

PARTE 1: IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Esta parte tendrá carácter introductorio, y su objetivo es proporcionar información general sobre el proyecto, con el objetivo de situar en contexto las actuaciones que plantea en la solicitud de inversión

1. Nombre descriptivo del proyecto
SMART COMMERCE LA VALL D'UIXÓ. UN PROYECTO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SOSTENIBLE
2. Actuación/es financiable/s de las descritas en el artículo 7
Gastos dirigidos a la transformación digital: <ul style="list-style-type: none">- SMART COMMERCE LA VALL D'UIXÓ: Sistema de Inteligencia Comercial del comercio urbano (Programa de fidelización inteligente, Equipamiento TIC para el Centro de Transformación Digital, Digitalización y Sensorización Mercado Ambulante, Estrategia publicidad digital). Dentro de esta actuación se incorporará una de las ideas ganadoras o seleccionadas en los concursos de ideas promovidos por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, concretamente la IDEA: "MERCADO. Programa de fidelización inteligente para cualquier área comercial colectiva o ciudad", primer premio de la CATEGORÍA 3: Ideas orientadas a dotar de soluciones tecnológicas las áreas comerciales urbanas, los establecimientos comerciales colectivos y/o los mercados de los municipios españoles. Convocatoria 2020.
Gastos referidos a transformación del punto de venta: <ul style="list-style-type: none">- Centro de Transformación Digital: Adecuación y reforma para el desarrollo del Centro de Transformación Digital- Adecuación Urbanístico-Comercial de ejes comerciales: Peatonalización de la C/ Maestro Rodrigo, Adecuación de la plaza del Mercado Pequeña.- Mejora de la accesibilidad del Mercado Municipal: Instalación de ascensores
Gastos relativos a sostenibilidad y economía circular: <ul style="list-style-type: none">- Reducción, reutilización y reciclaje de alimentos (Contenedores orgánicos; Acuerdos ONG).- Reparto a Domicilio Sostenible (Instalación de Taquillas Inteligentes).- Adecuación sostenible de los Inmuebles de los Mercados Municipales (Eficiencia y Consumo Energético -luz y climatización-).
Gastos de sensibilización y formación: <ul style="list-style-type: none">- Capacitación y Transformación Digital (Capacitación Digital.; Sensibilización en Sostenibilidad).
Otros gastos subvencionables: <ul style="list-style-type: none">- Implantación Redes Wifi.- Implantación Señalética Comercial.
3. Breve descripción/resumen del proyecto
Para conseguir la recuperación y transformación del comercio urbano de La Vall d'Uixó, especialmente del mercado municipal y mercado de venta no sedentaria, se precisa adecuar estos espacios comerciales a la realidad y necesidades de las personas consumidoras actuales, alcanzando un alto componente de eficiencia, sostenibilidad y accesibilidad, tanto física como digital. Por ello, esta intervención alcanzará principalmente aspectos de transformación digital y sostenibilidad, poniendo a disposición de todas las personas consumidoras la oferta del mercado

municipal y mercado de venta no sedentaria de La Vall d'Uixó.

El Proyecto Smart Commerce La Vall D'Uixó no es un proyecto aislado, sino que se enmarca dentro de las propuestas que se han ido proponiendo en los diferentes planes estratégicos sectoriales y actuaciones programadas que se han puesto en marcha, especialmente el Plan de Acción Comercial, el Estudio de Posicionamiento y Orientación Comercial del Mercado Municipal y el Estudio del Mercado Ambulante de la Vall d'Uixó.

Especial incidencia en este Proyecto es el programa piloto en materia de digitalización del comercio que se ha puesto en marcha en La Vall D'Uixó como es el Portal del Comerciante de la RED AFIC, donde se agrupa información de interés en materia de comercio, la oferta del comercio urbano del municipio y del Mercado Municipal, y que se pretende desarrollar con el Centro Comercial Virtual para que los comercios puedan vender online.

En cualquier caso, este Proyecto también es una necesidad sobrevenida por la crisis económica generada por el Covid-19, que ha acelerado la tendencia hacia la digitalización de los sectores por el cambio de comportamientos de consumo de la población y, por tanto, es necesario adaptarse a esta nueva realidad del mercado:

- Aumento del comercio online.
- Cambio de prioridades y valores (priorización de la proximidad y rapidez; elegir experiencias sin contacto; sin valor añadido, no hay visita).
- Consumo planificado: necesario/deseable/prescindible. Es decir, hay que ofrecer al cliente la mayor información posible porque la decisión de compra va a venir muy adelantada.

Para conseguir estos objetivos, en primer lugar, se implementará un proyecto de Smart Commerce para actuar de forma integral tanto en el mercado municipal y mercado de venta no sedentaria como en el comercio urbano en general (dentro de esta actuación se incorporará una de las ideas ganadoras en los concursos de ideas promovidos por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, concretamente la IDEA: "MERCADO. Programa de fidelización inteligente para cualquier área comercial colectiva o ciudad", primer premio de la CATEGORÍA 3: Ideas orientadas a dotar de soluciones tecnológicas las áreas comerciales urbanas, los establecimientos comerciales colectivos y/ o los mercados de los municipios españoles. Convocatoria 2020; igualmente se pretende poner en marcha un sistema de fidelización inteligente para el comercio bajo una solución tecnológica única que permita el seguimiento o tracking de clientes en cualquier tienda o área comercial, incluso en el exterior (calle), con el fin de conocer, persona a persona, su comportamiento e intereses y enviarles mensajes al móvil en función del espacio físico donde se sitúe y el tiempo que permanezca en el mismo. Esta actuación ganadora será complementada con la sensorización del mercado de venta no sedentaria que permita un control de acceso de vehículos, clientes y comerciantes al mercadillo (big data y tecnologías habilitadoras).

Un proyecto global de toma de datos a tiempo real (aforos, flujos, etc.) en estos espacios que permitirá conocer hábitos de comportamiento y poder tomar decisiones de mejora urbanístico-comerciales, así como desarrollar con mayor efectividad futuras actuaciones de dinamización comercial, como cuándo y dónde es mejor realizar una actividad de animación comercial, qué tipo de publicidad es mejor poner en los directorios digitales en determinados momentos, etc. Para potenciar el consumo en el Mercado y mercadillo no sedentario se definirá la estrategia de comunicación digital. Esta medida pretende generar confianza en el consumidor a través de la sensibilización e información de la oferta comercial y turística existente en la localidad. La instalación de puntos Wifi en estos espacios se considera fundamental para potenciar el uso de la tecnología por comerciantes y consumidores.

Para facilitar el consumo, se están instalando puntos de entrega inteligentes para los pedidos que efectúen los clientes sin tener que acceder a los puestos de venta. Así como se invertirá en la mejora de la accesibilidad del Mercado Municipal con la instalación de ascensores.

Se trata de un Proyecto Integral que no solo implementa Nuevas Tecnologías, sino que potencia un ecosistema empresarial y de colaboración público-privada trabajando en todos los ámbitos que afectan a la actividad comercial: gestión y organización (público-privada); adecuación urbanístico-comercial (señalética digital e inteligente); promoción y comunicación (campañas personalizadas); y modernización de pymes (comercio online, capacitación y servicios añadidos).

En este sentido, se pretende con la adecuación y reforma en la parte alta del mercado desarrollar un Centro de Transformación Digital para facilitar que el pequeño comercio de la Vall d'Uixó se convierta en referente digital a través de la puesta en marcha de un Observatorio Digital e Inteligencia, donde se sigan y evalúe el entorno general, el análisis interno del comercio y restos de aspectos micros de referencia digital, así como un seguimiento a las nuevas tecnologías que vayan apareciendo; un Centro de formación digital para el comercio, donde se impulsen las habilidades digitales y necesidades específicas del sector, vía formación y sensibilización; un Centro Especial de Empleo Digital de apoyo al comercio y sus futuras necesidades; y se convierta en un auténtico Hub Digital con funciones de fomento de la cultura digital, del emprendedurismo, del trabajo colaborativo (coworking), formación y conectado a otros hubs en otras ciudades.

Además, como actuación integral, se debe acometer la adecuación Urbanístico-Comercial de ejes comerciales de la ciudad, concretamente con la peatonalización de la C/ Maestro Rodrigo y adecuación de la plaza del Mercado Pequeña, que necesitan mejoras de accesibilidad para crear una plataforma única que revitalice el espacio de comercio urbano de La Vall D'Uixó.

Como referentes en la sostenibilidad y la economía circular en general, se generarán alianzas con ONG's, así como se dispondrá de contenedores orgánicos sensorizados, fomentado, por tanto, la sensibilización de la reutilización y el reciclaje y la puesta en marcha de herramientas para facilitar estas acciones (contenedores, alianzas para evitar el desperdicio de comida, menús de comida saludable, etc.).

Por último, pero no menos importante, para mitigar la afectación del cambio climático por parte del Mercado y Mercadillo, se llevarán a cabo actuaciones de mejora de eficiencia energética de sistemas de climatización e iluminación eficiente, así como será necesario potenciar la accesibilidad, la seguridad, su visualización (señalética) y el confort de estos espacios.

