, a través de Promálaga, impulsa la reactivación comercial de Lagunillas  
<https://www.promalaga.es/el-ayuntamiento-a-traves-de-promalaga-impulsa-la-reactivacion-comercial-de-lagunillas/>
- El Ayuntamiento de Málaga contribuye a la reactivación del comercio local en Lagunillas con acciones de dinamización y actividades navideñas  
<https://www.promalaga.es/el-ayuntamiento-de-malaga-contribuye-a-la-reactivacion-del-comercio-local-en-lagunillas-con-acciones-de-dinamizacion-y-actividades-navidenas/>
- El Ayuntamiento de Málaga lanza la nueva campaña ‘Una Navidad en el Soho’ para promover el comercio de barrio  
<https://www.promalaga.es/el-ayuntamiento-de-malaga-lanza-la-nueva-campana-una-navidad-en-el-soho-para-promover-el-comercio-de-barrio/>
- El Ayuntamiento de Málaga refuerza la reactivación del comercio local en el Soho, Lagunillas y la Victoria con nuevas acciones de dinamización.  
<https://www.promalaga.es/el-ayuntamiento-de-malaga-refuerza-la-reactivacion-del-comercio-local-en-el-soho-lagunillas-y-la-victoria-con-nuevas-acciones-de-dinamizacion/>

