

NOVIEMBRE 2022



PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO MUNICIPAL DE ADRA



Subvenciones dirigidas a Ayuntamientos y destinadas a impulsar la mejora, modernización y promoción del comercio y la Artesanía en Andalucía.

ÍNDICE

0.	INTRODUCCIÓN: MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	4
1.	ESTUDIO Y DIAGNÓSTICO	7
1.1.	CONTEXTO.....	7
1.1.1.	CONTEXTUALIZACIÓN GENERAL DEL TERRITORIO.....	7
1.1.2.	ANÁLISIS DE LOS RECURSOS PROPIOS DIFERENCIADORES DEL MUNICIPIO.....	30
1.2.	DIAGNÓSTICO DEL SECTOR COMERCIAL DEL MUNICIPIO	49
1.2.1.	LA OFERTA COMERCIAL.....	49
1.2.2.	LA DEMANDA COMERCIAL: ANÁLISIS DE LOS HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO	63
1.2.3.	EL PERFIL DEL COMERCIANTE, EMPLEO Y EL EMPRENDIMIENTO EN EL SECTOR	74
1.3.	RACIONALIDAD Y EQUILIBRIO COMERCIAL MUNICIPAL.....	79
1.3.1.	DESAJUSTES ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA COMERCIAL DEL MUNICIPIO	79
1.3.2.	ZONAS INFRADOTADAS COMERCIALMENTE	83
1.4.	COMERCIO Y URBANISMO	85
1.4.1.	ANÁLISIS DEL URBANISMO COMERCIAL	85
1.4.2.	ANÁLISIS DE LA PLANIFICACIÓN URBANÍSTICA VIGENTE Y PROYECTOS.....	92
1.5.	LA GESTIÓN DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO	94
1.5.1.	EL PAPEL DEL AYUNTAMIENTO	94
1.5.2.	ASOCIACIONISMO COMERCIAL.....	97
1.5.3.	MAPA DE AGENTES Y OTROS RECURSOS DE APOYO AL COMERCIO	101
1.6.	REGULACIÓN COMERCIAL.....	105
1.6.1.	REGULACIÓN Y NIVEL DE ADAPTACIÓN A LA NORMATIVA MARCO	105
1.7.	RESUMEN DEL DIAGNÓSTICO COMERCIAL.....	110
1.7.1.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN O DAFO DEL COMERCIO MUNICIPAL.....	110
2.	EL MODELO COMERCIAL MUNICIPAL	122
3.	ESTRATEGIA Y PLAN DE ACTUACIONES. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	127
3.1.	OBJETIVO ESTRATÉGICO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO	127
3.2.	LÍNEAS ESTRATÉGICAS	128
3.3.	MEDIDAS	129
3.4.	ACTUACIONES A EJECUTAR.....	131
3.5.	EL CALENDARIO DE LAS ACTUACIONES.....	169

3.6.	PREVISIÓN DE GASTOS Y FINANCIACIÓN DEL PLAN DE ACTUACIONES	170
3.7.	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN	173
3.8.	COMUNICACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO	176
4.	MODELO DE GOBERNANZA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO	180
	ANEXOS: MODELOS DE CUESTIONARIOS.....	183

0. INTRODUCCIÓN: MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Los sectores del comercio y el turismo en las ciudades son elementos esenciales para el desarrollo económico y social, tanto en términos de generación de empleo y productividad, como por su contribución a la vertebración urbana, al mantenimiento de la vitalidad y calidad de vida y a la consolidación de un modelo de ciudad sostenible.

Tras la 2ª Guerra Mundial, buena parte del continente europeo quedó arrasado, por lo que tuvo que ser recuperado en profundidad y de ahí surgió la necesidad de mejorar los cascos históricos, lo que supuso el resurgimiento de los pequeños comercios en estos centros históricos.

Sin embargo, desde la década de los 70 y 80 se han producido una serie de cambios en los hábitos de compra de los ciudadanos que han provocado la aparición de la modalidad de autoservicio (supermercados e hipermercados), y la proliferación de grandes superficies de consumo en el extrarradio de las ciudades, un modelo muy consolidado fuera de nuestras fronteras que suponía un peldaño más en la cultura del automóvil particular, con el consecuente deterioro del medioambiente. Esto ha hecho perder una parte importante de clientela a los comercios de los centros históricos, y un amplio porcentaje de establecimientos tradicionales ha cerrado sus puertas, ahogados por la fuerte competencia de este nuevo tipo de actividad económica que venía a sumarse a la ya existente de los supermercados y que ya había empezado a dañar el comercio tradicional, al tiempo que se consolidaba el fenómeno de la emigración desde el centro de las ciudades hacia la periferia.

En este contexto, el sector comercial tiene el reto de ajustarse a estos cambios sociales y económicos profundos, a los nuevos hábitos de compra y consumo y a la aparición de nuevos formatos, canales de venta y prácticas comerciales. En este sentido, la adaptación del modelo comercial de Adra a estos cambios socioeconómicos y a la nueva economía digital es un reto que requiere de más y mejores instrumentos de colaboración público-privada, como puede un Plan Estratégico de Comercio Municipal, que es un instrumento de gestión que puede ayudar al municipio de Adra a definir su propia estrategia para afrontar estos desafíos de forma proactiva.

Por ello, el Ayuntamiento de Adra ha elaborado este Plan Estratégico de Comercio que pretende ser una hoja de ruta clara y tangible que sistematice una estrategia de acción en un horizonte temporal concreto para dotar de una mayor consistencia y enfoque a todas las actuaciones de fomento y promoción del sector que existen en el municipio.

Tal como establece la Guía para el diseño de Planes Estratégicos Comerciales Municipales editada en 2021 por la Junta de Andalucía, un Plan Estratégico Comercial Municipal es un documento que puede ayudar al municipio a:

- a) tener un conocimiento más profundo de la situación del comercio minorista local con un diagnóstico de los factores internos (oferta comercial y dinamización/gestión del comercio) y externos o de contexto (territorio, demanda, y el entorno urbano) que definen el modelo comercial del municipio.
- b) consensuar y fijar una estrategia de actuación para potenciar la función comercial y urbana de las distintas zonas o ejes identificados a partir de unas metas de futuro viables y ajustadas a las posibilidades de cada municipio. Esta estrategia de actuación se planteará a partir de unos objetivos, y se desarrollará a partir de diferentes líneas de trabajo con una batería de programas o proyectos específicos enmarcados en un calendario y un cuadro de previsión de gastos y posibles fuentes de financiación.
- c) definir un modelo de gobernanza del Plan Estratégico Comercial con mecanismos concretos de coordinación, seguimiento y evaluación de las actuaciones acordadas. Buena parte del éxito de todo esfuerzo de planificación comercial pasa por el trabajo participativo de los diferentes agentes del territorio y organizaciones representativas del sector. Todo Plan Estratégico Comercial deberá tener como reto la creación de un marco estable de trabajo que permita aprovechar sinergias conjuntas para definir, priorizar y ejecutar las actuaciones a implementar con mecanismos, más o menos sofisticados, de colaboración público-privada.

El Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra, que surge del consenso de los agentes que componen el Consejo Local de Comercio, Turismo y Empresas, un órgano sectorial de participación ciudadana y asesoramiento en materia de comercio, turismo y empresas para la promoción económica y fomento del atractivo comercial y turístico de Adra, define una misión, visión y valores que pretender orientar la estrategia a desarrollar de forma coordinada entre los agentes públicos y privados.

La misión, visión y valores del Plan Estratégico de Comercio de Adra son los siguientes:

MISIÓN

El Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra tiene por misión definir la estrategia a implementar en el municipio de Adra en colaboración con el Consejo Local de Comercio y Turismo y Empresas del Ayuntamiento de Adra, coordinando los recursos existentes en materia de promoción y dinamización comercial para apoyar al sector comercial del municipio.

VISIÓN

El Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra posicionará el centro urbano de Adra como un destino comercial de referencia en el territorio vinculando el turismo y el comercio, incrementando la actividad comercial y fomentando la modernización e innovación de las pymes comerciales del municipio y la gestión participativa de la dinamización comercial.

Los objetivos estratégicos asociados a esta visión son:

- a) fortalecer el vínculo turismo-comercio en el municipio;
- b) incrementar la actividad comercial;
- c) fomentar la modernización e innovación de las pymes comerciales del municipio;
- d) fortalecer la gestión participativa de la dinamización comercial.

VALORES

Los valores en los que se basa el Plan Estratégico de Comercio de Adra son:

- a) participación;
- b) coordinación;
- c) asociacionismo;
- d) innovación y competitividad;
- e) mejora en la calidad de vida;
- f) ciudad sostenible.

1. ESTUDIO Y DIAGNÓSTICO


1.1. CONTEXTO

1.1.1. CONTEXTUALIZACIÓN GENERAL DEL TERRITORIO

Adra es un municipio y localidad de la provincia de Almería, situado en la comarca andaluza del Poniente Almeriense, a 52,7 km de la capital provincial. Fue en sus orígenes una colonia fenicia, por lo que **se trata de la ciudad más antigua de la provincia de Almería y la cuarta ciudad más antigua de España**. El término municipal de Adra es el que se sitúa más al suroeste de la provincia, limitando así con la provincia de Granada.



Término municipal de Adra respecto a la provincia de Almería y España (Fuente: Wikipedia)

Noroeste: Turón (Granada)	Norte: Berja	Noreste: Berja
Oeste: Albuñol (Granada)		Este: Balanegra
Suroeste: Mar Mediterráneo	Sur: Mar Mediterráneo	Sureste: Mar Mediterráneo

Adra es un municipio costero con amplio potencial turístico, por lo que **su ubicación unida a su cultura e historia (como cuarta ciudad más antigua de España) presenta un claro elemento diferenciador** que puede ser origen de valor añadido.

- Datos generales del territorio:

En cuanto al **grado de urbanización de Adra**, es decir, si se trata de una zona rural, zona de densidad intermedia o ciudad, según los datos de 2020 del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, el municipio de Adra es una zona de densidad intermedia, con el 80% de la población localizada en las agrupaciones urbanas y un 20% en celdas de mallas rurales.

Según el Grado de Urbanización en Andalucía de 2020, una característica diferenciadora de Andalucía en relación con los datos europeos es la mayor concentración de su población. Mientras en Europa el 65,7% de la población vive en celdas de más de 1000 habitantes (las cuales representan el 5,7% de las celdas), en Andalucía es el 85,8% de la población la que vive en celdas de más de 1000 habitantes (que representan el 12,7%).

El concepto de “urbanización” busca caracterizar la intensidad del asentamiento en las áreas donde reside la población. De esta forma, a partir de la densidad de población, se definen distintas categorías basándose en criterios de contigüidad geográfica, densidad y umbrales de población, medidas en celdas de la malla estadística de 1 km². Las celdas de 1 km² se clasifican según la siguiente tipología (Reglamento (UE) 2017/2391):

- **Centros urbanos:** Los centros urbanos se definen como un conglomerado de celdas contiguas de 1 km² con una densidad de al menos 1.500 habitantes por km² y que conjuntamente agrupen un mínimo de población de 50.000 habitantes. Es decir, áreas que presentan un patrón continuado en el territorio de alta densidad de población.
- **Agrupaciones urbanas:** Se definen como un conglomerado de celdas contiguas de 1 km² con una densidad de al menos 300 habitantes por km² y que conjuntamente agrupen un mínimo de población de 5.000 habitantes. Es decir, áreas que presentan un patrón continuado en el territorio de densidad media de población.
- **Celdas de malla rurales:** Serán aquellas que quedan fuera de las agrupaciones urbanas y de los centros urbanos. Es decir, áreas que presentan un patrón de baja densidad de población.

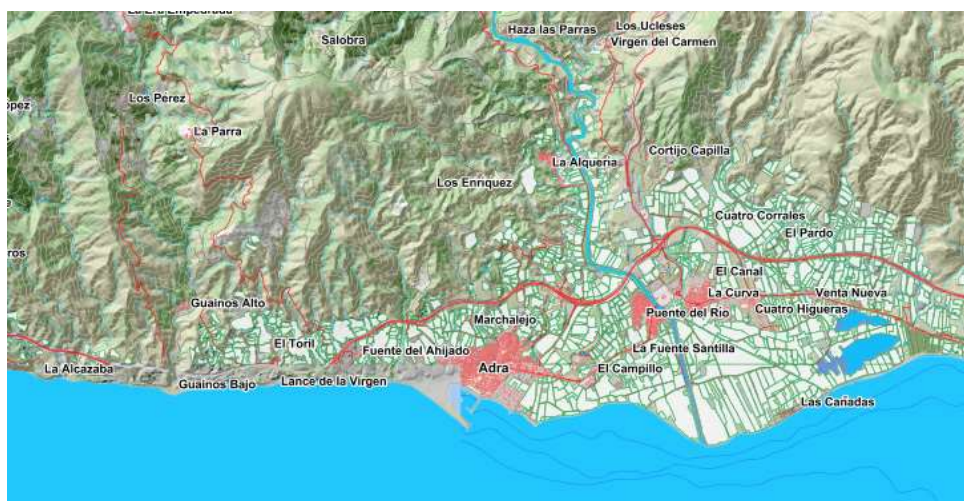
Como hemos visto anteriormente, **el municipio de Adra en una zona de densidad intermedia, con el 80,3% de la población localizada en las agrupaciones urbanas y un 19,7% en celdas de mallas rurales**, tal como se muestra en el siguiente mapa (en amarillo la agrupación urbana y en verde las mallas rurales).



Grado de urbanización en Adra. **Fuente:** Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2021.

El municipio tiene una densidad de población de 284,61 hab. /km², y está compuesto por 20 **núcleos de población** (datos de 2021 del Instituto de Estadística de Andalucía), que son: ciudad de Adra, La Alcazaba, La Alquería, El Campillo, El Canal, Las Cuatro Higueras, La Curva, Fuente del Ahijado, La Fuente Santilla, Guainos Altos, Guainos Bajos, Gurrías, El Lance de la Virgen, Los Moras, La Parra, El Patio, Los Pérez, Puente del Río, El Toril y Venta Nueva.