En este contexto, se tomarán iniciativas para sensibilizar, formar, incentivar y acompañar a las empresas en su camino hacia una transformación digital inteligente y sostenible.

4. Impacto generado por el proyecto:

- i) Número de comercios beneficiados y porcentaje sobre el tejido comercial del municipio (efecto previsto)

El Mercado Municipal cuenta con 31 puntos de venta y 41 módulos y en el mercado de venta no sedentaria 352 módulos, mientras que en el municipio existían 492 comercios operando en 2018 (6,3% solo contando los puntos de venta del Mercado Municipal y 78% si incluimos el mercado de venta no sedentaria). Datos Oficina Comercio y Territorio - PATECO. Se espera un incremento de afiliados tras esta actuación.

- ii) En la mejora de la accesibilidad y adecuación de las áreas o ejes comerciales colindantes.

Accesibilidad: mejora sustantiva de la visibilidad y acceso a estos espacios comerciales gracias a la señalética del mercado y mercadillo ambulantes; a la eficiencia energética del Mercado; instalación de ascensores; y la peatonalización de la C/ Maestro Rodrigo y adecuación de la plaza del Mercado Pequeña, entre otras actuaciones similares. Se espera especialmente conseguir una mejora sustancial de la accesibilidad de personas con movilidad reducida y otros tipos de discapacidad.

- iii) En el grado de digitalización del sector comercial (efecto previsto)

Se espera un elevado incremento del grado de digitalización con la implementación del Proyecto Smart Commerce lo que permitirá conocer mejor a las personas consumidoras (dentro de esta

actuación se incorporará una de las ideas ganadoras en los concursos de ideas promovidos por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, concretamente la IDEA: "MERCADO. Programa de fidelización inteligente para cualquier área comercial colectiva o ciudad", primer premio de la CATEGORÍA 3: Ideas orientadas a dotar de soluciones tecnológicas las áreas comerciales urbanas, los establecimientos comerciales colectivos y/o los mercados de los municipios españoles. Convocatoria 2020); la puesta en marcha de un Centro de Transformación Digital dentro del Mercado, y la capacitación personalizada en transformación digital de las personas concesionarias para poder afrontar este reto y disminuir la brecha digital existente con los grandes operadores, para lo que se desarrollará un plan de "Jornadas de Sensibilización Digital" para los pequeños comercios y un plan de "Formación en Competencias Digitales personalizado", a todos los niveles, sin olvidar las competencias básicas para erradicar el analfabetismo digital y eliminar las brechas de desigualdad digital y poder acometer la transformación digital de los comercios.

5. Fecha de inicio o fecha prevista

Enero de 2022

6. Fecha finalización prevista

Diciembre de 2022

7. Presupuesto de inversión total.

(Desglosado por cada una de las actuaciones a realizar)

Nº	Categoría de gasto*	Actuación	Concepto/s de gasto de cada actuación**	Importe de la inversión prevista (sin IVA) (€)
1	Gastos dirigidos a la transformación digital	Smart Commerce La Vall D'Uixó	_ Programa de fidelización inteligente _ Equipamiento TIC para el Centro de Transformación Digital _ Digitalización y Sensorización Mercado Ambulante _ Estrategia publicidad digital	90.500,00 €
2	Gastos referidos a transformación del punto de venta	Centro de Transformación Digital	_ Adecuación y reforma para el desarrollo del Centro de Transformación Digital	150.000,00 €
3	Gastos referidos a transformación del punto de venta	Adecuación Urbanístico-Comercial de ejes comerciales	_ Peatonalización de la C/ Maestro Rodrigo _ Adecuación de la plaza del Mercado Pequeña	75.000,00 €
4	Gastos referidos a transformación del punto de venta	Mejora de la accesibilidad del Mercado Municipal	_ Instalación de ascensores	72.000,00 €
5	Gastos relativos a sostenibilidad y economía circular	Reducción, reutilización y reciclaje de alimentos	_ Contenedores orgánicos sensorizados _ Acuerdos ONG	12.000,00 €
6	Gastos relativos a sostenibilidad y economía circular	Reparto a Domicilio Sostenible	_ Instalación de Taquillas Inteligentes	15.000,00 €
7	Gastos relativos a sostenibilidad	Adecuación sostenible del	_ Eficiencia y Consumo Energético (luz y	60.000,00 €



Nº	Categoría de gasto*	Actuación	Concepto/s de gasto de cada actuación**	Importe de la inversión prevista (sin IVA) (€)
	economía circular	Mercado Municipal	climatización)	
8	Gastos de sensibilización y formación	Capacitación y Transformación Digital	_Capacitación Digital _Sensibilización en Sostenibilidad	18.000,00 €
9	Otros gastos subvencionables	Implantación Redes Wifi	_Implantación Redes Wifi	- €
10	Otros gastos subvencionables	Implantación Señalética Comercial	_Implantación Señalética del Mercado	- €
IMPORTE TOTAL sin IVA				492.500,00 €
8. Presupuesto de inversión en la anualidad en curso				
0€				
9. Fuentes de financiación. <i>(Se deberá indicar específicamente si existe cofinanciación y las cantidades y porcentajes)</i>				
Importe Total de la Intervención (SIN IVA): 492.500,00 € (100%)				
Importe de la cofinanciación del Beneficiario (Ajuntament de La Vall d'Uixó) (SIN IVA): 197.000,00 € (40%)				
Importe de la ayuda solicitada: (SIN IVA): 295.500,00 € (60%)				

PARTE 2: JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El objetivo de esta parte es justificar la idoneidad del proyecto.

1. Antecedentes

Especificar si el proyecto se enmarca en algún plan estratégico o desarrollo del Municipio o de la Comunidad, o si es una necesidad sobrevenida. Asimismo, también se detallarán aquellas acciones que permitan conocer la situación de partida, pertinencia de las actuaciones a realizar, necesidades del sector comercial, incluidas o no en un plan de viabilidad, o el diseño del plan de acción. Todas ellas deberán conducir a realizar una mejor selección y adaptación de las acciones a emprender por parte del beneficiario.

El presente proyecto del Ajuntament de La Vall D'Uixó no es un proyecto aislado, sino que se enmarca dentro de las propuestas que se han ido proponiendo en los diferentes planes estratégicos sectoriales y actuaciones programadas que se han puesto en marcha, especialmente el Plan de Acción Comercial, el Estudio de Posicionamiento y Orientación Comercial del Mercado Municipal y el Estudio del Mercado Ambulante de la Vall d'Uixó..

Especial incidencia en este Proyecto es el programa piloto en materia de digitalización del comercio que se ha puesto en marcha en La Vall D'Uixó como es el Portal del Comerciante de la RED AFIC (<https://lavallduixo.portaldelcomerciante.com/>), donde se agrupa información de interés en materia de comercio, la oferta del comercio urbano del municipio y del Mercado Municipal, y que se pretende desarrollar con el Centro Comercial Virtual para que los comercios puedan vender online.

En cualquier caso, este Proyecto también es una necesidad sobrevenida por la crisis económica generada por el Covid-19, que ha acelerado la tendencia hacia la digitalización de los sectores por el cambio de comportamientos de consumo de la población y, por tanto, es necesario adaptarse a esta nueva realidad del mercado:

- Aumento del comercio online.
- Cambio de prioridades y valores (priorización de la proximidad y rapidez; elegir experiencias sin contacto; sin valor añadido, no hay visita).
- Consumo planificado: necesario/deseable/prescindible. Es decir, hay que ofrecer al cliente la mayor información posible porque la decisión de compra va a venir muy adelantada.

Contexto Territorial:

La Vall d'Uixó es un municipio perteneciente a la comarca de La Plana Baixa, situado a 30 km de Castellón de la plana y a 50 km de Valencia, las dos capitales de provincia más próximas. A tan solo 8 km de la playa, se encuentra muy bien comunicada por carretera, pudiendo llegar a este desde la CV-10, la autovía A-7 o la autopista AP-7.



Localización de La Vall d'Uixó respecto a Castellón y Valencia.

Este municipio es el tercero con mayor población de la comarca, después de Vila-real y Burriana, con 31.552 habitantes¹ y el tercero con mayor número de empresas con 1.889², que genera el 13% del empleo de la Comarca, contribuyendo con 7.510 afiliaciones³.

A esto, hay que unir los más de 200.000 turistas⁴ que visitan el municipio cada año, especialmente para visitar las Coves de Sant Josep, el río subterráneo navegable más largo de Europa y principal atractivo turístico de la Vall d'Uixó.

Estructura Comercial:

La actividad económica de La Vall d'Uixó presentaba una elevada tradición industrial, sobre todo en la industria del calzado. Hoy en día el municipio, se ha desarrollado extraordinariamente en los sectores urbanístico, industrial y de servicios, como corresponde a una ciudad que ejerce de capital comarcal. La agricultura, más en concreto la citricultura es otro pilar de la economía vallera.