A excepción de La Curva, Puente del Río y Las Cuatro Higueras, que representan el 7,44%, 7,09% y 1,01% respecto del total de la población del municipio, los demás núcleos urbanos están constituidos por menos del 1% de la población restante. Cabe mencionar que el 0,86% de los habitantes de Adra viven en diseminados. Así, **el 80% de la población se concentra en el núcleo urbano de Adra**, origen del municipio y principal lugar de atracción comercial de la población del municipio.



Núcleos de población de Adra (Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía)

- **Datos de población:**

En cuanto a la **caracterización de la población**, Adra es la quinta ciudad más poblada de la provincia de Almería, con una población en 2021 de 25.501 habitantes, 13.058 hombres y 12.443 mujeres.

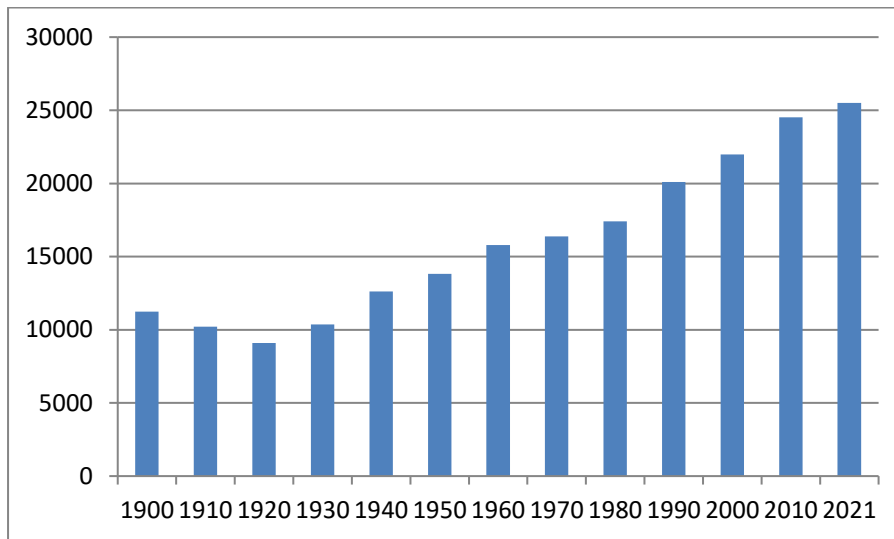
La población del término municipal de Adra supone un 3,5% del total provincial, cuya cifra de población en 2021 fue de 731.792 habitantes.

A continuación, se muestra una tabla con la evolución de la población en Adra en los últimos 25 años, donde se aprecia que **la población de Adra se incrementa prácticamente cada año** en dicho periodo. En los últimos 25 años la población se ha incrementado un 22%.

AÑO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
2021	13.058	12.443	25.501
2020	13.025	12.387	25.412
2019	12.833	12.315	25.148
2018	12.639	12.220	24.859
2017	12.480	12.217	24.697
2016	12.489	12.224	24.713
2015	12.453	12.217	24.670
2014	12.506	12.276	24.782
2013	12.518	12.243	24.761
2012	12.493	12.133	24.626
2011	12.464	12.048	24.512
2010	12.420	12.092	24.512
2009	12.338	12.035	24.373
2008	12.083	11.797	23.880
2007	12.009	11.733	23.742
2006	11.909	11.636	23.545
2005	11.769	11.426	23.195
2004	11.188	11.069	22.257
2003	10.939	10.765	21.704
2002	11.090	10.944	22.034
2001	10.995	10.815	21.810
2000	10.784	10.721	21.505
1999	10.668	10.618	21.286
1998	10.521	10.495	21.016
1997	10.397	10.501	20.898

Fuente: Padrón Municipal 1997-2021 (25 años).

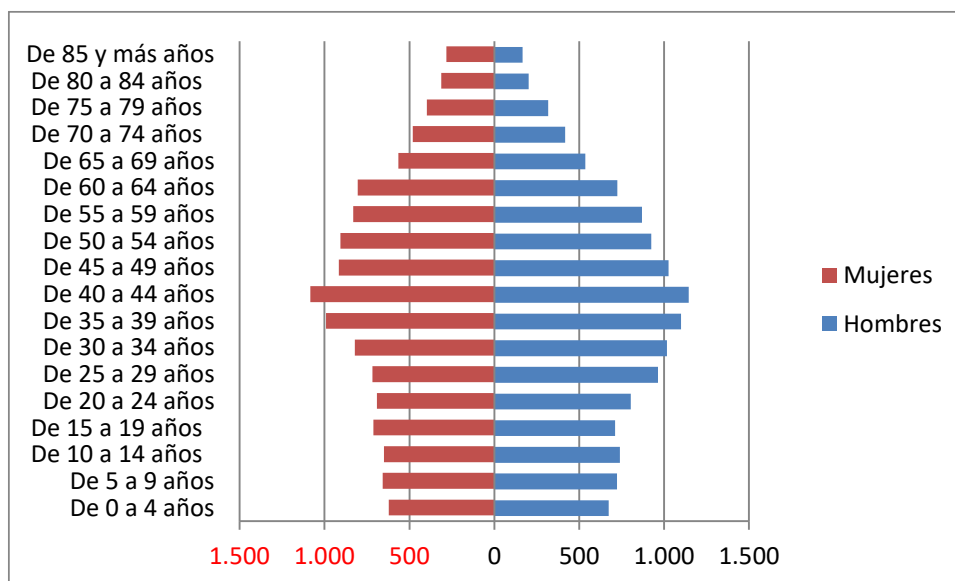
Si nos remontamos al año 1900 y analizamos la evolución de la población de Adra durante el siglo XX y lo que llevamos de siglo XXI, vemos que la población ha aumentado más del doble desde comienzos del siglo XX.



Evolución de la población en Adra (1900-2021). **Fuente:** INE y padrón municipal.

En cuanto a la **estructura demográfica**, la edad media de la población en Adra es de 40,28 años (39,15 para hombres y 41,46 para mujeres), mientras que en Almería capital la edad media es de 41,51 años (40,04 para los hombres y 42,91 para las mujeres). En Almería provincia la edad media es 40,9 años y en Andalucía 42,7 años, por lo que **Adra presenta de media una población más joven que la capital, la provincia y la región andaluza.**

La pirámide de población de Adra en 2021 muestra que el mayor número de habitantes se sitúa en la franja de edad comprendida entre los 40 y los 44 años. Los menores de 30 años representan el 34% y los mayores de 65 años representan el 14% de la población total de Adra.



A continuación, se muestra una tabla comparativa entre la población de Adra, la provincia y la Comunidad Autónoma por tramos de edad.

EDAD	ANDALUCÍA	ALMERÍA PROVINCIA	ADRA
De 0 a 14 años	1.279.906	121.402	4.065
De 15 a 29 años	1.388.699	124.485	4.598
De 30 a 44 años	1.806.666	170.318	6.158
De 45 a 64 años	2.501.743	204.274	7.001
De 65 y más años	1.495.393	111.313	3.679
TOTAL	8.472.407	731.792	25.501

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (2021)

En cuanto a la **densidad de población**, tenemos que destacar la **elevada densidad de población de Adra**, con 284,61 habitantes por metro cuadrado, siendo el décimo municipio de Almería con una mayor densidad de población, siendo la densidad provincial de 83,48 habitantes/m² y la andaluza de 96,72 habitantes/m².

Lugar de procedencia de los habitantes de Adra

Resulta también interesante analizar la procedencia de los 25.501 habitantes de Adra; **el 50% de los actuales residentes en el término municipal de Adra nacieron en el mismo municipio**, el 25% en otro municipio de la provincia de Almería, el 7,3% en otra provincia andaluza, el 3,6% en otro lugar de España fuera de Andalucía y el 14,4% restante en el extranjero.

Población extranjera en Adra

En Adra hay un total de 3.666 extranjeros, que suponen el 2,25% de la población extranjera de la provincia, mientras que en Almería capital la población extranjera supone el 17% de la población extranjera de la provincia y en El Ejido el 14% (en El Ejido el 27% de su población es extranjera).

De la población extranjera en Adra, un 52% procede de Marruecos, un 22% de Rumanía, un 7,4% de Ucrania, un 5,4% de Senegal y un 3,5% de Rusia (principalmente mujeres).

Cabe también destacar que el **número de emigraciones en Adra fue en 2021 de 928** (516 hombres y 412 mujeres), es decir, hubo 928 movimientos de emigración con origen el municipio de Adra y destino cualquier otro municipio andaluz o localidad de España o el extranjero). Por otra parte, el **número de inmigraciones en Adra fue en 2021 de 746** (428 hombres y 318 mujeres), es decir, hubo 746 movimientos de inmigración de otra localidad al municipio de Adra.

Nacimientos, defunciones y crecimiento vegetativo

Tal como se muestra en la siguiente tabla, **Adra presenta un crecimiento vegetativo positivo**; son más las personas que nacen que las que fallecen. Este comportamiento es similar en términos globales en la provincia de Almería. Sin embargo, Andalucía tiene un crecimiento vegetativo negativo muy importante, lo que quiere decir que son más las personas que fallecen que las que nacen. El dato aquí referido es de 2020, por lo que este crecimiento vegetativo negativo tan pronunciado en Andalucía puede ser consecuencia de las muertes provocadas por la pandemia de la Covid-19, ya que en 2019 el crecimiento vegetativo, aunque negativo, fue de -1.108 habitantes (para 2019 el crecimiento vegetativo en Adra fue de 42).

Territorio	Nacimientos	Defunciones	Crecimiento Vegetativo
Andalucía	65.522	78.461	-12.939
Almería (provincia)	6.834	5.698	1.176
Almería (capital)	1.807	1.710	97
Adra	236	206	30

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (2020)

Hogares según número de miembros

Los datos que proporciona el Instituto de Estadística de Andalucía son del Censo son antiguos, de 2011, pero aun así puede ser interesante mostrar los hogares según su tamaño en términos porcentuales.

Territorio	1 miembro	2 miembros	3 miembros	4 miembros	5 miembros	6 o más miembros
Andalucía	20,9%	27,8%	21,9%	21,6%	5,8%	1,9%
Almería (provincia)	20,3%	28,0%	21,3%	21,1%	6,3%	3,0%
Adra	17,4%	25,7%	20,6%	24,8%	6,9%	4,6%

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (2011)

Si analizamos estos datos, vemos que los **hogares en Adra tienen estadísticamente un mayor número de miembros que los de la provincia y de Andalucía.**

Índice de envejecimiento

El índice de envejecimiento es el porcentaje que representa la población mayor de 64 años sobre la población menor de 16 años. Según los datos del Instituto de Estadística de Andalucía, en Adra el índice de envejecimiento es del 84,1. Adra ocupa el lugar 14 en cuanto a menor índice de

envejecimiento de los 103 municipios que componen la provincia de Almería. En España el índice de envejecimiento, con cifras de 2021, se situaba en el 129,1% (datos del Instituto Nacional de Estadística).

Índice de dependencia

El índice de dependencia indica el porcentaje de personas en edad de trabajar que dependen de la población activa. Según los datos del Instituto de Estadística de Andalucía de 2021, en Adra el índice de dependencia global es de 46,16, es decir, casi la mitad de la población depende económicamente de la población activa o en edad de trabajar.

El índice de dependencia juvenil es de 25,08 (el porcentaje de jóvenes menores de 15 años que dependen de la población activa o en edad de trabajar es del 25%) y el índice de dependencia de mayores es del 21,09 (el porcentaje de mayores de 65 años que dependen de la población activa o en edad de trabajar es del 21%).

Resumen del análisis demográfico

A modo de resumen se sintetizan los principales datos relacionados con la demografía en el término municipal de Adra.

Población total. 2021	25.501
Población. Hombres. 2021	13.058
Población. Mujeres. 2021	12.443
Población en núcleos. 2021	25.347
Población en diseminados. 2021	154
Edad media. 2021	40,3
Porcentaje de población menor de 20 años. 2021	21,5
Porcentaje de población mayor de 65 años. 2021	14,4
Variación relativa de la población en diez años (%). 2011-2021	4,0
Número de extranjeros. 2021	3.709
Principal procedencia de los extranjeros residentes. 2021	Marruecos
Porcentaje que representa respecto total de extranjeros. 2021	51,1
Emigraciones. 2021	928
Inmigraciones. 2021	746
Nacimientos. 2020	236
Defunciones. 2020	206
Matrimonios. 2020	42

- Datos de composición del tejido empresarial:

Antiguamente, al comienzo de la Edad Moderna, la ciudad de Adra destacaba por la actividad comercial del puerto y el cultivo y transformación de la caña de azúcar, que se intensificó durante los siglos XVII y XVIII, añadiéndose en este último la vid y la pesca.

En el siglo XIX, la ciudad experimenta un nuevo impulso con la industria metalúrgica y la explotación intensiva de plomo de la Sierra de Gádor gracias a la liberalización del sector, lo que supuso la implantación de fábricas como la de Rein & Cía en 1822, con los primeros hornos ingleses de carbón y una de las primeras máquinas de vapor de la península. Rein & Cía quiebra y es comprada por el empresario malagueño Manuel Agustín Heredia, que incorpora la última tecnología en la ya renovada fundición de San Andrés.

Entrado el XX, con la caída del precio del plomo y el agotamiento del metal, Adra centra su economía en la construcción del puerto y su actividad comercial (1907) y la Azucarera de Adra, una cooperativa creada en 1909 y que dará empleo hasta su cierre en los 70, dedicándose desde entonces al cultivo intensivo de hortalizas bajo plástico.