Por otro lado, de las 1.889 empresas existentes en La Vall d'Uixó (16% del total de empresas de la Comarca de la de La Plana Baixa) 1.435 pertenecen al sector servicios (76% del total) y de éstas, 695 se dedican al comercio, transporte y hostelería (48%)⁵. Por tanto, cabe destacar la importancia de este sector y en concreto de la actividad comercial, del transporte y hostelería, y más en concreto, la actividad comercial minorista de La Vall d'Uixó, que cuenta con 492 puntos de venta (26% del total de empresas) que ocupan una superficie de 49.544 metros cuadrados de superficie de venta. Estos comercios dan empleo a aproximadamente 1.600 personas, lo que implica que el comercio al por menor del municipio genera uno de cada dos puestos de la actividad comercial. En 2017, los comercios, en su conjunto, realizaron una facturación anual

¹Padrón municipal de habitantes a 1 de enero de 2018.

²Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana (2018).

³Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS) e Instituto Social de la Marina (ISM). Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo (2018).

⁴Ayuntamiento de La Vall d'Uixó. Entradas vendidas en Coves de Sant Josep durante el año 2018.

⁵Estudio específico sobre el mercado de venta no sedentaria de La Vall d'Uixó. PATECO (2018).

aproximada de 184,16 millones de euros.

De hecho, la importancia comercial del municipio se comprueba en que, de 20 municipios que conforman la Comarca, La Vall d'Uixó, supone el 14,4% del total de puntos de venta minorista y el 17,5% de su superficie comercial de venta, lo que supone una dotación comercial similar a la media comarcal, pero muy superior en superficie de venta.

Además de estas cifras, hay que destacar que La Vall d'Uixó siempre ha sido un referente comercial en toda su área de mercado, tanto en atracción comercial de consumidores de municipios del entorno, como siendo un referente para la población local en todos sus barrios. Esto ha ido configurando históricamente esta importante estructura comercial que ha supuesto un pilar fundamental en el sistema productivo local del municipio, como demuestra la existencia del mercado de venta no sedentaria, denominado Mercado del Viernes, que data de 1310 por privilegio real, de una gran tradición en toda la Comarca, y que cuenta con más de 300 paradas.



Plano del mercado ambulante de La Vall d'Uixó.



Fotografía y Plano del Mercado del Viernes

Como se comprueba en el plano anterior, este mercado de venta no sedentaria, tiene lugar en las inmediaciones de la plaza del Mercado y calles adyacentes, y se instala entre las 8 y las 15 horas

de todos los viernes, encontrando puestos de alimentación, fruta, verdura, textil y calzado.

A su vez, es importante resaltar que el Ajuntament de La Vall d'Uixó trabaja activamente en la dinamización del comercio minorista de la localidad, con acciones de dinamización comercial continuadas en el tiempo (jornadas de formación, promoción comercial, merchandising, estudios de mercado, etc.), participando en la Red AFIC (Red de Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial), un instrumento mediante el cual, la Generalitat, en colaboración con la Administración local, está impulsando el proceso de modernización y ordenación del comercio local, facilitando asesoramiento y apoyo técnico en los procesos de modernización de las pymes comerciales, en la renovación y desarrollo comercial del centro urbano, así como en la consolidación de espacios urbanos comerciales de preferente uso peatonal o en ampliación y reforma de la estructura física de los equipamientos comerciales colectivos. Así, el Ajuntament dispone de un "Portal del Comerç Sostenible (<https://lavallduixo.portaldelcomerciante.com/>), un portal web donde se vuelca toda la información de interés para el comerciante y emprendedor (campañas, normativas, financiación, etc.) y sirve a su vez

Comercios Comunitat Valenciana » Comercios » Alimentación en general

Categorías

- Alimentación
- Alimentación en general**
- Carnes / embutidos / huevos
- Congelados
- Frutas y verduras
- Pan y pastelería
- Supermercados
- Carburantes
- Droguería - Perfumería
- Finanzas y gestión
- Flores, jardinería y animales
- Hogar y decoración
- Hostelería y turismo
- Informática, imagen y sonido
- Joyería - relojería
-

Su búsqueda en Alimentación en general - ha producido 96 resultados
Mostrando los resultados de 1 a 10 de 96

Ver los resultados en el mapa

ABORDO
Alimentación » Alimentación en general
Avenida Avda. Corazón de Jesús, 42
12600, Vall D'Uixó (la) - Castellón/Castelló
Telf.: 964691857
Visita su página web
Ver más información

ACEITE DE OLIVA ROSARIO MARTÍNEZ
Alimentación » Alimentación en general
Calle C/ BENIGAFULL Nº 21
12600, Vall D'Uixó (la) - Castellón/Castelló
Telf.: 964696776
Visita su página web
Ver más información

ACEITUNAS PILAR
Alimentación » Alimentación en general
12600, Vall D'Uixó (la) - Castellón/Castelló
Telf.: 964650040

Vistas parciales del Portal del Comerç Sostenible

ACTIVAT, NEGOCI EN MARTXA
Jornades d'intercanvi d'experiències per a l'empresa i el comerç

Instagram i facebook
La combinació perfecta per a donar a conèixer el teu negoci

5, 6, 12 i 13 de febrer
14:30-17:00

A càrrec de David Martínez Calduch
Marketing Strategist i Social Seller

Centre Social Les Llimeres

Ajuntament de la Vall d'Uixó, Regidoria de Ciutat Activa, GENERALITAT VALENCIANA, Xarxa afic, Càmara

Compra a la Vall
De tot, ben a prop

Compra en la Vall
De todo, muy cerca

Shop at la Vall
We have all you need

Commerces de la Vall
De tout, tout près

Ajuntament de la Vall d'Uixó, ARCA ACTIVA, GENERALITAT VALENCIANA, afic, CLIENTS

FICA-LI MAGIA AL TEU NADAL
VINE AL MERCAT MUNICIPAL
DEL 22 DE DESEMBRE AL 5 DE GENER DE 2019

¿COM PARTICIPAR?
Visita el MERCAT MUNICIPAL i busca als ninots en les PARADES per a completar totes les castells. NO T'OLVIDES de posar el NOM de LES PARADES en la que has trobat el ninot.
DESPRÉS DE TINDRE TOTES LES CASELLES COMPLETES, BUSCA UNA BUSTIA EN LES PARADES I INTRODUEIX AQUEST TICKET. OBTINDRAS UN OBSEQUI I FORMARAS PART D'UN SORTEIG.
NO OLBIDES COMPLETAR LES TEUES DADES

5 DE GENER A LAS 13:00 SORTEIG AL MERCAT MUNICIPAL

COMPLETA LES DADES.
NOM I COGNOM: _____
NUMERC DE TELÉFON: _____
CORREU ELECTRONIC: _____

Ajuntament de la Vall d'Uixó, Regidoria de Ciutat Activa, GENERALITAT VALENCIANA, afic, Càmara

Activa't, negoci en marxa
Jornades d'intercanvi d'experiències per a l'empresa i el comerç

TRANSFORMACIÓ DIGITAL EN 35 PASOS I 6 TWEETS

PER ALFONSO PIÑEIRO PÉREZ

Ex periodista reconvertdo en Social Intelligence. Poniendo cerebro a la parte social de Internet. Comunicador en beta permanente. Adicto a la transformación digital.

CENTRE SOCIAL LES LLIMERES
7 DE NOVEMBRE
14:30H - 17:00H

Ajuntament de la Vall d'Uixó, Regidoria de Ciutat Activa, GENERALITAT VALENCIANA, afic, Càmara

Ejemplos de campañas, formaciones, aplicaciones de diseño, etc. para ayudar a la dinamización y modernización del comercio de La Vall d'Uixó

Mercado Municipal:

Finalmente, el **Mercado Municipal de La Vall d'Uixó**, es una construcción que data desde 1975 y que recientemente, por la celebración del 40 aniversario, tanto el inmueble del Mercado como

su entorno, acaban de ser rehabilitados y adaptados a la nueva normativa de accesibilidad y a las nuevas tendencias comerciales.

El Mercado Municipal se ubica en una zona céntrica de la localidad, principal área de aglomeración comercial de La Vall d'Uixó, lo que, unido a la presencia del Mercado de Venta No Sedentaria de Los Viernes, crea una importante sinergia que conforma el principal foco de atracción comercial de la Comarca, puesto que convergen la clientela de estos diferentes espacios comerciales (Mercado Municipal, Mercado de los Viernes y Ejes Comerciales).

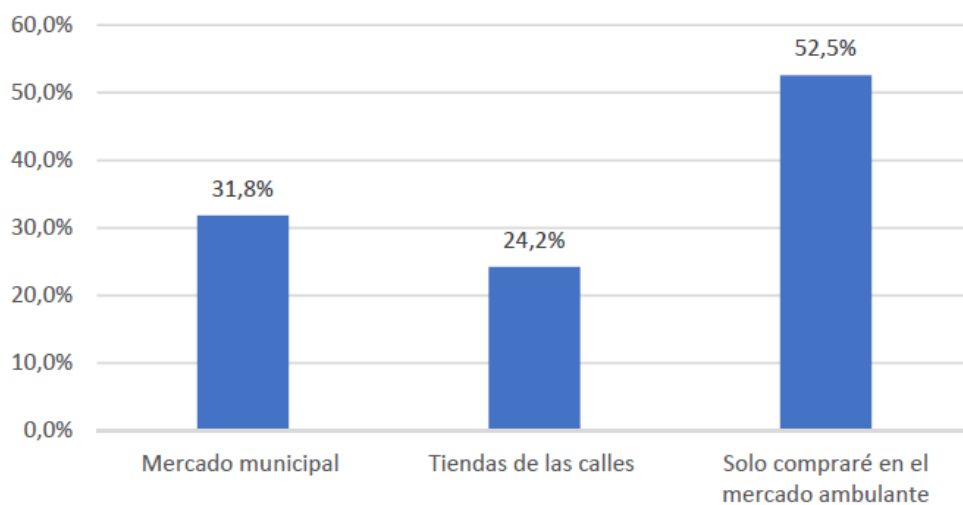
En el esquema inferior se muestran los locales dedicados al comercio minorista o a la hostelería, en los ejes comerciales de alrededor del Mercado Municipal.



Actividad en los Ejes Comerciales alrededor del Mercado Municipal

La sinergia entre estos espacios se demuestra en el hecho de que el 31,4% de las personas que acuden al Mercado de los Viernes, realiza compras en el Mercado Municipal, y un 24% realiza compras en las tiendas de los Ejes Comerciales. Es decir, la mitad de los desplazados al Mercado de los Viernes, consume en otros espacios comerciales.

Compras en el mercado municipal y tiendas de proximidad



Fuente: Encuesta a compradores del mercado ambulante de La Vall d'Uixó, 2018.



Vista parcial del Mercado Municipal, desde el Mercado de los Viernes.

El inmueble del Mercado Municipal consta de un total de 4.000 metros cuadrados, y dos plantas de actividad comercial con todo tipo de productos frescos y un trato por sus vendedores profesional y personalizado. A estas dos plantas comerciales (bajo y primera planta). Existe una planta segunda, actualmente sin uso, donde se está trabajando para dotarla de usos

diferenciados (vivero de empresas, servicios añadidos...).

Las obras de acondicionamiento y mejora del Mercado se iniciaron en el año 2010, instalándose la climatización en la superficie de venta del Mercado Municipal y en 2014 se procedió a realizar una rotulación homogénea y moderna de todas las paradas del Mercado con el consiguiente embellecimiento del mismo. También se han incluido obras de "Street art" en la zona de la pescadería y obras de arte para mejorar y modernizar la imagen del Mercado. Por último, en 2015 se realizaron obras de mejora de eficiencia energética del interior del Mercado y se modernizó la imagen exterior.



Fachada: estado anterior

Fachada: estado actual.



Interior: estado anterior

Interior: estado actual.

Actualmente, el Mercado Municipal consta de dos plantas comerciales con actividad (planta baja y planta primera), que suman 34 paradas, 7 de ellas sin actividad (20,6%). Es la planta primera la que tiene mayor número de paradas con 27 (79,4% del total), mientras la planta baja solo tiene 7 paradas (20,6%).

PLANTAS CON ACTIVIDAD	Puestos	%
PLANTA BAJA	7	20,6%
PLANTA PRIMERA	27	79,4%
TOTAL PUESTOS	34	100,0%

Fuente: Ajuntament de La Vall d'Uixó. Elaboración propia.

TOTAL PUESTOS CON ACTIVIDAD	Puestos	%
Puestos Mayorista de Frutas y Verduras	3	8,8%
Pescados y Mariscos	4	11,8%
Carnicerías-Charcuterías	11	32,4%

Aves y Huevos y Otros	3	8,8%
Frutas y Verduras	3	8,8%
Alimentos, Bebidas y Droguería	2	5,9%
Pastelería y Bollería	1	2,9%
Inactivos	7	20,6%
TOTAL PUESTOS	34	100,0%

Fuente: Ajuntament de La Vall d'Uixó. Elaboración propia.

Son los puestos de Carnicerías-Charcuterías los que más paradas presentan, con 11 (32,4%); seguido de los de Pescados y Mariscos con 4 (11,8%); los mayoristas de Frutas y Verduras, los minoristas de Frutas y Verduras y los de Aves y Huevos y Otros con 3 paradas cada uno (8,8% respectivamente); los de Alimentación, Bebidas y Droguería con 2 (5,9%) y, por último, los de Pastelería y Bollería con una única parada (2,9% del total).

Especial atención hay que darles a los mayoristas de frutas y verduras, porque, además de la venta minorista en el Mercado Municipal, son grandes distribuidores del producto fresco de la huerta de la Comarca a hoteles, restauración, centros de 3ª edad, etc., por lo que se genera una importante sinergia del producto local en la economía del entorno que hay seguir potenciando.

La planta baja es donde están ubicados tanto los mayoristas de Frutas y Verduras (3 paradas), como los de Pescado y Marisco (4 paradas), sumando un total de 7 paradas, el 20,6% del total del Mercado Municipal.

Planta Baja	Puestos	%
Puestos Mayorista de Frutas y Verduras	3	42,9%
Pescados y Mariscos	4	57,1%
Total	7	20,6%

Fuente: Ajuntament de La Vall d'Uixó. Elaboración propia.

En la planta primera es donde hay mayor número de paradas con un total de 27 (79,4% del total) y se encuentra la mayor variedad de tipologías comerciales (Carnicerías-Charcuterías; Aves y Huevos y Otros; minoristas de Frutas y Verduras; Alimentos, Bebidas y Droguería; Pastelería y Bollería; así como las paradas inactivas).

Planta Primera	Puestos	%
Carnicerías-Charcuterías	11	40,7%
Aves y Huevos y Otros	3	11,1%
Frutas y Verduras	3	11,1%
Alimentos, Bebidas y Droguería	2	7,4%
Pastelería y Bollería	1	3,7%
Inactivos	7	25,9%
Total	27	79,4%

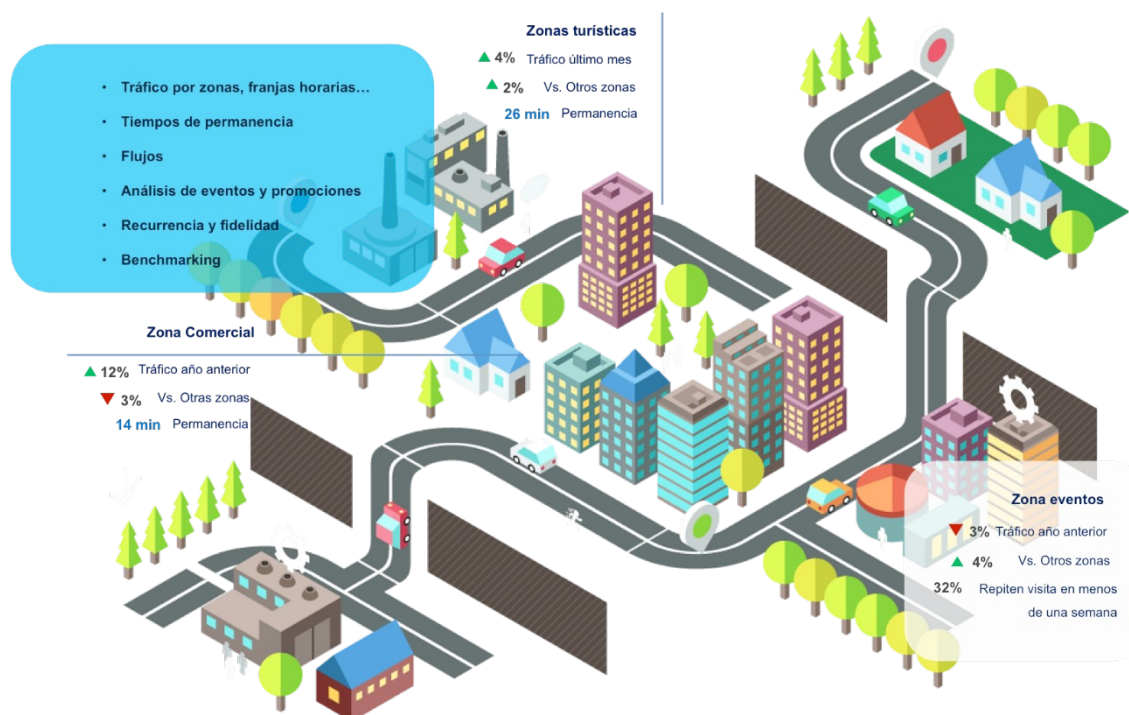
Fuente: Ajuntament de La Vall d'Uixó. Elaboración propia.

Necesidades de Mejora (actuaciones a desarrollar):

Las actuaciones que se han ido llevando a cabo son demasiado aisladas, que no han conseguido detener la paulatina pérdida de actividad económica que ha ido sufriendo tanto el Mercado (la planta alta está ya completamente inactiva) como su entorno comercial. Por tanto, el Ayuntamiento de La Vall D'Uixó considera que estos fondos son una oportunidad para desarrollar un proyecto integral y aglutinador que fortalezca el tejido comercial, conforme a todas las recomendaciones de mejora que han ido aportando los planes y estudios de comercio realizados.