Actualmente, el puerto pesquero sigue siendo de los más influyentes en cuanto a capacidad de flota del litoral andaluz. El sector agrícola, con más de 1300 ha dedicadas a la agricultura intensiva o bajo plástico, es la base económica del municipio, aunque se mantiene la explotación de cultivos tradicionales de secano, como el almendro. La actividad económica que genera el sector servicios es también relevante, destacando especialmente, aunque en cierto declive, el sector comercial. **El comercio aporta una cantidad importante de beneficios a los ciudadanos abderitanos, cuya actividad comercial se basa en la venta al por menor de productos alimentarios, textil y calzado, electrodomésticos, menaje, etc., con carácter esencialmente familiar.**

Adra en nuestros días se encuentra poco diversificada económicamente, obligando a los sectores en los que se asienta con más fuerza a un incremento de la rentabilidad, comprometiendo, así, la calidad de los recursos sobre los que sustenta su actividad económica. Además, esta estructura productiva poco diversificada hace al municipio de Adra muy dependiente de la coyuntura económica nacional e internacional.

Respecto a la composición del tejido empresarial, en Adra existían en 2020 un total de 1.515 establecimientos, que se definen en el Directorio de Establecimientos con actividad económica en Andalucía como unidades productoras de bienes y/o servicios que desarrollan una o más actividades

de carácter económico o social, bajo la responsabilidad de un titular o empresa, en un local situado en un emplazamiento fijo y permanente. Los 1.515 establecimientos de Adra se distribuyen en las siguientes actividades económicas:

ESTABLECIMIENTOS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA (CNAE 2009)	Nº	%
Construcción	241	15,91%
Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos de motor y motocicletas	533	35,18%
Transporte y almacenamiento	101	6,67%
Hostelería	124	8,18%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	85	5,60%
Otras actividades	431	28,45%
TOTAL	1.515	100,00%

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía. Año 2020

En la tabla anterior se aprecia claramente que **la actividad económica de los establecimientos del término municipal de Adra está dominada por el comercio (el 35%)**, seguido de la construcción (el 16%) y, en menor medida y por debajo del 10%, por la hostelería, el transporte y almacenamiento y las actividades profesionales, científicas y técnicas. Esta información muestra la poca diversificación económica existente en el municipio y **la importancia que tiene el sector comercial en el tejido empresarial del municipio.**

A continuación, se muestra una tabla en la que se refleja **la escasa dimensión de los establecimientos empresariales de Adra y su limitada contribución a la creación de empleo; casi el 56% no genera ningún empleo asalariado, y el 36,5% generan entre 1 y 5 asalariados.**

Establecimientos según tramo de empleo asalariado	Nº	%
Sin asalariados	845	55,78%
Hasta 5 asalariados	553	36,50%
Entre 6 y 19 asalariados	86	5,68%
De 20 y más asalariados	31	2,05%
Total	1.515	100,00%

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía. Año 2020

En cuanto al número de empresas, **en Adra hay censadas 3.187 empresas** según el Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía. Si analizamos la distribución de las empresas de Adra según forma jurídica, vemos que **en Adra destacan las personas físicas (más del 80%)**, seguido de las sociedades de responsabilidad limitada (el 15%). Entre ambas formas

jurídicas suponen el 96,7% de las empresas en Adra. **Cabe destacar también el escaso número de empresas cooperativas.**

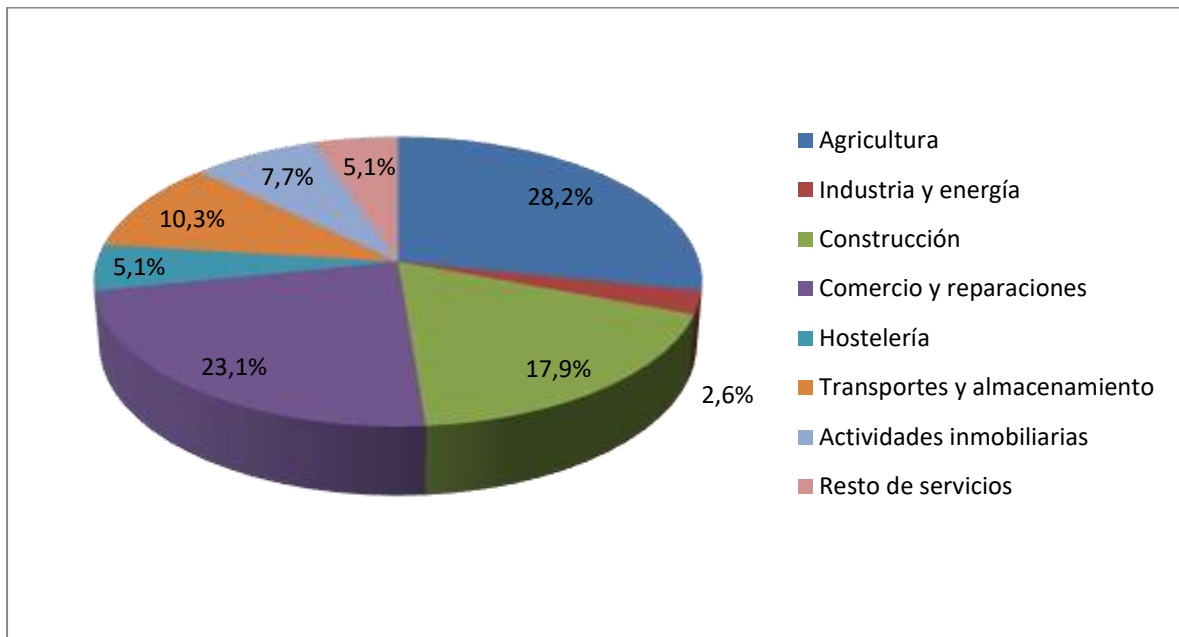
Empresas según forma jurídica	Nº	%
Persona física	2.584	81,08%
Sociedades anónimas	20	0,63%
Sociedades de responsabilidad limitada	498	15,62%
Comunidades de bienes y herencias yacentes	57	1,79%
Sociedades cooperativas	6	0,19%
Asociaciones	15	0,47%
Sociedades civiles, con o sin personalidad jurídica	3	0,09%
Corporaciones Locales	1	0,03%
Congregaciones o instituciones religiosas	1	0,03%
Otros tipos no definido en el resto de claves	2	0,06%
TOTAL	3.187	100,00%

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía. Año 2021

En cuanto a los datos de creación de empresas, en el término municipal de Adra se crearon 39 sociedades mercantiles en el año 2021 (el 2,6% de las creadas en toda la provincia). En cuanto a su distribución sectorial, 11 sociedades mercantiles fueron en el sector agrícola, 9 en las actividades de comercio y reparaciones, 7 en la construcción, 4 en transporte y almacenamiento, 3 en actividades inmobiliarias, 2 en hostelería, 2 en otros servicios y 1 en industria y energía. Por tanto, tal como se refleja en el siguiente gráfico, **Adra es una ciudad donde se crean principalmente empresas agrícolas y comerciales.**

Sociedades mercantiles creadas por tipo de actividad	Nº	%
Agricultura	11	28,2%
Comercio y reparaciones	9	23,1%
Construcción	7	17,9%
Transporte y almacenamiento	4	10,3%
Actividades inmobiliarias	3	7,7%
Hostelería	2	5,1%
Otros servicios	2	5,1%
Industria y energía	1	2,6%
TOTAL	39	100,00%

Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía. Año 2021



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Estadístico de Andalucía. Año 2021.

Por otra parte, en Adra se pueden identificar distintas **áreas de concentración económica** tales como:

A) INVERNADEROS

La agricultura intensiva en Adra y, en general, toda la provincia de Almería, es un modelo de explotación agrícola de alto rendimiento técnico y económico basado en el empleo racional del agua, el enarenado, el uso de invernaderos de plástico, elevada capacitación técnica y alto nivel de empleo de insumos, sobre las características peculiares del medio.

Esta agricultura intensiva ha sido el elemento impulsor de la economía almeriense desde los años 60, capaz de un alto nivel de producción para el consumo nacional y la exportación, generador de un sistema empresarial de empresas relacionadas, de servicios auxiliares, comercializadoras, creador de empleo y de un elevado valor añadido bruto (VAB). Su principal exponente se encuentra en el llamado "Campo de Dalías", que incluye los municipios de Dalías, Berja, El Ejido, hasta Adra o en Vícar, La Mojonera y Roquetas de Mar.

Los productos más representativos son: tomate, pimiento, berenjena, calabacín, melón, sandía o pepino; rosas, crisantemos, claveles, para flor cortada, y plantas ornamentales.

En el catastro municipal de rústica del Ayuntamiento de Adra, las zonas de invernaderos aparecen fraccionadas en “polígonos”, los cuales a su vez se dividen en “asientos” o parcelas de cultivo. Teniendo en cuenta esta división se pueden encontrar invernaderos en las siguientes zonas:

- Zona 1: en la zona costera desde el barranco de la Corraca / Haza Luna, hasta el camino de la Patilla (cruce de la N-340 con la Autovía del Mediterráneo).



- Zona 2: rodeando el casco urbano de Adra, desde el cruce de la antigua N-340 con la autovía, hasta la Fábrica de la Azucarera.


- Zona 3: rodeando las zonas urbanas de Puente del Río, La Curva y Venta Nueva, delimitando con los polígonos de la zona 2 y el término de Berja.

B) PUERTO DE ADRA

El Puerto de Adra, donde se concentra la mayor parte de la actividad pesquera, se ubica en el centro urbano. Este puerto tiene función pesquera y deportiva, y es gestionado directamente por la Agencia Pública de Puertos de Andalucía.

Adra es el puerto base de más de 30 buques y da empleo a más de 125 personas. Gracias a su puerto, **Adra mantiene una impronta pesquera importante, siendo el sector pesquero una potencialidad de esta localidad.**

Según los datos obtenidos de la Agencia Pública de Puertos de Andalucía, el Puerto de Adra cuenta con 286 atraques gestionados directamente por la Agencia y con 192 atraques gestionados por el Real Club Náutico de Adra.



Mapa Satélite

Google

Combinaciones de teclas | Datos de mapas ©2022 Inst. Geogr. Nacional | Términos de uso.

INFORMACIÓN

MUNICIPIO: Adra

PROVINCIA: Almería

COORDERNADAS Morro del Dique:
Latitud: 36° 44' 29,34" N
Longitud: 3° 1' 9,71" O

BALIZAMIENTO: Luz roja

CARTA NAÚTICA: 4571

FUNCIÓN: Deportiva y Pesquera

NÚMERO DE ATRAQUES
A.P.P.A.: 286
R.C. NAÚTICO DE ADRA:* 192

ZONA DE SERVICIO
Total: 297.273 m²
Agua: 154.504 m²
Tierra: 142.769 m²
Varadero: 10.200 m²


CONDICIONES OPERATIVAS: Marea Media: 0,65 m

Canal de entrada:
 Anchura: 155,00 m
 Longitud: 275,00 m


Fishing pier:
 Longitud: 724,21,00 m

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
Travel lift: 150 Tn
Carretilla elevadora: 2,5 y 12 Tn
Combustible: Gasoil B

SERVICIOS AL SECTOR PESQUERO
Fábrica de Hielo:
 Producción: 20,00 Tn/día
 Almacenamiento: 100,00 Tn.
Cámara frigorífica: 297,00 m³



Puerto de Adra



■ Servicios prestados por APPA

En el puerto se encuentra la lonja, que es el mercado del puerto. La lonja del Puerto de Adra permite el acceso a personas ajenas a la actividad comercial y pesquera a través de una pasarela habilitada para este fin. Esta pasarela situada junto al Muelle-Gourmet, compuesta por módulos dedicados a la hostelería, **contribuye a generar dinamismo económico, favorece el emprendimiento y la creación de empleo, así como nuevas oportunidades de ocio y turísticas en la ciudad.** Además, mediante un sistema de cita previa, gestionado por la Asociación de Productores Pesqueros de Adra, se puede conocer cómo se desarrolla la subasta del pescado, el día a día de una flota compuesta por una treintena de embarcaciones.

La lonja de Adra es todo un referente. La mitad de la producción abderitana está constituida por la sardina, el salmonete, el pulpo, la gamba y el jurel blanco. Actualmente, la flota de cerco continúa

siendo la más importante, compartiendo puerto con la flota artesanal y las embarcaciones de Motril. Las capturas de cerco son las principales en cuanto a toneladas. Por el contrario, las de la flota de arrastre y de artes menores, menos representativas en cantidad, son las principales en cuanto a valor económico producido en la subasta.

La lonja abderitana se caracteriza por su variedad, gracias a la oferta de las distintas pesquerías. Además de las especies mencionadas, se pueden ver caballas, gambas rojas, cigalas, jibias, merluzas, rapas, peces espada, bacaladillas, peces sables, brótolas de roca y de fango, melvas, quisquillas, alachas y pintarrojas.



C) CENTRO COMERCIAL ABIERTO

El Centro Comercial Abierto de Adra fue el segundo de la provincia de Almería en obtener el reconocimiento de la Junta de Andalucía, tras el de la capital, y se creó con el objetivo de revitalizar el centro urbano de la ciudad, impulsar el asociacionismo y mejorar la calidad de los servicios.

Para la obtención del reconocimiento por parte de la Junta de Andalucía, el Centro Comercial Abierto de Adra tuvo que cumplir una serie de requisitos, como **estar delimitado territorialmente dentro del centro urbano o en una zona o eje de mercado carácter comercial de población; contar con un número de habitantes suficiente que posibilite la existencia de un área de comercio denso; contar con una diversidad de establecimientos comerciales, tanto por su tamaño como por el sector de actividad donde éstos se encuadran**, con una unidad de gestión y compartir un modelo común de funcionamiento y horarios, previendo de servicios comunes a sus asociados; que redunde en beneficio de los comercios integrantes del CCA y de los clientes; realizar actividades conjuntas de promoción, publicidad y comunicación, que fomente la imagen en conjunto, tener una señas comunes de identidad, tanto a nivel urbanístico como comercial y tener facilidad de acceso público y privado, así como de estacionamiento de vehículos.

En la actualidad la aglomeración de comercio tradicional de Adra presenta como locomotora comercial, al margen del propio Centro Comercial Abierto en sí, **el Mercado de Abastos**, que ha sido remodelado y está pendiente de reabrir cuando se terminen de tramitar las concesiones. Junto a estos dos elementos, otro importante motor de atracción que debe considerarse es **el Paseo Marítimo como centro polarizador de actividades relacionada con la restauración, hostelería y servicios** dentro del concepto sol y playa.

Estos activos comerciales del municipio de Adra serán analizados con mayor detalle en el apartado de «Análisis de las locomotoras comerciales singulares».

D) POLÍGONOS INDUSTRIALES

El municipio de Adra cuenta con varios polígonos industriales, que albergan normalmente las siguientes actividades: almacenes de mayoristas de frutas, alimentación, construcción metálica, suministros, almacenes agrícolas, talleres y carpinterías de madera.

Las principales áreas industriales del municipio son: Polígono Industrial de Adra, Polígono Industrial La Curva, Polígono Industrial Puente del Río, Polígono Industrial La Azucarera, - Polígono Industrial S.I. 1 L.C., Polígono Industrial S.I. 1 P.R. – L.C. y Polígono Industrial S.I. 2 P.R. – L.C.

- **Datos de actividad y empleo:**

En Adra existe un total de 17.757 personas en edad de trabajar (el 69,6% del total de la población), de los que 9.282 son hombres y 8.475 son mujeres.

Al igual que en el resto de España (los españoles consideran que la crisis económica, los problemas de índole económico y el paro son los principales problemas del país, tal y como establece el barómetro del CIS de septiembre de 2022), **el paro es uno de los principales problemas que sufren los habitantes de Adra**. La **tasa municipal de desempleo anual es del 19,94%** (según datos del Instituto Estadístico de Andalucía), datos ligeramente inferiores a los de Almería capital (el 23,03%) y de Andalucía (el 23,83%).

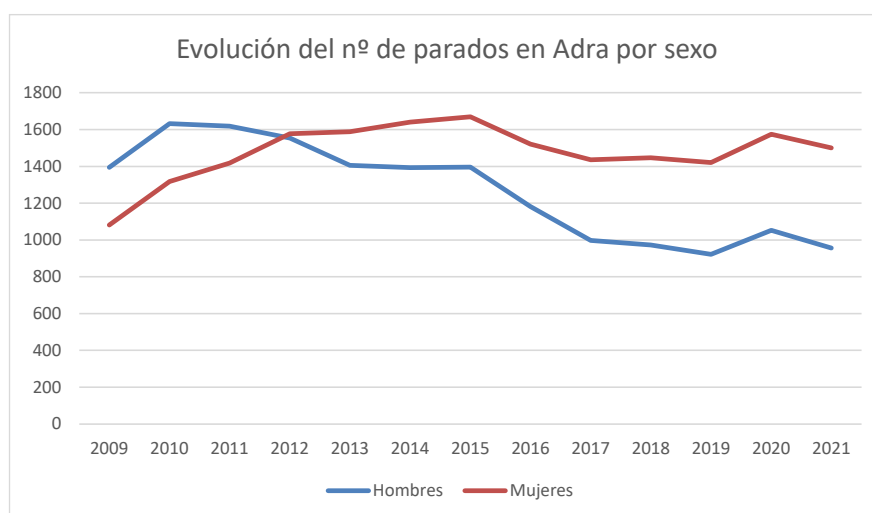
En Adra se contabilizaron en 2021, según los datos de los Servicios Públicos de Empleo, un total de 2.457 parados en el municipio. De estos parados, 1.501 son mujeres (el 61%) y 956 hombres (el 39%), por lo que **6 de cada 10 parados en Adra son mujeres**.

En la tabla siguiente analizamos la evolución del número de personas paradas en el término municipal de Adra y su desagregación por sexos desde el 2009 al 2021.

AÑO	Hombres		Mujeres		TOTAL
	Número	%	Número	%	
2009	1395	56%	1081	44%	2476
2010	1633	55%	1318	45%	2951
2011	1619	53%	1418	47%	3037
2012	1554	50%	1578	50%	3132
2013	1406	47%	1588	53%	2994
2014	1393	46%	1641	54%	3034
2015	1396	46%	1670	54%	3066
2016	1182	44%	1521	56%	2703
2017	998	41%	1436	59%	2434
2018	973	40%	1447	60%	2420
2019	922	39%	1421	61%	2343
2020	1052	40%	1575	60%	2627
2021	956	39%	1501	61%	2457

Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.

Si bien vemos que el número de parados totales en el municipio de Adra no ha sufrido grandes variaciones (los años con mayor número de parados fueron entre 2011 y 2015, coincidiendo con la crisis económica), sin embargo, la evolución del paro femenino es evidente. En 2009 el porcentaje de mujeres en paro sobre el total era del 45%, y en 2021 es del 60%, con un aumento del 39% del número de paradas en estos años.



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Estadístico de Andalucía. Año 2021.

Y a continuación se muestran los datos de parados por grupos de edad y sexo.

TRAMO DE EDAD	Hombres		Mujeres		TOTAL
	Número	%	Número	%	
De 16 a 29 años	181	19%	268	18%	449
De 30 a 44 años	301	31%	579	39%	880
De 45 a 64 años	474	50%	654	43%	1.128
TOTAL	956	100%	1.501	100%	2.457

Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.

En esta tabla se aprecia claramente que, tanto en el caso de hombres como de mujeres, **el mayor porcentaje de parados se encuentra entre los 45 y 64 años**, suponiendo en el caso de los hombres la mitad del total de parados.

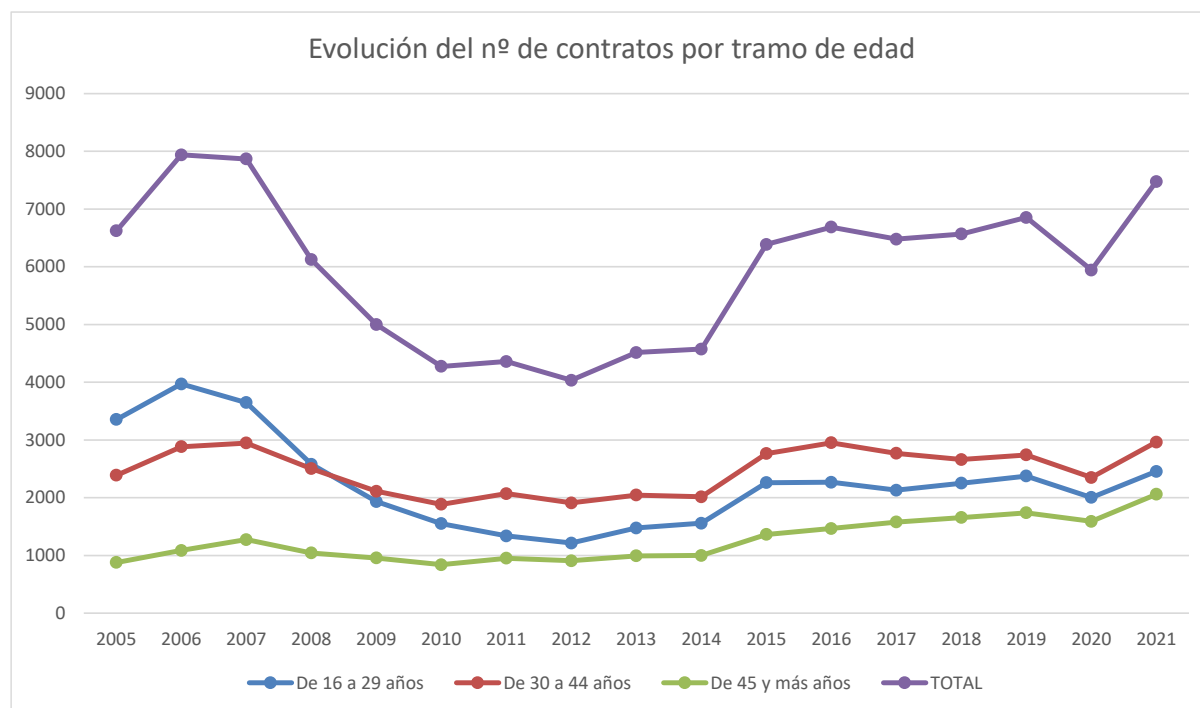
Por sectores de actividad, tal como se muestra a continuación, **el mayor número de parados registrados (un 48% en 2021) se encuentran en el comercio y reparaciones**, seguido de la agricultura (18%) y construcción (8,2%). Aquí se aprecian grandes diferencias en el paro masculino y femenino según se trate del sector de actividad. Cabe destacar que **el 60% del paro femenino está en el sector del comercio y reparaciones**.

SECTOR DE ACTIVIDAD SEGÚN CNAE 09	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
	%	%	
Agricultura y pesca	25,73%	13,06%	17,99%
Industria	3,77%	2,47%	2,97%
Construcción	18,51%	1,67%	8,18%
Comercio y reparaciones	28,87%	59,83%	47,78%
Transportes y comunicación	3,87%	1,00%	2,12%
Servicios a las empresas	4,18%	5,46%	5,01%
Servicios públicos	7,74%	6,60%	7,04%
Otros servicios	1,88%	2,66%	2,36%
Sin empleo anterior	5,33%	7,26%	6,51%
	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.

Viendo esta tabla, **uno de los principales problemas que tendrá que abordar el Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra es cómo revitalizar la actividad comercial del municipio para incorporar a los hombres y, especialmente, mujeres de Adra al mercado de trabajo**.

En cuanto a los contratos registrados en el término municipal de Adra, en el siguiente gráfico se muestra el número de contratos registrados en el periodo 2005-2021 por tramo de edad.



Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.

Este gráfico es muy interesante, porque se advierte claramente que el número de contratos se redujo a partir de la crisis económica de 2008, volviendo a subir a partir de 2014 a excepción de 2020 (año de la pandemia provocada por la covid-19).

Por otra parte, se advierte un hecho muy preocupante: **los contratos registrados de la población, especialmente entre la de 16 y 29 años, están prácticamente estancados desde 2015.**

También conviene resaltar otro dato preocupante: **de los 7.476 que se registraron en Adra en el año 2021, el 60% fueron para hombres (concretamente 4.443), mientras que únicamente el 40% fueron para mujeres (3.033).**

En cuanto a la tipología de los contratos registrados por sexo, en 2021 **sólo el 13% de los contratos fueron indefinidos**, lo que demuestra la desconfianza del empresariado en la situación económica y que, pese a la generación de empleo, hay que cuestionar la calidad de los nuevos empleos. En el caso de las mujeres es todavía más grave, ya que **sólo el 11,5% de los contratos realizados a mujeres fueron indefinidos.**

Por otra parte, más del 55% de los contratos registrados en 2021 se encuadran en el sector servicios; un 36% en la agricultura, un 6,18% en la construcción y un 2% en la industria (apenas irrelevante).

Si analizamos los contratos registrados por sector de actividad y sexo, vemos claramente que **la diversificación económica en las mujeres no se produce. Más del 78% de los nuevos contratos efectuados a mujeres se producen en el sector servicios**; un 20% en la agricultura y apenas irrelevantes los contratos en la industria y en la construcción. En el caso de los hombres la mayoría de los contratos se reparten entre la agricultura (47%) y el sector servicios (41%), con algo de presencia en el sector industrial (10%).

SECTOR DE ACTIVIDAD	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
	%	%	
Agricultura	19,98%	47,26%	36,20%
Industria	0,99%	2,59%	1,94%
Construcción	0,82%	9,84%	6,18%
Servicios	78,21%	41,33%	55,68%
TOTAL	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.

Por último, en cuanto al nivel educativo de las personas que fueron contratadas en 2021, el 70% tenían finalizada la educación primaria, el 21% la educación secundaria, el 5,3% eran analfabetos y tan solo el 3,4% tenían estudios universitarios, por lo que **se pone de manifiesto la baja cualificación profesional requerida en los contratos realizados en el municipio**.

Y en cuanto a las **afiliaciones a la Seguridad Social**, en Adra se producen en 2021 un total de 7.296 afiliaciones a la Seguridad, 4.729 de hombres (el 65%) y 2.567 de mujeres (el 35%).

AFILIACIONES POR RÉGIMEN	Hombres		Mujeres		TOTAL
	Nº	%	Nº	%	
Régimen General y Carbón	1.775	61,3%	1.122	38,7%	2.897
Sistema Especial Agrario	924	68,5%	424	31,5%	1.348
Régimen Especial de Trabajadores Autónomos	1.931	66,3%	980	33,7%	2.911
Régimen Especial del Mar	99	99,0%	1	1,00%	100
Régimen Especial Empleados del Hogar y R.G. Sistema Especial de Empleados del Hogar	1	2,5%	39	97,5%	40
TOTAL	4.729		2.567		7.296

Las afiliaciones se producen principalmente al régimen de autónomo (el 40%) y al régimen general (otro 40%), siendo muy minoritarias las altas al sistema especial agrario (el 18%) y al régimen especial del mar y al de empleados del hogar (un 2% entre ambos).

Por otra parte, **2 de cada 3 afiliaciones en cada uno de los regímenes son afiliaciones de hombres**, a excepción del régimen del mar donde la presencia femenina es irrisoria y el régimen de empleados del hogar donde en este caso es irrisoria la presencia masculina.