En primer lugar, se ha planteado llevar a cabo el Programa Piloto de Inteligencia Comercial Smart Commerce La Vall D'Uixó desarrollando un proyecto de innovación y ciudad inteligente en el sector comercial que facilite el conocimiento del público objetivo midiendo masivamente el tráfico de visitas detectadas en las diferentes zonas comerciales, así como los flujos de unas zonas a otras. Esto nos permitirá también la identificación de diferentes perfiles de clientes con el fin de segmentarlos y poder realizar acciones de promoción adaptadas al cliente a través de la estrategia de comunicación digital.

Para ello se incorporará una de las ideas ganadoras o seleccionadas en los concursos de ideas promovidos por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, concretamente la IDEA: "MERCADO. Programa de fidelización inteligente para cualquier área comercial colectiva o ciudad", primer premio de la CATEGORÍA 3: Ideas orientadas a dotar de soluciones tecnológicas las áreas comerciales urbanas, los establecimientos comerciales colectivos y/o los mercados de los municipios españoles. Convocatoria 2020. Esta actuación potenciará los pedidos online, por lo que se plantea la instalación de taquillas inteligentes para facilitar la recogida de productos por parte del cliente (lookers).



Uno de los grandes problemas que genera el mercadillo de venta no sedentaria es la enorme afluencia de tráfico y de público los días de mercadillo, que provoca problemas de masificación (que hay que solucionar con mayor necesidad en un momento de pandemia con la actual) y tráfico de agitación buscando aparcamiento. Para solventarlo, se ha incluido dentro de esta estrategia de inteligencia comercial un proyecto de sensorización que permita el control de acceso de vehículos, clientes y comerciantes al mercado de venta no sedentaria a través de big

data y tecnologías habilitadoras.

Para instrumentalizar estas herramientas de gestión territorial del comercio se habilitará un Centro de Transformación Digital en la planta alta del Mercado, actualmente sin actividad económica por la pérdida de puntos de venta en los últimos años, por lo que a la vez que se aporta una nueva actividad a esta planta, servirá de visualización del Proyecto y de capacitación y de resolución de dudas en materia de transformación digital a la empresa comercial urbana de La Vall D'Uixó.

El Centro de Transformación Digital será un pilar fundamental en el proyecto integral porque tendrá unas funciones clave para conseguir los objetivos previstos:

- Puesta en marcha de un “Observatorio Digital”, donde a través de la analítica de datos se sigan y evalúen el entorno general, análisis interno y restos de aspectos micros de referencia digital, así como un seguimiento a las nuevas tecnologías que vayan apareciendo con el objeto de que puedan ser incorporadas al presente Plan.
- Creación del “Hub Digital” con funciones de fomento de la cultura digital, del emprendedurismo, del trabajo colaborativo (coworking), formación y conectado a otros hubs en otras ciudades.
- Desarrollo de “Acciones de Implantación de Habilidades Digitales y Mecanización de Procesos”.
- Creación de un “Centro Especial de Empleo Digital” de apoyo al comercio y sus futuras necesidades.
- Creación de un “Censo Digital” de los comercios, con censos geolocalizados de los productos ofrecidos, potenciando el Marketplace local.
- Evaluación y seguimiento de los indicadores que se determinen.
- Creación de plataformas multinivel de contacto directo con los agentes: web, móvil, etc. buscando la omnicanalidad.

Una actuación que para su puesta en funcionamiento necesitará mejoras tanto físicas (obras de adecuación de espacios y de eficiencia energética), de equipamiento TIC y de accesibilidad, para lo cual será necesario instalar un ascensor. Por otro lado, la instalación de puntos Wifi en los espacios comerciales urbanos se considera fundamental para potenciar el uso de la tecnología por comerciantes y consumidores.

En cualquier caso, además de facilitar el conocimiento del cliente gracias a las tecnologías digitales, el objetivo es seguir avanzando hacia la omnicanalidad y que el cliente acceda cómodamente a los espacios de comercio urbano, Mercado y mercadillo de venta no sedentaria, por lo que las deficiencias existentes (aceras estrechas, varias alturas, etc.), pretenden ser solucionadas a través de la peatonalización de la calle Maestro Rodrigo y la adecuación de la plaza del Mercado Pequeña, ambas en el entorno del Mercado, generando una plataforma única peatonal en este espacio y convirtiéndolo en una nueva centralidad y lugar de encuentro, esparcimiento y disfrute para la población, pero también para crear un nuevo punto de centralidad regenerador del centro urbano comercial, que debe ser potenciada con la implantación de señalética comercial digital por medio de soportes digitales donde se puedan encontrar los tipos de comercios, posicionarlos en un mapa interactivo, vincularlos con rutas turísticas, especialmente el producto local y la gastronomía y artesanía para tanto para el residente como para el visitante.

Por último, indicar que parte del proyecto está sostenido en la sensibilización, concienciación y actuación sobre el consumo responsable y el reciclaje, la reducción de residuos y el aprovechamiento de los sobrantes de productos tanto a nivel de utilización como compost (contenedores orgánicos sensorizados), como con alianzas con ONGs para repartir la comida entre colectivos vulnerables.

En definitiva, se está trabajando en un proyecto global y continuado de mejora del comercio local de La Vall d'Uixó, en especial el Mercado Municipal y del mercadillo no venta no sedentaria, que no consigue despegar, a pesar de las inversiones realizadas en los últimos años. Por tanto, para contrarrestar esta situación, se requiere de la adopción de otras estrategias y recursos para aumentar su atractivo y adecuación al nuevo contexto competitivo, por lo que se considera necesario aprovechar la oportunidad que otorga esta convocatoria para adoptar medidas de modernización comercial a través de proyectos de inversión e incorporación de soluciones tecnológicas que impulsen la transformación digital del comercio urbano de La Vall D'Uixó, puesto que para adaptarse a la nueva era digital en la que se mueve nuestra sociedad, también el comercio urbano debe impulsar ciertas mejoras tecnológicas, optimizando así su funcionamiento y generando una mayor dinamización de su actividad económica.

Esto, junto con los propios hábitos de consumo que han evolucionado hacia la digitalización y la omnicanalidad (por ejemplo, el Mercado desarrolla poca promoción, no cuentan con servicios de reparto a domicilio, consignas o portales Web) y que el perfil de consumidores de los Mercados es principalmente personas mayores, del entorno inmediato y/o con escasos recursos económicos, ha provocado que el volumen de ventas sea cada vez menor y, por tanto, se va perdiendo actividad paulatinamente.

Por tanto, para recuperar la actividad del comercio urbano en general y del Mercado del mercadillo de venta no sedentaria en particular, se precisa adecuar estos espacios comerciales a la realidad y necesidades del consumidor actual, con un alto componente de eficiencia, sostenibilidad y accesibilidad, tanto física como digital. Por ello, esta intervención alcanzará principalmente aspectos de transformación digital y sostenibilidad, poniendo a disposición de todas las personas consumidoras la oferta del comercio urbano de La Vall d'Uixó.

2. Justificación del proyecto/actuación

(La justificación busca responder porqué es importante realizar el proyecto, qué problema o problemas busca resolver, qué se quiere realizar y cuáles son los beneficios que se buscan obtener con el proyecto.)

Según cifras de la Conselleria de Economía Sostenible, 1 de cada 10 pymes comerciales y de artesanía está en estado “cero” de madurez digital, y 4 de cada 10 en estado “poco avanzado”. Además, tan solo el 25% de los pequeños comercios y artesanos vende online. “El pequeño comercio crece en torno al 3-4% anual, mientras que el comercio online creció el pasado año un 17,6%”, ha expuesto la secretaria Autonómica (<https://economia3.com/2018/10/22/161191-apostar-digitalizacion/>).

En este sentido, el Ayuntamiento de La Vall d'Uixó tiene claro que con esta intervención debe impulsar la digitalización del sector comercial del municipio para conseguir mantener el nivel de competitividad del sector en el entorno actual, para lo cual debe concienciar al empresariado local sobre la necesidad de asumir la cultura de la digitalización e implantarla en sus empresas. Para ello es fundamental dotar a los empresarios del conocimiento necesario para abordar con éxito esta transformación digital y conseguir así que el sector comercial asuma que el comercio electrónico es un canal de venta con muchas oportunidades y lo incorpore a su estrategia de negocio.

En concreto, con esta intervención basada en la transformación digital, se intenta recuperar la importancia del comercio urbano frente al consumidor, no solo como meros espacios de transacción económica, sino como elementos vertebradores de la ciudad, como modelo económico sostenible que potencia la transformación digital y el sistema productivo local al generar sinergias económico-sociales en su entorno inmediato. Esta actuación tiene especial incidencia en el mercado municipal y el mercado de venta no sedentaria como facilitadores de una oferta básica a un precio económico para una gran cantidad de población con menos recursos. Una auténtica red de establecimientos y equipamientos públicos comerciales especializados en alimentación fresca y en productos de calidad.