- **Datos de turismo:**

El turismo tiene menor presencia que la agricultura y el comercio en la economía del municipio; a día de hoy Roquetas de Mar y Almerimar son los dos grandes focos de atracción turística de la comarca, al tratarse de las dos zonas litorales del Poniente Almeriense que presentan una cierta especialización en el sector. No obstante, no cabe duda de que el **potencial turístico de Adra, dada su localización geográfica y sus características climáticas, puede ser aprovechado para proporcionar empleo y cierta diversificación económica.**

Los recursos turísticos de Adra están conformados por su patrimonio cultural, las playas, los museos y el entorno natural. Aunque hay que destacar que Adra cuenta con 13 kilómetros de playas y calas en estado virgen, sin embargo, **su desarrollo turístico está estrechamente vinculado al desarrollo de turismo temático y de "calidad", a partir de la valorización del Patrimonio histórico y natural.**

La ciudad de Adra es un destino turístico referente en la provincia de Almería y, durante todas las épocas del año recibe a cientos de visitantes, interesados no sólo por sus playas, sino también por el gran patrimonio cultural, histórico y gastronómico de esta ciudad milenaria. La reciente construcción de la **Autovía del Mediterráneo** permite una comunicación rápida con la franja mediterránea, contribuyendo al desarrollo económico y turístico de la zona.

En este sentido, entre enero y abril de 2022, la Oficina de Turismo de Adra estima que fueron casi 4000 las personas que visitaron la ciudad. Una cifra que no tiene en cuenta a aquellos turistas que repiten destino y vuelven a la localidad, sin pasar ya por la Oficina de Turismo.

De estos cuatro millares de visitantes entre enero y abril de 2022, cabe destacar que 1300 personas conocieron y disfrutaron del **Museo de Adra y el Molino del Lugar**, dos lugares emblemáticos, como lo son el **Centro de Interpretación de la Pesca y los Refugios**, que desde el mes de enero del

presente ejercicio han abierto sus puertas a casi 1800 personas, venidas de diferentes lugares del mundo.

Asimismo, durante este periodo de tiempo, la Oficina de Turismo ha atendido a medio millar de visitantes, cuyas consultas más frecuentes han sido las relativas a ubicación, estado y servicios que ofrece la localidad, y destacan, también, las consultas relacionadas con la gastronomía de la ciudad, las fiestas, actividades culturales y turismo activo, como el senderismo, además de solicitar información de la Alpujarra y de otros puntos costeros de la provincia de Almería.



Respecto al origen de los visitantes entre enero y abril de 2022, **destacan los turistas andaluces de Almería capital, Granada y Sevilla**. En cuanto a los visitantes nacionales, gran parte han venido de **Madrid y Navarra**. Desde el extranjero, han visitado la ciudad desde Bulgaria, Italia, Rumanía, Turquía, Francia, Reino Unido, Argentina, Austria y Suiza.

Posteriormente, entre junio y septiembre de 2022, fueron otras 5.000 personas las que visitaron el Museo de Adra, el Centro de Interpretación de la Pesca, el Molino del Lugar y la Torre de los Perdigones. Una cifra a la que se suma el millar de visitantes que ha pasado en este mismo periodo de tiempo por la Oficina Municipal de Turismo.

De los datos que ofrece la Oficina Municipal de Turismo, se desprende que el día de mayor afluencia turística en Adra coincidió con la celebración de la **Noche en Blanco**, el pasado 14 de agosto, y propició la visita de 400 personas en los principales espacios museísticos de Adra: el Museo de Adra, el Museo del Molino, la Torre de los Perdigones y el Centro de Interpretación de la Pesca.



Adra recibe cada año visitantes nacionales, tanto de otras comunidades autónomas como de otros puntos de Andalucía y del extranjero. **Llegan especialmente franceses e ingleses**, según las mismas

fuentes. Las consultas más usuales que realizan los visitantes y turistas en la Oficina de Turismo están relacionadas con las playas de la ciudad: ubicaciones, estado y servicios. También destacan las consultas relacionadas con la gastronomía, las fiestas, las actividades culturales y el turismo activo, como el senderismo. En la Oficina Municipal de Turismo de Adra, además, se pide información de la Alpujarra y de otros puntos de la costa de Almería.

En cuanto a la oferta de alojamientos turísticos del municipio, según datos del Ayuntamiento de Adra, **en el municipio sólo hay 2 hoteles, 1 hotel rural, 1 hostel y 2 campings, que están ubicados fuera del núcleo urbano**, en poblaciones como Venta Nueva, La Curva y El Campillo.



Ante la ausencia de plazas hoteleras en el núcleo urbano y la escasez de oferta en todo el municipio, **Adra cuenta con 33 alojamientos turísticos, según el Registro de Turismo de Andalucía, con un total de 512 plazas**. Los alojamientos rurales hacen referencia a propietarios que declaran oficialmente poseer una vivienda para alquiler vacacional o de uso turístico en Adra. Hasta hace cuatro no constaba ningún alojamiento turístico registrado. Este aumento del número de alojamientos registrados oficialmente quizá se deba a que los propietarios de viviendas de uso turístico pueden aprovecharse de una bonificación del 95% en el Impuesto de Bienes Inmuebles, una ventaja que se mantiene en el tiempo durante diez años.

La legislación vigente considera vivienda con fines turísticos aquellos inmuebles cuya ubicación está en suelo de uso residencial y se ofrecen como servicio de alojamiento con fines turísticos de forma habitual y mediante precio. Normalmente dichas viviendas son promocionadas o comercializadas a

través de canales de oferta turística como agencias de viajes, empresas mediadoras u organizadoras de servicios turísticos y otros canales a través de los que se pueda gestionar la reserva del alojamiento.

Algunos de los requisitos que se deben cumplir para solicitar el alta en el Registro de Turismo de Andalucía, organismo dependiente de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía son: disponer de licencia de ocupación, habitaciones con ventilación directa al exterior, muebles y enseres necesarios para habitarla, botiquín de primeros auxilios y refrigeración o calefacción. Tener hojas de reclamaciones e información turística de la localidad donde se ubica el inmueble también es imprescindible.

Adra carece de plazas hoteleras en el núcleo urbano y suplente esta carencia a través del alquiler vacacional, que registra una ocupación del cien por cien durante los meses estivales.

1.1.2. ANÁLISIS DE LOS RECURSOS PROPIOS DIFERENCIADORES DEL MUNICIPIO

Tal como establece la Guía para el diseño de Planes Estratégicos Comerciales Municipales editada en 2021 por la Junta de Andalucía, **la identificación de recursos diferenciadores** como productos locales, marcas, distintivos, actividades o ferias promocionales, programas culturales u otros elementos de valor que sean singulares del municipio **es un elemento clave para la dinamización del comercio local** o de determinados segmentos de la oferta (existente o potencial).

Los recursos de Adra identificados a continuación y que se ordenan por cultura y patrimonio, museos, fiestas y eventos, entorno natural, playas y gastronomía, son atractivos del municipio que tienen un claro componente dinamizador de la economía local y, por extensión, de la actividad comercial.

Estos activos se encuentran identificados como recursos turísticos en la página Web de Turismo de Adra: <http://www.adraturismo.com/descubrenos/index.html>

- **CULTURA Y PATRIMONIO**

En este apartado, que identifica los principales recursos de Adra de ámbito cultural y patrimonial, vamos a diferenciar entre edificios religiosos, edificios civiles, restos y yacimientos arqueológicos, elementos populares y vernáculos y museos.

A) EDIFICIOS RELIGIOSOS

➤ Iglesia Parroquial de la Inmaculada Concepción

La Iglesia parroquial de la Inmaculada Concepción es uno de los monumentos históricos más antiguos de la ciudad abderitana. Su construcción data del año 1501, siendo una de los siete primeros templos santos alzados en las Alpujarras antes de 1530 y que perteneció a la diócesis granadina hasta 1957.



La parroquia ha sufrido a lo largo de los siglos una serie de modificaciones de su estado inicial. La primera reforma data de 1599, cuando el aumento de la población por la pesca de jábega y el cultivo de la caña de azúcar obliga a acometer un ensanche, mientras que la segunda reforma se realiza tras un ataque berberisco en 1620. Ya entrado el siglo XVIII se derriba la iglesia y se edifican las tres torres actuales y en el XIX se construye el camerín de la Inmaculada Concepción, siendo la nueva titular del templo santo.

➤ Ermita de San Sebastián

Erigida en honor del santo protector contra la peste, en la ladera meridional del “monte de Christo”, solar de la antigua Abdera, bajo el pavimento del espacio que le precede se conserva parte de una factoría de salazón de pescado de época romana.

Se sabe que en 1591 se encontraba con el techo roto, lo que permite sospechar que existía antes de la rebelión de los Moriscos de 1568. Su reedificación en 1680 guarda relación con el cese de la epidemia de peste que asoló Adra el año anterior.



➤ **Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de las Angustias, La Alquería**

Fue fundada hace mucho tiempo como una mezquita musulmana, y se reconvirtió al cristianismo, siendo una iglesia dedicada a Santa María hasta mediados del s. XVIII. Fue incendiada en 1570 por los moriscos. Debido a los daños recibidos, tuvieron que reconstruirla hacia el S XVIII, con ayuda de la familia Salmerón, a la que hicieron tallas en el interior de la iglesia.



➤ **Ermita de San Isidro (s.XVIII), Barranco de Almerin**

En el Barranco de Almería se encuentra esta ermita que es testigo de la tradicional fiesta cortijera en honor a San Isidro. La ermita data del siglo XVIII.



B) EDIFICIOS CIVILES

➤ **Restos del recinto amurallado de la Villa de Adra**

Este recinto fortificado fue mandado construir por la reina Juana en 1505, aunque su conclusión definitiva se dilató varias décadas, dentro de la política de control y defensa de la costa del reino de Granada impulsada por los Reyes Católicos.

Su función consistía en defender el litoral, la nueva frontera cristiana tras la conquista del reino de Granada, y se pobló trasladando población desde el interior a la costa y estimulado el asentamiento de cristianos viejos mediante una serie de privilegios fiscales.



Durante los siglos XVI y XVII Adra será el objetivo de la piratería berberisca y turca, resistiendo varios asaltos y saqueos desde estas murallas.

Declarada Bien de Interés cultural con la categoría de monumento, la muralla fue restaurada por la Junta de Andalucía en el 2008.

➤ **Torre de la Vela**

Los aportes de los sedimentos del río alejaron las aguas del mar de la muralla y en 1833 era declarada inútil por el Gobierno por no servir para el alcance de los cañones. En 1853 se autorizó su derribo. Su última función será de cárcel, y finalmente como cantera para materiales de construcción.



➤ **Torreón de Olvera o Torre del Cementerio**

Se trata de uno de los torreones de la muralla de Adra, cuyo objetivo era la defensa de la villa. A mediados del siglo XVII era propiedad, al igual que el desaparecido cubo de la Alcántara, de una de las principales familias de la oligarquía abderitana. Su fábrica es de mampostería con mortero de cal, alternando cantos rodados y piedras de pizarra, y conserva la cámara abovedada y una saetera que defendía el ángulo norte del recinto amurallado.



➤ **Torreón Vigía de Guainos**

Se trata de una clara muestra representativa del sistema defensivo nazarí-castellano, cuyo cometido era la vigilancia costera sobre todo de la piratería berberisca.

Tras la Reconquista, los Reyes Católicos comienzan a fortificar la costa y mandan levantar torres vigía. Varias de estas torres aún permanecen en pie. Quizá la más antigua sea la torre de Guainos.



➤ **Refugios antiaéreos de la Guerra Civil**

Desde el 18 de julio de 1936, comienzo de la guerra civil, hasta finales de marzo de 1939, Adra permaneció en la zona controlada por el Frente Popular. Inicialmente fue zona de retaguardia, alejada de los frentes, pero no ajena al devenir de los actos bélicos.

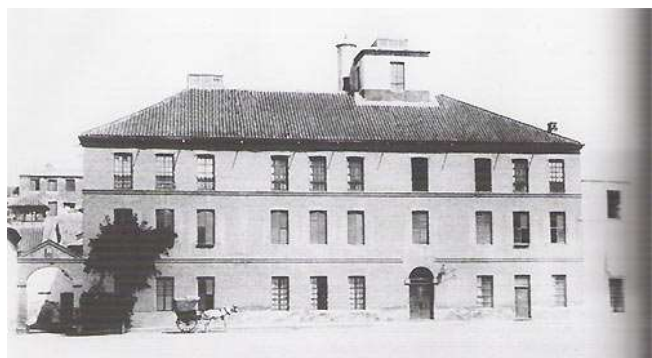
La caída de Málaga, el 8 de febrero de 1937, y de la mayor parte de la costa granadina, situó la línea del frente a tan sólo 38 kilómetros de Adra. Un día antes de la ocupación de la capital malacitana, Adra sufrió un bombardeo aéreo que provocó numerosas muertes. Este trágico acontecimiento dio lugar a la construcción de numerosos refugios antiaéreos por todo el núcleo urbano.



Promovidos por las autoridades locales, la realización de refugios públicos contó con el asesoramiento de técnicos militares. Se creó un Comité Local de Defensa Pasiva, que, entre otras funciones, recaudaba fondos entre los vecinos para la financiación de las obras. Este refugio, el situado bajo la Plaza Vieja, consiste en una galería, excavada en la roca de pizarra, con planta en forma de U y dos bocas de entrada.

➤ **Fábrica de fundición de plomo San Andrés**

A partir de 1820 la Sierra de Gádor conoció la explotación extensiva de sus ricos yacimientos de plomo. Las industrias más importantes se concentraron en Adra, que era el punto de embarque del metal con destino al mercado europeo. En 1822, la Casa Rein y Cía. construyó en Adra una fundición pionera en la que se introdujeron hornos ingleses alimentados con carbón y en 1827 se instaló la segunda máquina de vapor que hubo en España. En esta fábrica, primera fundición de plomo de la Península, se elaboraban perdigones, planchas y tubos.



Tras su quiebra como consecuencia de la caída del precio del plomo, en 1837 fue comprada por el comerciante malagueño Manuel Agustín Heredia, que la dotó de la tecnología metalúrgica más avanzada de la época, y amplió el proceso productivo al introducir la fabricación de balas, albayalde y minio.

En la década de 1840 abordó la obtención de plata a partir del mineral traído de Sierra Almagrera.

La decadencia de esta fábrica y de las fundiciones dedicadas al beneficio del plomo alpujarreño en general, tiene como causa principal el agotamiento de las minas, cuya producción fue descendiendo lentamente a partir de 1840, hasta su paralización casi total a principios del s. XX.

➤ Torre de los perdigones

Este monumento pertenece a la fábrica de fundición de plomo San Andrés, que funcionó desde 1822 hasta su decadencia en 1840 y que tiene como causa principal el agotamiento de las minas de plomo de la Sierra de Gádor, cuya producción descendió lentamente hasta su paralización casi total a principios del s. XX.



La Torre estaba destinada a la elaboración de plomo en sus cuatro variedades: barras, planchas, tubos y perdigones. Éstos últimos eran obtenidos a partir de plomo derretido, que se dejaba caer hasta una pequeña balsa de agua situada en la base de la torre desde una altura de 44 metros. Bajo la torre están los refugios de la Guerra Civil, que aprovecharon las conexiones subterráneas de la fundición.

➤ Fábrica azucarera

La fábrica de la Azucarera, uno de los monumentos más relevantes de Adra, ha sido el último vestigio del cultivo y transformación de la caña de azúcar en la vega abderitana, ya que ha sido acertadamente rehabilitada para su conservación y puesta en valor, no ya para mantener vivo un

pasado de esplendor económico para la ciudad y sus habitantes, que también lo es, sino para uso y disfrute a la vez que se le da vida a unas históricas instalaciones.



➤ **Molino del lugar**

Conocido como Molino de la Villa, de Montecristo y, finalmente, del Lugar, por el pago donde se ubica, estuvo situado inicialmente al pie oriental del cerro de Montecristo, junto al antiguo cauce del río. El Catastro de Enseñada indica que “molía con una piedra y agua del río de esta villa”. Una década más tarde sufrió los efectos de una riada. Otra lo destruyó a inicios del s. XIX.



Rehabilitado por una Escuela Taller, alberga la sección etnográfica del Museo de Adra. En las estancias superiores se desarrolla el Ciclo del Cereal, mientras que en la planta baja se muestran distintos oficios tradicionales, entre los que destaca la talabartería.

➤ **Plaza de la Puerta del Mar**

Esta plaza recibe su nombre del acceso principal con que contaba el recinto amurallado de Adra, construido en la primera mitad del s. XVI con fines defensivos. Para impedir que fuera batida por la artillería desde el mar, había en este lugar un revellín o muro bajo saliente.



La plaza adquirió su configuración definitiva en 1884, tras la compra de varios solares, y está delimitada en su flanco meridional por la principal arteria de Adra, la Carrera de Natalio Rivas. Desde 1937 la preside el edificio del Ayuntamiento, que con anterioridad se ubicaba en la Plaza Vieja.

➤ **Plaza Vieja**

Este espacio público es resultado de la unión de dos pequeñas plazas, la de la Villa, intramuros, y la de las Casas Consistoriales, contiguas y separadas por la muralla de la Puerta Alta, también llamada Puerta del Campo o de Tierra. En 1865, ambas se unieron para formar una sola, gracias al derribo de unas casas adosadas a la muralla.

Entre los siglos XVI y XIX, el poder civil, militar y religioso se manifestaba en este espacio por medio de la arquitectura: casa del cabildo, castillo y ermita de Santa Lucía, respectivamente. También fue plaza del mercado y de la pescadería hasta que, a mediados del s. XX, éstos se instalaron en su actual emplazamiento.

Escenario de manifestaciones religiosas, todas las primaveras la imagen de San Marcos, patrón de los labradores abderitanos, cuya festividad está declarada de Interés Turístico Andaluz, bendice la Vega de Adra desde su mirador.



➤ **Viviendas señoriales**

Durante el Antiguo Régimen, la riqueza económica que alcanzaron algunas familias abderitanas con título de hidalguía tuvo plasmación arquitectónica en sus viviendas. Todas tenían casa dentro del recinto amurallado, pero, a lo largo del s. XVIII, conforme el Barrio Nuevo fue consolidándose, muchas construyeron extramuros nueva residencia.

En esta comarca, la casa señorial se diferencia de la popular por un mayor espacio edificado, por el uso de tejado y, sobre todo, por una distribución de las estancias alrededor de un patio central porticado con columnas, al que se accede mediante un zaguán desde el exterior.

Existen varias viviendas señoriales en el centro histórico de Adra: “la casa de los tres balcones”, la “Casa de Doña Blanca”, la “casa del marqués de Valdecañas”.



C) RESTOS Y YACIMIENTOS ARQUEOLOGICOS

➤ **Yacimiento arqueológico “Cerro de Montecristo”**

El yacimiento arqueológico “Cerro de Montecristo” está incoado como Bien de Interés Cultural, máxima figura de protección contemplada en la Ley de Patrimonio Histórico Andaluz. Es una elevación natural de 49,38 metros de altitud sobre el nivel del mar, donde se asentó la población de Abdera.



D) ELEMENTOS POPULARES Y VERNÁCULOS

- ✓ Estatua del Pescador.
- ✓ Estatua del Agricultor.
- ✓ Fuente del Mar.
- ✓ Escultura homenaje al caballo.
- ✓ Escultura “Puente del Río”.
- ✓ Escultura de los olivos en Puente del Río.
- ✓ Fuente de la Agricultura.

- ✓ Virgen de la Vega de la Curva.
- ✓ Escultura de la Sirena
- ✓ Escultura Juan el Romero.
- ✓ Puente de la Silera baja.
- ✓ Escultura Ingenio de La Azucarera.
- ✓ Escultura Barca Fenicia.
- ✓ Estatua del Maestro Ortiz de Villajos.

E) MUSEOS

➤ Museo de Adra

Documentada a comienzos del s. XIX, se trata de una antigua casa señorial con patio porticado. La planta baja acoge un punto de información turística, un espacio para exposiciones temporales y una sala dedicada a la tradición y vanguardia en el arte español.

En la planta primera se invita al visitante a dar un paseo por la historia de Las Albuferas, sus plantas, sus animales y sus gentes. Las Albuferas de Adra son uno de los pocos humedales que aún sobreviven en el sudeste español. Las lagunas, su flora y su fauna han sido estudiadas por su importancia ecológica.



La planta segunda está dedicada a la Abdera fenicia y romana. Abdera es una de las fundaciones coloniales fenicias de la Península Ibérica que posteriormente fueron ciudades-estado y bajo el Imperio romano obtuvieron el estatuto de municipios.

➤ Museo Molino del Lugar

El Molino del Lugar, construido hacia 1814 y recientemente rehabilitado, acoge la sección etnográfica del museo de Adra.

➤ Centro de Interpretación de la Pesca

La exposición comienza su recorrido por la planta baja en la sala de proyección audiovisual 3D, donde el visitante conocerá la vinculación histórica de Adra con el mar y la pesca.

Se puede experimentar todo el proceso que se vive en torno a la temática de la lonja y las conserveras, así como a la gastronomía, tradiciones y cultos.



Además, se intercalan piezas originales con paneles informativos, vitrinas y expositivos reales de la pesca y el mar e incluso podemos aprender a cocinar platos típicos como el “atascaburras” a través de un panel virtual.

• FIESTAS Y EVENTOS

A continuación, se listan las principales fiestas y eventos que tienen lugar en el municipio. Estos son recursos que tienen un carácter vivencial o experiencial, y que generan actividad de atracción por motivo de ocio o cultura.

- Noche en vela
- Cabalgata de los Reyes Magos: 5 de enero.
- San Sebastián: 20 de enero.
- Carnaval: con el concurso de murgas y comparsas, pasacalles y el entierro de la sardina.
Febrero.
- Semana Santa: Representación popular de la Pasión de Cristo con desfiles procesionales.
- San Marcos: 25 de abril. Interés Turístico Andaluz.
- Santa Lucía: El Trebol y Barranco Gurrías. Romería 1 de mayo.
- Cruces de Mayo: 3 de mayo.
- San Isidro: Barranco Almerín. Domingo más cercano al 15 de mayo.
- Virgen de Fátima: Fuente del Ahijado. Último fin de semana de mayo.

- San Antonio: Puente del Río. 13 de junio.
- San Juan: hogueras y moragas. Noche del 23 de junio.
- Virgen de la Vega: La Curva. Primer fin de semana de julio.
- Virgen del Carmen: 16 Julio.
- La Caracola: Primer fin de semana de agosto.
- Virgen de los Dolores: Guainos. Segundo fin de semana de agosto.
- Virgen de Agosto: Lance de la Virgen. Fin de semana más cercano al 15 de agosto.
- Moros y cristianos y Virgen de las Angustias: La Alquería. Último fin de semana de agosto.
- Feria y fiestas de Adra: del 6 a 10 de septiembre.

- **ENTORNO NATURAL**

- **Albuferas de Adra**

Este humedal costero, compuesto principalmente por dos lagunas, la Albufera Honda y la Albufera Nueva, sorprende por su situación en un entorno semidesértico y rodeado de zonas de cultivo intensivo en el que contrasta con la relevancia y los valores naturales que presenta este espacio natural protegido.



Está ubicado entre la desembocadura del Río Adra y los Llanos de Dalías, suponiendo una fuente permanente de alimento y vida para la fauna residente en la zona. Sus aguas salobres provienen de las filtraciones del agua del mar y, sobre todo, del agua de lluvia que llega desde los barrancos de La Estanquera y de Las Adelfas. La presencia de agua permanente, junto con la suavidad climática de sus inviernos, hacen que este humedal se considere el más importante de la provincia de Almería y lugar de paso de las rutas migratorias que establecen las aves entre los continentes europeo y africano.



Desde los observatorios dispuestos estratégicamente en las lagunas, se observa la abundante avifauna acuática, destacando la presencia de anátidas como el Ánade real o el Pato cuchara, que llegan en otoño desde el norte de Europa buscando alimento y un clima más templado para pasar la estación invernal. Durante la primavera la densa cobertura vegetal, formada por carrizales y cañaverales, proporciona un lugar seguro donde nidifican especies como la focha o el porrón pardo, que provienen de las lejanas estepas y regiones semidesérticas de Asia y que ocasionalmente llegan hasta Andalucía o las zonas del Levante.

➤ Río Adra

El Río Adra es el río más importante de la provincia de Almería por su gran caudal de agua. Nace en Sierra Nevada y tiene tres afluentes importantes; el afluente procedente de Paterna pasa cerca de Alcolea, se encuentra con el afluente de Cherín originario del Puerto de La Ragua y antes de llegar a Darrical se une con el afluente que viene de Ujíjar.

Ya unidos, los tres afluentes pasan por Darrical para dirigirse al Pantano de Benínar. Al dejar el pantano atrás el río pasa por medio de unos tajos muy estrechos llamados "Las Angosturas", para posteriormente llegar a Las Fuentes De Marbella, lugar donde se puede contemplar un gran nacimiento de agua. Siguiendo su descenso, en Majaroba, se une al Río Chico, pequeño afluente que viene de Berja,



pasando a constituir ambos un gran río, cuyo paso por La Alquería abastece de agua la zona para regar los cultivos.

Siguiendo su curso natural, el agua encauzada se dirige hacia el paraje de La Habana, zona donde el río va amurallado a ambos lados para desembocar en el mar, en un lugar llamado "La Boca del Río", dentro del municipio de Adra, localidad que da nombre al río. Antes de construirse el pantano de Benínar, este río tenía otra dirección originaria y desembocaba en el núcleo urbano de Adra.

A lo largo de la vera del río abundan las Cañaveras, Tarajes y Acelguillas y podemos observar algunas aves como las Pollejas y los Andaríos. También en estas aguas está el Fartet, un importante pez autóctono del Río Adra en grave peligro de extinción.

En este río tiene lugar la romería de la Virgen de Las Angustias a su paso por el pueblo de La Alquería.

➤ **Estrechuras de Guainos**

El sendero de Guainos nos permite descubrir las estrechuras de la rambla, un rincón desconocido de Almería, en Adra, en la Sierra de la Contraviesa, donde el agua se ha abierto camino para formar unos estrechos pasillos entre la roca. Subiendo por esta rambla acompañados por agua, a través de las estrechuras, junto a pequeñas cascadas, pasando por túneles de cañaverales, se completa una ruta muy entretenida y diferente, que termina en la playa a cuya orilla de levanta Guainos Bajos.



• **PLAYAS**

Las playas del término municipal de Adra son lugares importantes para la expansión y ocio de la población y sus visitantes. El municipio de Adra, situado en el límite entre las provincias de Almería y Granada, cuenta con más de trece kilómetros de costa. En la misma se asientan una serie de playas, todas ellas de una belleza y atractivo singular que las han convertido, en los últimos años, en lugar de destino de gran número de visitantes y de reconocimiento de diferentes distinciones como la “Q” de calidad turística y banderas azules.



➤ **Playa La Juana**

Esta playa virgen se encuentra en el límite con la provincia de Granada. Tiene baja afluencia durante todo el año y permite la práctica del nudismo. Sus aguas cristalinas son ideales para el buceo, con un fondo marino rocoso lleno de vida. Se accede a través de una pista que discurre bajo la carretera nacional que recorre la costa granadina y almeriense entre las pedanías de El Castillo de Huarea y La Alcazaba.

➤ **Playas Robaiza y Cabite**

Son dos tranquilas playas vírgenes de arena fina y oscura con algunas piedras. Sus aguas son cristalinas y bajo la superficie existen multitud de formaciones rocosas que las convierten en lugares imprescindibles para el buceo. Para llegar existen distintas posibilidades: bajar por diferentes veredas empinadas y que se pierden en varios tramos, acceder paseando desde la Playa Juana recorriendo la línea costera o acceder por mar.