Si se está perdiendo clientela en el comercio urbano al no reponerse las personas consumidoras de mayor edad y asiduas por población más joven, es necesario llevar a cabo un proceso de adaptación del comercio urbano en general y del Mercado Municipal y del mercadillo de venta ambulante en particular, para incorporar a ese segmento más joven como clientela. Un segmento con hábitos muy digitalizados, por lo que hay que ofrecer una imagen más actualizada de estos espacios y, por ende, han de virar hacia la omnicanalidad y la funcionalidad y sostenibilidad.

Por eso es fundamental llevar a cabo una estrategia digital y de inteligencia comercial (Smart Commerce La Vall d'Uixó) que llegue a la población en general, pero al segmento maduro y joven en especial, por lo que hay tener una mejor atención, relación y conocimiento de cliente, para lo que será preciso desarrollar un programa de fidelización inteligente, entre otras actuaciones como la digitalización y sensorización del mercadillo ambulante mediante el uso de nuevas tecnologías y técnicas de analítica avanzada para conocer flujos y comportamientos de compra. Dentro de estas actuaciones se incorporará una de las ideas ganadoras en los concursos de ideas promovidos por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, concretamente la IDEA: "MERCADO. Programa de fidelización inteligente para cualquier área comercial colectiva o ciudad", primer premio de la CATEGORÍA 3: Ideas orientadas a dotar de soluciones tecnológicas las áreas comerciales urbanas, los establecimientos comerciales colectivos y/o los mercados de los municipios españoles. Convocatoria 2020. La instalación de puntos Wifi en estos espacios se considera fundamental para potenciar el uso de la tecnología por comerciantes y consumidores.

Una actuación que debe ser apoyada por una estrategia de comunicación digital. Mientras que, para facilitar el consumo y avanzar en el proceso de venta y en la omnicanalidad de los puntos de venta, se instalarán puntos de entrega inteligentes para los pedidos que efectúen los clientes sin tener que acceder a los negocios.

Se trata de un Proyecto Integral que no solo implemente Nuevas Tecnologías, sino que conforme un ecosistema empresarial y de colaboración público-privada trabajando en todos los ámbitos que afectan a la actividad comercial: gestión y organización (público-privada); adecuación urbanístico-comercial (señalética digital e inteligente); promoción y comunicación (campañas personalizadas); y modernización de pymes (comercio online, capacitación y servicios añadidos). En este sentido, se pretende con la adecuación y reforma para el desarrollo del Centro de Transformación Digital, así con la adquisición de equipamiento TIC para dicho Centro, convertir al Mercado Municipal y parte de sus infraestructuras en el eje motor de la Transformación Digital del Municipio, y con ello, poder conseguir los objetivos mencionados en el punto anterior.

Además, como actuación integral, se debe acometer la adecuación Urbanístico-Comercial de ejes comerciales de la ciudad, concretamente con la peatonalización de la C/ Maestro Rodrigo y adecuación de la plaza del Mercado Pequeña. Así como se invertirá en la mejora de la accesibilidad del Mercado Municipal con la instalación de ascensores y se potenciará su visualización a través e señalética comercial digital donde ubicar toda la oferta y servicios comerciales.

Como referentes en la sostenibilidad y la economía circular en general, se generarán alianzas

con ONG's, así como se dispondrá de contenedores orgánicos sensorizados, fomentando, por tanto, la sensibilización de la reutilización y el reciclaje y la puesta en marcha de herramientas para facilitar estas acciones (contenedores, alianzas para evitar el desperdicio de comida, menús de comida saludable, etc.).

En general, con esta actuación integral se pretende obtener numerosos beneficios:

1. Mejorar la competitividad del comercio urbano de La Vall d'Uixó en general y del Mercado Municipal y el mercadillo de venta no sedentaria en particular, una vez analizado los comportamientos del consumidor, adaptar digital y físicamente el comercio al cliente, ofreciéndole nuevos canales de venta y de comunicación.
2. Mejorar los equipamientos y espacios urbanos, haciéndolos más accesibles y convirtiéndolos en espacios de nueva centralidad y como lanzaderas a toda la oferta comercial del centro urbano.
3. Mejorar la sostenibilidad y la huella de carbono que provoca el comercio minimizando los desplazamientos gracias a los pedidos online y la recogida inteligente de productos. También la estrategia de comunicación digital tiene una gran capacidad de ahorro limitando el consumo de papel en las campañas.
4. Tener información del comportamiento de las personas consumidoras (Sistema de Inteligencia Comercial), que permitirá ofrecer políticas y actuaciones más adecuadas y eficientes.

3. Objetivo/s general/es

El objetivo general de la intervención es recuperar la importancia del comercio urbano de La Vall d'Uixó y del Mercado Municipal frente al consumidor, no solo como meros espacios de transacción económica, sino como elementos vertebradores de la ciudad, como modelo económico sostenible que potencia el comercio de proximidad y el sistema productivo local al generar sinergias económico-sociales en su entorno inmediato. Una auténtica red de establecimientos y equipamientos públicos comerciales especializados en alimentación fresca y productos de calidad, al que se pretende unir al mercadillo de venta no sedentaria como facilitadores de una oferta básica a un precio económico para una gran cantidad de población con menos recursos.

4. Objetivo/s específico/s

- Conseguir que el pequeño comercio de la Vall d'Uixó se convierta en referente digital.
- Explotar el potencial para el comercio urbano de La Vall d'Uixó, así como del Mercado y el Mercadillo de venta no sedentaria.
- Acelerar el proceso de transformación digital y la omnicanalidad en el comercio urbano.
- Incorporar fórmulas de omnicanalidad en el comercio urbano (recogida de pedidos...).
- Potenciar el comercio de proximidad y el producto local.
- Mejorar la funcionalidad comercial de estos espacios y equipamientos públicos.
- Sensibilizar a la población sobre el consumo responsable.
- Aumentar su cuota de mercado respecto a su área de influencia.
- Mejorar la imagen interna y externa del Mercado Municipal y del Mercadillo de venta no sedentaria.
- Aumentar la captación de nuevas personas consumidoras, especialmente entre la población más joven.

- Potenciar turísticamente el Mercado y Mercadillo de la ciudad de La Vall d'Uixó.
- Posicionar el centro urbano comercial de La Vall d'Uixó como el Destino Comercial de referencia en su área de mercado para residentes y foráneos.

5. Grado de alineación de la propuesta con el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la UE y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España.

(Se deberá indicar de manera motivada la concordancia de la propuesta con las políticas indicadas.)

La intervención propuesta está alineada con los cuatro ejes transversales que el gobierno ha situado en el centro de su estrategia de política económica del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la UE y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España.

- La **transición verde**: porque potencia el comercio de proximidad y de producto local (mayor porcentaje de la población de La Vall d'Uixó en menos de 10 minutos a pie); porque apuesta por el producto local y la economía circular (Mercado, Mercadillo, reducción del consumo, reciclaje...); porque apuesta por el ahorro energético (digitalización, caminabilidad, producto local ...).
- La **transición digital**: porque apuesta por la modernización empresarial a través de la tecnología: sistema de inteligencia comercial para conocer a las personas consumidoras; estrategia digital; señalización inteligente; capacitación digital; sensorización...
- La **eliminación de las brechas de género**: el comercio es uno de los sectores con mayor participación laboral de la mujer. Todas las actuaciones potencian la igualdad de género.
- La **cohesión y la inclusión**: la mejora de Mercado, Mercadillo y calles y plazas del área comercial urbana, refuerzan unos formatos comerciales muy usados por la población con menos recursos; las actuaciones físicas y digitales facilitan la accesibilidad a todas las personas independientemente de su condición física e intelectual.

6. Grado de alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

(Se deberá indicar de manera motivada las metas y objetivos de los ODS que contribuye a conseguir.)

Se considera que la intervención está correctamente motivada y alineada con las metas y objetivos de los ODS:

Meta 1.2 Reducción de la pobreza relativa en todas sus dimensiones y Meta 2.1 Poner fin al hambre.

Porque mejorando estos equipamientos y espacios comerciales se sigue facilitando el acceso a productos básicos a la población con menos recursos y porque con la alianza con las ONG se pretende repartir los alimentos a colectivos vulnerables que no han sido vendidos y evitar su desecho.

Meta 4.4 Aumento de las competencias para acceder al empleo.

Porque con la capacitación en transformación digital se mejora la cualificación de las personas y se espera facilitar el acceso y/o mantenimiento del empleo.

Meta 5.B Mejorar el uso de tecnología y TIC.

Porque con la implementación de la tecnología en el comercio urbano, Mercado y Mercadillo, junto a la capacitación en transformación digital, se facilita el proceso hacia la transformación digital del comercio minorista.

Meta 8.1 Mantenimiento del crecimiento económico.

Porque consiguiendo un comercio urbano más atractivo para las personas consumidoras y para el turismo estamos apoyando a uno de los sectores básicos en el sistema productivo local, ya que

suponen el 27% del comercio minorista de la ciudad de La Vall d'Uixó.

Meta 8.3 Fomento de pequeña y mediana empresa.