➤ **Playas La Alcazaba y de la Barbacoa**

Estas dos playas semiurbanas de Adra se encuentran en la zona de poniente del municipio. Sus aguas son cristalinas e ideales para la práctica del buceo. Para acceder a la playa de La Alcazaba es preciso dejar el vehículo en la cercanía de la carretera nacional o bien adentrarnos en la pedanía del mismo nombre para bajar por diferentes escaleras y caminos.

A la playa de la Barbacoa se puede acceder directamente con vehículo.

➤ **Playa El Cuartel de Guainos**

Esta playa semiurbana se encuentra a los pies de un antiguo cuartel de la Guardia Civil en la barriada de Guainos, de donde recibe su nombre. Es una playa de arena oscura y grava, a la que llegaremos a pie. Sus aguas son muy limpias y cristalinas, perfectas para el buceo. Por su distancia a los núcleos de población, suele tener pocos bañistas, por lo que es ideal para descansar y desconectar. Además, su entorno natural tiene gran belleza paisajística.

➤ **Playa de Guainos**

Playa urbana que se encuentra en la pedanía de Guainos Bajos. Es una playa con servicio de duchas y papeleras. La arena es fina y oscura, con algunas partes de pequeña grava. Podemos llegar en coche

tanto desde dentro del municipio como en la desembocadura de la Rambla de Guainos, donde existe una zona amplia para aparcar. Desde esta zona es posible también realizar algunas rutas al interior.

➤ **Cala Junco**

Es una bella cala virgen situada bajo la carretera nacional. La playa tiene unas bellas formaciones rocosas que generan arcos bajo el agua ideales para disfrutar del buceo en sus aguas cristalinas. Para acceder, se puede aparcar el coche en una zona habilitada junto a la carretera y descender por varias veredas empinadas que nos llevarán a la cala. Por su acceso, tiene un nivel de ocupación bajo por lo que es ideal para disfrutar de la tranquilidad.

➤ **Playa El Lance**

Playa urbana con gran afluencia que se encuentra en la zona de El Lance de la Virgen. Es una playa algo ventosa y con oleaje moderado. En su parte oriental hay un pequeño paseo marítimo. Su acceso es sencillo, ya que podemos aparcar en la carretera nacional 340 y acceder a la playa por cualquiera de las calles de barriada. Ideal si deseas no desplazarte mucho del núcleo urbano y tener servicios como duchas o papeleras.

➤ **Playa La Rana**

Desde 2016 la playa La Rana se convirtió en la primera playa oficial para perros de Almería. Es posible acudir con tu perro en cualquier época del año, incluyendo la temporada estival. Es una playa tranquila, con muy poca ocupación, compuesta por grava y arena oscura. Al ser una playa canina, dispone de unas normas de uso específica a fin de mantenerla limpia y segura para todos los visitantes.

Tiene un fácil acceso a pie o en coche.

➤ **Playa Sirena Loca - Caracola**

Playa urbana con distintivo de Bandera Azul y Q de Calidad Turística. Esta playa dispone de todos los servicios y equipamientos de accesibilidad para personas con distintas capacidades, papeleras, duchas, servicio de salvamento y canal náutico, así como un amplio paseo marítimo. En sus inmediaciones tenemos tiendas, chiringuitos y locales de restauración. Es fácil acceder en vehículo o desde el núcleo urbano de Adra.

➤ **Playa del Carboncillo**

Playa urbana con distintivo de Bandera Azul y Q de Calidad Turística. Esta playa también dispone de todos los servicios y equipamientos de accesibilidad para personas con distintas capacidades, papeleras, duchas, servicio de salvamento y canal náutico. En sus inmediaciones tenemos chiringuitos y locales de restauración. Es fácil acceder en vehículo por la Calle Marismas o paseando desde el centro urbano o el paseo marítimo.

➤ **Playa de San Nicolás**

Playa urbana con distintivo de Bandera Azul y Q de Calidad Turística. Es la primera playa a levante desde el puerto de Adra. Dispone de todos los servicios y equipamientos de accesibilidad para personas con distintas capacidades, papeleras, duchas y servicio de salvamento. En sus inmediaciones tenemos tiendas, chiringuitos y locales de restauración. En el paseo marítimo existen servicios para la realización de actividades lúdicas y deportivas.

➤ **Playa El Censo**

Playa semiurbana con distintivo de Bandera Azul y Q de Calidad Turística. Dispone de todos los servicios y equipamientos de accesibilidad para personas con distintas capacidades, papeleras, duchas y servicio de salvamento. Dispone de paseo marítimo con carril bici. Se encuentra ubicada desde la escollera de la playa de San Nicolás hasta la que marca el fin de la zona urbanizable.

➤ **Playa de La Habana**

La playa más al este de Adra. En su parte más oriental linda con la Reserva Natural de la Albufera de Adra. Está compuesta por un gran número de “calas” generadas por escolleras artificiales. Está compuesta de grava, arena oscura y rocas. En su fondo marino se pueden ver pulpos, jibias y todo tipo de peces, que con la limpieza de sus aguas es ideal para el buceo. Se accede a través de una pequeña carretera sin asfaltar con zonas para aparcar.

- **GASTRONOMÍA**

La tradición agrícola y marinera dejan su huella inconfundible en la cocina abderitana. La frescura del pescado y marisco, junto con la variedad y abundancia de hortalizas, hacen de los productos de Adra una fuente de riqueza para los amantes del buen comer.

Fruto de la pervivencia de agricultores y pescadores a lo largo de la historia, los platos de Adra contienen lo mejor del mar y la huerta.

Algunas recetas populares son:

- ✓ Olla fresca: Realizada con tocino, morcilla, espinazo, carne fresca, patatas, garbanzos e hinojos.
- ✓ Fideos aparte: Si alguna comida goza de preferencia entre los pescadores, son los “fideos aparte”. Su preparación es todo un arte entre las mujeres y hombres de la mar. En un caldero se realiza un caldo con pescado variado. Aparte, se hace un sofrito al que se añaden los fideos y, posteriormente, el caldo de pescado. Después de deja reposar hasta reducir el caldo.
- ✓ Otros platos populares: Atascaburras, Pulpo seco, Migas de harina, Gachas, Pimentón, Potaje de Semana Santa, Melva canutera en aceite de oliva, Fritada, Gazpacho de Adra, Fritura y parrillada de pescado y marisco, Boquerones en anchoas, Boquerones secos, Arenques.
- ✓ Postres: Leche frita, Arroz con leche, Roscos de anís, Talvinas, Buñuelos, Roscos borrachuelos.

CLASIFICACION DE LOS RECURSOS PROPIOS DE ADRA DESDE EL PUNTO DE VISTA CONCEPTUAL

En este apartado se clasifican los productos de Adra desde el punto de vista conceptual en:

- a) Los **recursos que son productos del territorio y que tienen un alto valor distintivo y que pueden generar actividad comercial a su alrededor de forma directa**, a través de su venta, o indirecta, a través de otros productos relacionados (rutas gastronómicas, catas de vinos, ferias de artesanía, etc.) y de la misma capacidad de atracción de visitantes que genera en el municipio, especialmente en fines de semana y periodos vacacionales.

- b) Los recursos que tienen un carácter vivencial o experiencial y que generan actividad de atracción por motivo de ocio o cultura (festivales, fiestas o tradiciones).

PRODUCTOS DEL TERRITORIO	RECURSOS DE CARÁCTER VIVENCIAL O EXPERIENCIAL
<ul style="list-style-type: none"> • Edificios religiosos • Edificios civiles • Restos y yacimientos arqueológicos • Elementos populares y vernáculos • Museos • Entorno natural, rutas y otras actividades ligadas al entorno natural • Playas • Gastronomía 	<p>Fiestas y eventos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Feria y fiestas de Adra ○ Fiestas tradicionales ○ Semana Santa ○ Eventos populares ○ Festivales: Juerga´s Rock Festival

CLASIFICACION DE LOS RECURSOS PROPIOS DE ADRA DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA ACTIVIDAD

En este apartado se clasifican los recursos propios de Adra desde el punto de vista de la actividad, directa o indirecta, que generan los productos y los recursos vivenciales del territorio. **Es importante distinguir aquellos que están completamente integrados en la trama urbana y que, por este motivo, tienen un claro impacto sobre la actividad comercial, de aquellos que están ubicados en el entorno del municipio y que también generan sinergias, pero que no están totalmente integradas.**

RECURSOS DIRECTOS	RECURSOS INDIRECTOS
<ul style="list-style-type: none"> • Iglesia Parroquial de la Inmaculada Concepción • Ermita de San Sebastián • Restos del recinto amurallado de la Villa de Adra • Torre de la Vela • Torreón de Olvera o Torre del Cementerio • Refugios antiaéreos de la Guerra Civil • Fábrica de fundición de plomo San Andrés • Torre de los Perdigones • Molino del Lugar • Plaza de la Puerta del Mar • Plaza Vieja • Yacimiento arqueológico "Cerro de Montecristo" • Elementos populares y vernáculos • Museo de adra • Museo Molino del Lugar • Centro de interpretación de la pesca 	<ul style="list-style-type: none"> • Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de las Angustias, La Alquería • Ermita de San Isidro, Barranco de Almerin • Torreón Vigía de Guainos • Fábrica azucarera • Algunas fiestas y eventos • Albuferas de Adra • Río Adra • Estrechura de Guainos • Otras playas • Gastronomía

<ul style="list-style-type: none"> • Fiestas y eventos • Playa Sirena Loca – Caracola • Playa del Carboncillo • Playa de San Nicolás • Playa El Censo • Gastronomía 	
---	--

La mayoría de los recursos culturales y patrimoniales están ubicados en el centro histórico (a excepción de algunos elementos situados en La Alquería, en Guainos o de la fábrica azucarera en el extrarradio de la ciudad). Los museos también están ubicados en el centro de la ciudad, y algunas playas también están muy próximas al núcleo comercial. Los recursos ligados al entorno natural (albuferas, río Adra y la estrechura de Guainos), dado su carácter natural, están alejados del casco histórico.

1.2. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR COMERCIAL DEL MUNICIPIO

1.2.1. LA OFERTA COMERCIAL

- Análisis cuantitativo del comercio al por menor:

Según los datos publicados por el Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía, **el municipio de Adra contaba en 2020 con un total de 533 establecimientos comerciales. De estos establecimientos, un total de 260 se sitúan en el centro,** según el censo disponible del Plan de Captación de Emprendedores de comercio y servicios para el Centro Urbano de Adra Censo 2019. Es decir, **el 49% de los establecimientos comerciales de Adra se ubican en el principal núcleo urbano del municipio.**

Según estimaciones realizadas en base a datos de años anteriores, la mayor parte del pequeño comercio se dedica a la venta de productos de primera necesidad, como son los productos de alimentación, que pueden representar aproximadamente un 25% del total, (se incluyen frutas y verduras, carnes, pescados, pan y pastelería y alimentos y bebidas en general) y los productos textiles, estos últimos en torno al 16%. A continuación, destacarían los artículos de menaje, droguería, aparatos de uso doméstico o venta de productos variados.

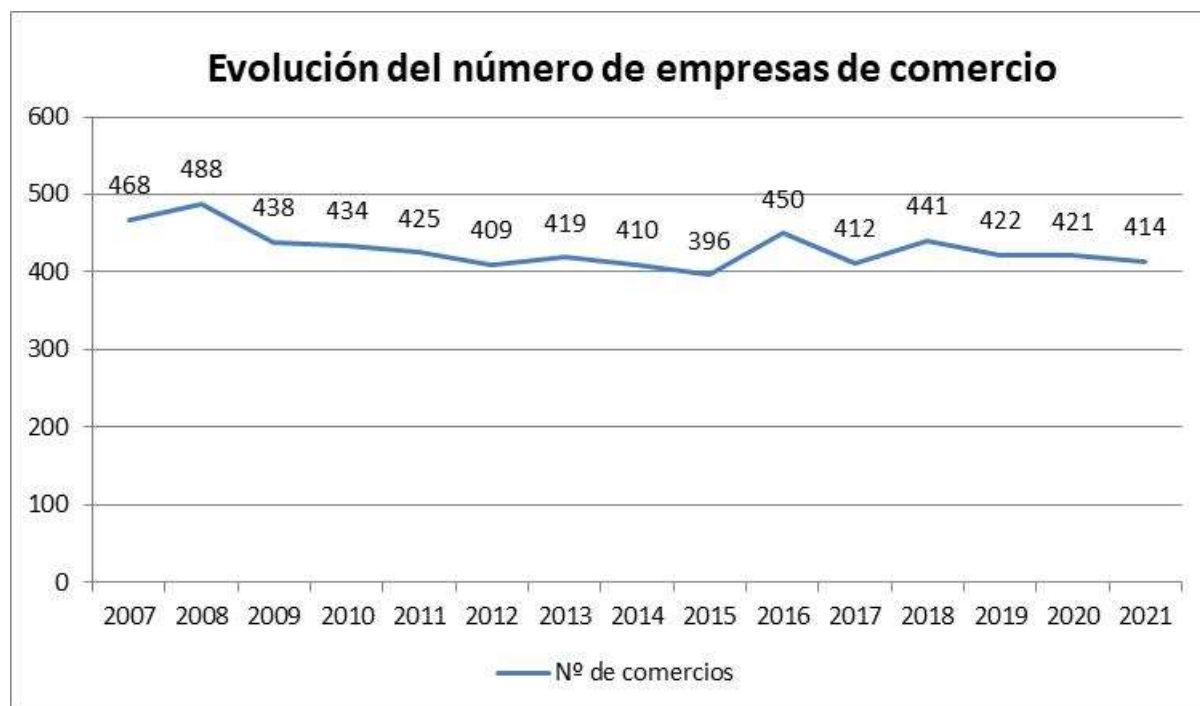
Para profundizar en este análisis cuantitativo del sector comercial, se muestra en la siguiente tabla **el número de establecimientos comerciales por cada mil habitantes** para los municipios de Adra,

Almería capital, El Ejido y para la provincia y Andalucía (según datos del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Con estos datos se constata que Adra, con 20,9 establecimientos comerciales por cada 1.000 habitantes, tiene una oferta comercial similar aunque algo inferior a la provincia y a Andalucía, algo superior a Almería capital y por debajo del municipio de El Ejido (con 25,32 establecimientos por cada 1000 habitantes).