Casi un 90% de las empresas de los establecimientos comerciales y los Mercados y un porcentaje más elevado en los Mercadillos tienen menos de 3 empleados, estamos hablando de micropymes, por tanto, realizando estas acciones de este tipo se fomenta la pequeña y mediana empresa.

Meta 8.4 Mejora de la producción y consumo eficiente y respetuoso.

La sensibilización sobre la sostenibilidad y la economía circular fomentará el aprovechamiento de productos no usados (reciclaje y entrega a colectivos vulnerables) y el consumo responsable.

Meta 8.9 Promoción del turismo sostenible.

La vinculación turístico-comercial promoverá un consumo sostenible y del producto local.

Meta 9.4 Modernización de la infraestructura, tecnología limpia.

Las actuaciones físicas en las calles comerciales, en el Mercado y el Mercadillo permitirán modernizar estos espacios comerciales.

Meta 9.C Aumento del acceso a TIC e Internet.

La implementación de puntos de conexión Wifi, y la implementación de herramientas tecnológicas en Mercado y Mercadillo permitirán el acceso a Internet de concesionarios y personas consumidoras en estos espacios y la capacitación en transformación digital facilitarán el uso de las tecnologías TIC implementadas.

Meta 10.2 Promoción de la Inclusión social, económica y política.

Las mejoras planteadas permitirán seguir apoyando el comercio de proximidad, así como la inclusión social y económica al facilitar el acceso a los recursos a la población con menores posibilidades. Igualmente, con las actuaciones de sensibilización y alianza para un consumo responsable, que llevará alimentos a los colectivos vulnerables.

Meta 11.6 Reducción del impacto ambiental en ciudades.

La potenciación del comercio de proximidad evita desplazamientos innecesarios en vehículo privado y el fomento del desplazamiento no motorizado, a lo que hay que añadir digitalización y las taquillas de recogida de productos. La sensorización del Mercadillo de venta no sedentaria disminuirá el tráfico de agitación en el centro urbano y, por tanto, la contaminación atmosférica y acústica.

Meta 11.A Apoyo a vínculos zonas urbanas, periurbanas y rurales.

La mejora del comercio urbano, del Mercado y del Mercadillo ofrece abastecimiento de productos básicos y a un precio económico a todas las zonas urbanas y periurbanas de la ciudad de La Vall d'Uixó.

Meta 12.1 Aplicación marco de consumo y producción sostenibles.

La intervención se basa en la potenciación del comercio de proximidad y del consumo sostenible (producto local, comercio de cercanía, kilómetro 0...).

Meta 12.3 Reducción del desperdicio de alimentos.

Parte de las actuaciones previstas consiste en la reducción del desperdicio de alimentos,

sensibilizando sobre un consumo responsable y generando alianzas con ONGs para el reparto de los productos alimenticios a colectivos vulnerables.

Meta 12.5 Prevención, reducción, reciclado y reutilización de desechos.

Algunas de las actuaciones consisten en la sensibilización sobre la reducción, reciclado y reutilización de desechos, así como la implantación de contenedores de residuos orgánicos sensorizados para generar compost.

Meta 12.6 Adopción de prácticas sostenibles en empresas.

Algunas de las actuaciones consisten en la sensibilización sobre economía circular y prácticas sostenibles a los puntos de venta de Mercado y Mercadillo, así como la implantación de contenedores orgánicos sensorizados para un mejor aprovechamiento.

Meta 13.3 Mejora de la Educación y sensibilización medioambiental.

Algunas de las actuaciones consisten en la sensibilización en los colegios y la ciudadanía en general sobre las ventajas del consumo en Mercado y Mercadillo, entre las que se encuentra la sensibilización medioambiental (consumo de proximidad, producto local...).

Meta 17.17 Fomento de alianzas público-privadas.

Para el desarrollo de estas actuaciones son fundamentales las alianzas público-privadas entre el Ajuntament, las asociaciones de comerciantes, los comerciantes de los Mercados y los Mercadillos y las ONG para el reparto de alimentos a colectivos vulnerables.

Meta 17.18 Creación de capacidad estadística.

Con el Sistema de Inteligencia Comercial se dispondrán datos estadísticos para el conocimiento de flujos y comportamientos de las personas consumidoras, así como se dispondrán de KPIs en la estrategia digital de promoción y comunicación, en los usos de APPs y Portales Web, sensorización, etc.

7. Capacidad del proyecto de dinamizar, incorporar nuevas tecnologías, actualizar y enriquecer la oferta comercial del municipio, así como de revitalizar la actividad comercial en zonas que hayan sufrido un importante descenso de la misma.

El Ajuntament de La Vall d'Uixó considera que esta intervención integral de mejora de Mercado y Mercadillo tiene una gran capacidad de dinamizar estos formatos comerciales tan importantes para el sistema productivo local y generar empleo y/o relevo generacional, incrementando el número de afiliados al sector comercial existentes a la presentación de esta solicitud.

En primer lugar, incorporando nuevas tecnologías (sistema de inteligencia comercial, estrategia digital, capacitación digital...) para un mejor conocimiento del comportamiento del cliente, captación de nuevos clientes, especialmente jóvenes, y facilitación del acto de la compra y recepción del producto.

Igualmente, porque la transformación digital llevará a cabo un proceso de omnicanalidad y de actualización permanente de la oferta que pretende detener la pérdida de actividad en estos equipamientos y revitalizar su actividad.

Por último, con las actuaciones físicas de eficiencia energética, accesibilidad y confort ambiental, unido a las actuaciones de sensibilización y potenciación del consumo sostenible y la economía circular se pretende ofrecer una imagen más moderna, actualizada y, si cabe, más responsable de los principales referentes del comercio de proximidad de la ciudad de La Vall d'Uixó.

8. Capacidad del proyecto para innovar y mejorar la productividad del sector

El hecho de llevar a cabo un proceso de transformación digital incorporando aspectos tan innovadores como la Inteligencia Comercial para conocer el comportamiento de compra de la

clientela, se considera que ayudará todavía más a la revitalización del sector y, junto con la adecuación física y ambiental de los espacios, al reconocimiento definitivo de los Mercados como Equipamientos Públicos Comerciales de referencia en el sistema productivo local. A ello hay que añadir, la iniciativa innovadora de sensorización del Mercadillo de venta no sedentaria para el control de acceso de vehículos, clientes y comerciantes (big data y tecnologías habilitadoras).

9. Capacidad del proyecto para mejorar la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular

Para ser exitoso en la actividad comercial la calidad ambiental es un aspecto prioritario. En este contexto, parte de las actuaciones están orientadas a mejorar la calidad ambiental y caminabilidad del entorno urbano (calle Maestro Rodrigo y plaza del Mercado Pequeña), la accesibilidad (ascensores del Mercado), como de confort ambiental (iluminación eficiente) y de visibilidad (señalética). Por último, indicar que parte del proyecto está sostenido en la sensibilización, concienciación y actuación sobre el consumo responsable y el reciclaje, la reducción de residuos y el aprovechamiento de los sobrantes de productos tanto a nivel de utilización como compost (contenedores orgánicos sensorizados), como con alianzas con ONGs para repartir la comida entre colectivos vulnerables.

10. Capacidad de mejorar la experiencia de compra del usuario online y en el establecimiento físico.

Podría considerarse que es la base de esta intervención. Con las actuaciones programadas del programa de fidelización inteligente, facilitación de la compra y recogida del producto (y con las actuaciones de confort ambiental), se está mejorando claramente la mejora de la experiencia del cliente, tanto en el medio online como en los espacios físicos.

PARTE 3: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1. Descripción completa del proyecto/actuación financiable.

El Proyecto que se plantea es una intervención integral que pretende recuperar la importancia del comercio urbano y los mercados municipales y los mercadillos de venta no sedentaria frente al consumidor, no solo como meros espacios de transacción económica, sino como elementos vertebradores de la ciudad, como modelo económico sostenible que potencia el comercio de proximidad y el sistema productivo local al generar sinergias económico-sociales en su entorno inmediato. Una auténtica red de establecimientos y equipamientos públicos comerciales especializados en alimentación fresca y productos de calidad.

Y para ello, se llevarán a cabo actuaciones de base tecnológica y sostenibles, con la incorporación de nuevas tecnologías que ayuden a comprender el comportamiento de las personas usuarias, a actualizar y enriquecer la oferta comercial y revitalizar la actividad comercial perdida. Se considera que es un Proyecto innovador y que ayudará a optimizar la productividad del comercio urbano, mejorando la experiencia de compra del usuario online y en el establecimiento físico.

Esta actuación pretende, por tanto:

- La búsqueda constante de la innovación, de prioridad digital en el comercio urbano.
- La Sostenibilidad económico-social del sector comercial.
- Ofrecer a las “personas usuarias” del comercio urbano la mejor experiencia posible, de mejora y revisión constante.
- Tener como meta en el comercio de La Vall d'Uixó que la persona es el centro de todo. Todo el sistema debe girar a su alrededor.
- Eliminar la brecha digital y luchar contra la exclusión digital de los pequeños comercios.
- Coordinar todas las iniciativas digitales a través de Centro de Transformación Digital.

A continuación, se especifican las diferentes actuaciones de la intervención:

Gastos dirigidos a la transformación digital:

- **SMART COMMERCE LA VALL D'UIXÓ:** Sistema de Inteligencia Comercial del comercio urbano (Programa de fidelización inteligente, Equipamiento TIC para el Centro de Transformación Digital, Digitalización y Sensorización Mercado Ambulante, Estrategia publicidad digital). Dentro de esta actuación se incorporará una de las ideas ganadoras o seleccionadas en los concursos de ideas promovidos por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, concretamente la IDEA: “MERCADO. Programa de fidelización inteligente para cualquier área comercial colectiva o ciudad”, primer premio de la CATEGORÍA 3: Ideas orientadas a dotar de soluciones tecnológicas las áreas comerciales urbanas, los establecimientos comerciales colectivos y/o los mercados de los municipios españoles. Convocatoria 2020.

Gastos referidos a transformación del punto de venta:

- Centro de Transformación Digital: Adecuación y reforma para el desarrollo del Centro de Transformación Digital
- Adecuación Urbanístico-Comercial de ejes comerciales: Peatonalización de la C/ Maestro Rodrigo, Adecuación de la plaza del Mercado Pequeña.
- Mejora de la accesibilidad del Mercado Municipal: Instalación de ascensores

Gastos relativos a sostenibilidad y economía circular:

- Reducción, reutilización y reciclaje de alimentos (Contenedores orgánicos; Acuerdos ONG).
- Reparto a Domicilio Sostenible (Instalación de Taquillas Inteligentes).
- Adecuación sostenible de los Inmuebles de los Mercados Municipales (Eficiencia y Consumo Energético -luz y climatización-).

Gastos de sensibilización y formación:

- Capacitación y Transformación Digital (Capacitación Digital.; Sensibilización en Sostenibilidad).

Otros gastos subvencionables:

- Implantación Redes Wifi.
- Implantación Señalética Comercial.

2. Cronograma de ejecución de actuaciones según el modelo indicado en el anexo II

Nº	Categoría de gasto*	Actuación	Concepto/s de gasto de cada actuación**	Fecha de inicio (MM-AAAA)	Fecha de finalización (MM-AAAA)
1	Gastos dirigidos a la transformación digital	Smart Commerce La Vall D'Uixó	_ Programa de fidelización inteligente _ Equipamiento TIC para el Centro de Transformación Digital _ Digitalización y Sensorización Mercado Ambulante _ Estrategia publicidad digital	ene-22	nov-22
2	Gastos referidos a transformación del punto de venta	Centro de Transformación Digital	_ Adecuación y reforma para el desarrollo del Centro de Transformación Digital	ene-22	nov-22
3	Gastos referidos a transformación del punto de venta	Adecuación Urbanístico-Comercial de ejes comerciales	_ Peatonalización de la C/ Maestro Rodrigo _ Adecuación de la plaza del Mercado Pequeña	ene-22	nov-22
4	Gastos referidos a transformación del punto de venta	Mejora de la accesibilidad del Mercado Municipal	_ Instalación de ascensores	ene-22	nov-22
5	Gastos relativos a sostenibilidad y economía circular	Reducción, reutilización y reciclaje de alimentos	_ Contenedores orgánicos sensorizados _ Acuerdos ONG	mar-22	nov-22

Nº	Categoría de gasto*	Actuación	Concepto/s de gasto de cada actuación**	Fecha de inicio (MM-AAAA)	Fecha de finalización (MM-AAAA)
6	Gastos relativos a y sostenibilidad economía circular	Reparto a Domicilio Sostenible	_Instalación de Taquillas Inteligentes	mar-22	nov-22
7	Gastos relativos a y sostenibilidad economía circular	Adecuación sostenible del Mercado Municipal	_Eficiencia y Consumo Energético (luz y climatización)	ene-22	nov-22
8	Gastos de sensibilización y formación	Capacitación y Transformación Digital	_Capacitación Digital _Sensibilización en Sostenibilidad	mar-22	nov-22
9	Otros gastos subvencionables	Implantación Redes Wifi	_Implantación Redes Wifi	mar-22	nov-22
10	Otros gastos subvencionables	Implantación Señalética Comercial	_Implantación Señalética del Mercado	mar-22	nov-22

3. Presupuesto total que se solicita para la actuación financiable (€).

Importe Total de la Intervención (SIN IVA): 492.500,00 € (100%)

Importe de la cofinanciación del Beneficiario (Ajuntament de La Vall d'Uixó) (SIN IVA): 197.000,00 € (40%)

Importe de la ayuda solicitada: (SIN IVA): 295.500,00 € (60%)

4. Desglose del presupuesto por partidas de gastos indicando las fuentes de financiación

Nº	Categoría de gasto*	Actuación	Concepto/s de gasto de cada actuación**	Importe de la inversión prevista (sin IVA) (€)	Fuentes de Financiación
1	Gastos dirigidos a la transformación digital	Smart Commerce La Vall D'Uixó	_Programa de fidelización inteligente _Equipamiento TIC para el Centro de Transformación Digital _Digitalización y Sensorización Mercado Ambulante _Estrategia publicidad digital	90.500,00 €	60% Fondos NGEU 40% Ajuntament de La Vall d'Uixó
2	Gastos referidos a transformación del punto de venta	Centro de Transformación Digital	_Adecuación y reforma para el desarrollo del Centro de Transformación	150.000,00 €	60% Fondos NGEU 40% Ajuntament



Nº	Categoría de gasto*	Actuación	Concepto/s de gasto de cada actuación**	Importe de la inversión prevista (sin IVA) (€)	Fuentes de Financiación
			Digital		de La Vall d'Uixó
3	Gastos referidos a transformación del punto de venta	Adecuación Urbanístico-Comercial de ejes comerciales	_Peatonalización de la C/ Maestro Rodrigo _Adecuación de la plaza del Mercado Pequeña	75.000,00 €	60% Fondos NGEU 40% Ajuntament de La Vall d'Uixó
4	Gastos referidos a transformación del punto de venta	Mejora de la accesibilidad del Mercado Municipal	_Instalación de ascensores	72.000,00 €	60% Fondos NGEU 40% Ajuntament de La Vall d'Uixó
5	Gastos relativos a sostenibilidad y economía circular	Reducción, reutilización y reciclaje de alimentos	_Contenedores orgánicos sensorizados _Acuerdos ONG	12.000,00 €	60% Fondos NGEU 40% Ajuntament de La Vall d'Uixó
6	Gastos relativos a sostenibilidad y economía circular	Reparto a Domicilio Sostenible	_Instalación de Taquillas Inteligentes	15.000,00 €	60% Fondos NGEU 40% Ajuntament de La Vall d'Uixó
7	Gastos relativos a sostenibilidad y economía circular	Adecuación sostenible del Mercado Municipal	_Eficiencia y Consumo Energético (luz y climatización)	60.000,00 €	60% Fondos NGEU 40% Ajuntament de La Vall d'Uixó
8	Gastos de sensibilización y formación	Capacitación y Transformación Digital	_Capacitación Digital _Sensibilización en Sostenibilidad	18.000,00 €	60% Fondos NGEU 40% Ajuntament de La Vall d'Uixó
9	Otros gastos subvencionables	Implantación Redes Wifi	_Implantación Redes Wifi	- €	Ya implantado
10	Otros gastos subvencionables	Implantación Señalética Comercial	_Implantación Señalética del Mercado	- €	Ya implantado
IMPORTE TOTAL sin IVA				492.500,00 €	60% Fondos NGEU 40% Ajuntament de La Vall d'Uixó

5. Análisis del principio sobre **“no perjuicio significativo”** para los seis objetivos medioambientales del Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo:

- a) mitigación del cambio climático;
- b) adaptación al cambio climático;
- c) uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos;
- d) transición hacia una economía circular;
- e) prevención y control de la contaminación;
- f) protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas.

Tras el análisis efectuado, se comprueba que las actuaciones planteadas en la actuación integral no causan perjuicio significativo a ninguno de los 6 objetivos ambientales. De hecho, existen actuaciones que contribuyen significativamente a algún Objetivo Medioambiental:

- Actividades No Elegibles: ninguna.
- Actividades Elegibles que NO sean de Bajo Impacto Ambiental:
 - o Mitigación del cambio climático: Adecuación de edificios y áreas urbanas (cumpliendo con la Directiva de Eficiencia Energética);
- Actividades Elegibles de Bajo Impacto Ambiental:
 - o Mitigación del cambio climático: actuaciones de digitalización; redes Wifi.
 - o Prevención y control de la contaminación: actuaciones de digitalización; sensorización del mercadillo de venta no sedentaria.
- Actividades que causen un Perjuicio Nulo o Insignificante:
 - o Transición hacia una economía circular: impulso a la economía circular.
- Actividades que Contribuyan Sustancialmente a algún Objetivo Medioambiental:
 - o Mitigación del cambio climático: iluminación y climatización eficiente.
 - o Control y prevención de la contaminación: fomento de la movilidad sostenible mediante la reurbanización de espacios.
 - o Economía circular, incluidos la prevención y el reciclado de residuos: reciclado y disminución del consumo.