Territorio	Comercios por 1000 habitantes
Adra	20,90
Almería capital	19,60
El Ejido	25,32
Provincia de Almería	21,16
Andalucía	21,27

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Estadístico de Andalucía.

Si analizamos la **evolución del número de empresas de comercio desde 2007 a 2021**, vemos que en el periodo 2008-2015 se produce un importante descenso del número de empresas, provocado por la crisis económica sufrida en el mundo y especialmente en España. Como comentábamos anteriormente, la economía de Adra es muy dependiente de la coyuntura económica nacional. **En 2016 se produce un fuerte incremento en el número de empresas comerciales, pero desde entonces la tendencia es a la estabilización o a la baja.**



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Estadístico de Andalucía.

- Análisis cualitativo del comercio al por menor:

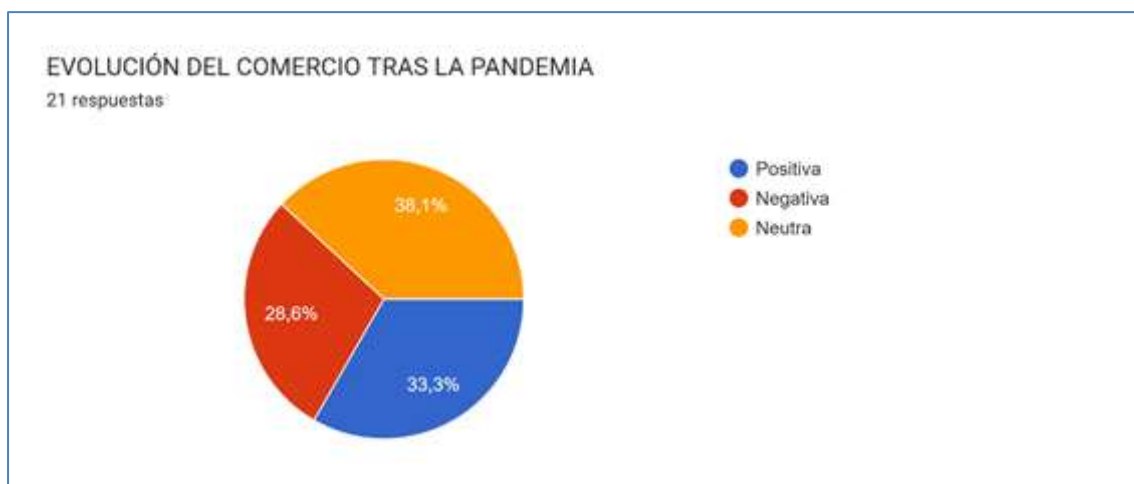
El municipio de Adra cuenta con un **núcleo comercial que es centro de atracción comercial para los habitantes, así como para todos los núcleos colindantes:** Albuñol, albondón, Murtas, Turón, San Roque, Berja, Puente del Río, etc.

Según la información obtenida de otros proyectos de dinamización urbanos como el Proyecto Urbano de Adra, aunque el cercano municipio de El Ejido cuenta con superficies comerciales de gran tamaño, **el sector comercial en Adra posee gran potencial de atracción para sus vecinos más próximos, dado que ofrece ciertos valores añadidos como que la actividad comercial está localizada en el centro de la ciudad; ofrece un servicio personalizado y atento y, además, los visitantes encuentran atractivos turísticos como núcleos históricos o las instalaciones del puerto deportivo.**

Esta información concluye que, en términos generales, **existe una oferta comercial amplia y diversificada, que cubre las necesidades de demanda, tanto de los abderitanos en sí como de los turistas que aumentan la población del municipio, sobre todo en época estival.**

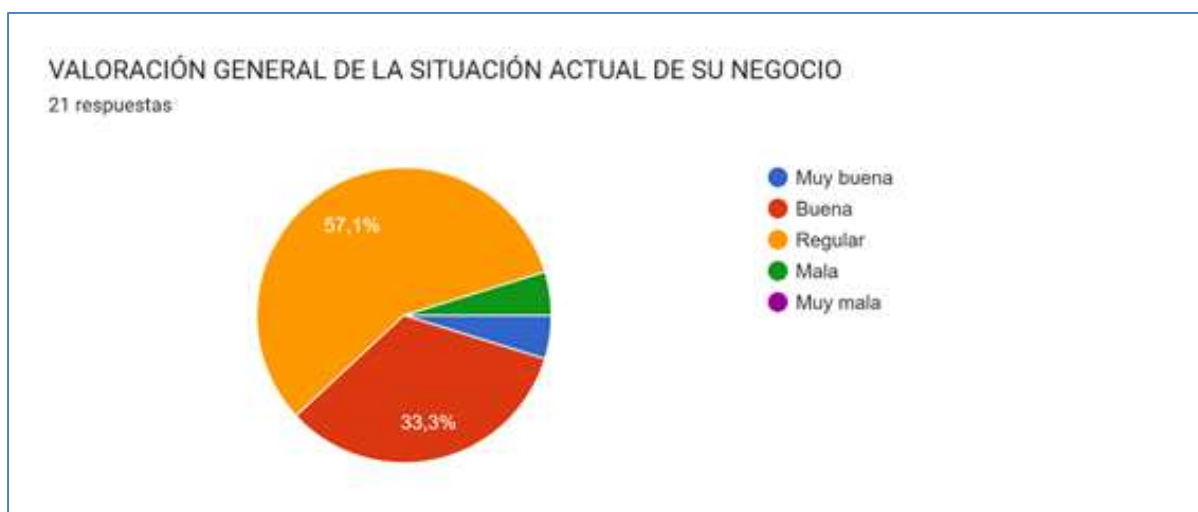
Sin embargo, para realizar un análisis más profundo de la oferta comercial de Adra desde el punto de vista cualitativo, se ha visto necesario realizar un cuestionario a los comerciantes del municipio. Así, las 21 respuestas de los comercios del municipio a las 29 preguntas realizadas en el marco de la elaboración de este Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra (ver cuestionario en el Anexo I), nos han permitido obtener la siguiente información para este apartado:

EVOLUCIÓN DEL COMERCIO TRAS LA PANDEMIA



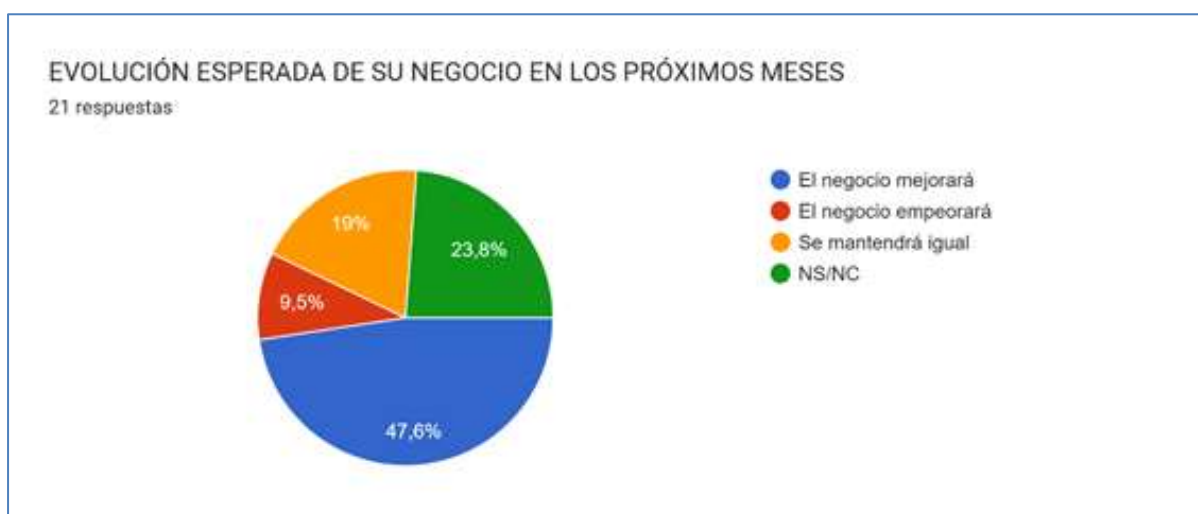
En primer lugar, se ha creído oportuno conocer la evolución general de los negocios de Adra a partir de la pandemia, que paralizó la actividad económica en todo el mundo y que afectó de forma significativa al sector comercial de los núcleos urbanos. Las respuestas obtenidas muestran que **el 33,3% ha respondido que su evolución desde la pandemia ha sido “Positiva”, el 38,1% que “Neutra”, y el 28,6% restante estiman que la evolución ha sido “Negativa”.**

VALORACIÓN GENERAL DE LA SITUACIÓN DE SU NEGOCIO



Profundizando en el momento presente, **el 57,1% de los comerciantes valoran la situación actual de “regular”, el 33,3% de “buena”, el 4,8% de muy buena y el 4,8% restante de “mala”.**

EVOLUCIÓN ESPERADA DE SU NEGOCIO EN LOS PRÓXIMOS MESES



Las respuestas a la evolución esperada del negocio en los próximos meses arrojan resultados más positivos que la pregunta anterior; así, el 47,6% espera que el negocio mejore en los próximos meses, el 19% considera que se mantendrá igual y el 9,5% es más pesimista y piensa que el negocio empeorará. Un significativo 23,8% responde que “no sabe, no contesta”.

GASTOS MÁS DIFÍCILES DE ASUMIR PARA SU NEGOCIO



En cuanto a los gastos más difíciles de asumir para su negocio, un significativo 61,9% de los comerciantes afirman que son los impuestos. En segundo lugar quedan los suministros (especialmente en la coyuntura económica actual de crisis energética) con un 38,1%, en tercer lugar el pago a proveedores (el 33,33%), y por último el alquiler del local (el 19%).

ÚLTIMOS CAMBIOS QUE HA REALIZADO EN SU NEGOCIO



En relación con los últimos cambios que han realizado en su negocio, **el 68,8% de los comerciantes afirma haber hecho cambios en el producto, el 43,8% cambios en la política de publicidad, imagen y marketing**, el 12,5% cambios en la gestión, un 6,3% afirma haber realizado cambios en los procesos, y otro 6,3% cambios de renovación de mobiliario. **Ningún comercio ha hecho cambios respecto a contratación o despido de trabajadores.**

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DE LOS COMERCIANTES?

A la pregunta abierta de cuáles son los principales problemas de los comerciantes, las respuestas han sido diversas, aunque analizando las respuestas con detalle vemos que la competencia de grandes superficies y centros comerciales y la compra por Internet son los principales problemas detectados por los comerciantes, así como los elevados costes, especialmente los impuestos.

PRINCIPALES PROBLEMAS DE LOS COMERCIANTES	
TEMÁTICA	RESPUESTAS DEPURADAS
COMPETENCIA	<ul style="list-style-type: none"> - Las grandes superficies: centros comerciales y grandes súper. - Competir con compras por Internet: Amazon, etc. - La deslealtad que existe con los horarios de las grandes superficies.
COSTES	<ul style="list-style-type: none"> - Cotizaciones sociales e impuestos muy elevados - Coste de la vida, las subidas de precios constantes
OTROS	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de aparcamiento, para que los clientes dispongan de más tiempo para comprar y mirar - Encontrar mano de obra cualificada y con ganas de trabajar - Poca visibilidad - Unión entre todos

¿QUÉ CIRCUNSTANCIAS DIFICULTAN LA PUESTA EN MARCHA DE NUEVOS COMERCIOS EN ADRA?

Esta pregunta abierta a los comerciantes también ha recibido respuestas diversas, aunque vemos que **la burocracia y los impuestos se repiten en algunas de las respuestas, así como la necesidad de capital, los elevados costes y se especifican entre estos costes el elevado precio de los alquileres.** La **competencia de las compras por Internet, así como otros factores (falta de infraestructuras o visitantes)** también son mencionados por los comerciantes como obstáculos para poner en marcha nuevos comercios.

DIFICULTADES PARA LA PUESTA EN MARCHA DE NUEVOS COMERCIOS EN ADRA	
TEMÁTICA	RESPUESTAS DEPURADAS
BUROCRACIA E IMPUESTOS	<ul style="list-style-type: none"> - Burocracia, tardan en dar permisos - Impuestos
COSTES	<ul style="list-style-type: none"> - Gastos de inicio - La economía, la falta de dinero - Precio del alquiler
COMPETENCIA	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de las compras por Internet - Miedo a causa de las grandes superficies con las que no se puede competir - La competencia desleal
OTROS	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de personal cualificado - Falta de infraestructuras - Falta de turismo estable y de mejora del municipio - La mentalidad cerrada de los clientes en general

¿QUÉ OBSTÁCULOS DIFICULTAN EL DESARROLLO DE LOS COMERCIOS?

De esta pregunta se han obtenido un menor número de respuestas. Los principales obstáculos que encuentran los comerciantes al desarrollo de sus negocios tienen mucho que ver con la situación urbanística y el estado del centro urbano de Adra; así, destacan como aspecto negativo la difícil accesibilidad, la falta de infraestructuras y la suciedad. Al igual que en puntos anteriores los impuestos se repiten como uno de los principales obstáculos.

OBSTÁCULOS QUE DIFICULTAN EL DESARROLLO DE LOS COMERCIOS	
TEMÁTICA	RESPUESTAS DEPURADAS
IMPUESTOS	<ul style="list-style-type: none"> - Impuestos
ESTADO DEL CENTRO URBANO	<ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad - La falta de infraestructuras en el pueblo y la suciedad del mismo - Estado del pueblo
OTROS	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia de Internet - La publicidad - Personal cualificado - Mentalidad del consumidor - Falta de turismo estable y de mejora del municipio - La mentalidad cerrada de los clientes en general

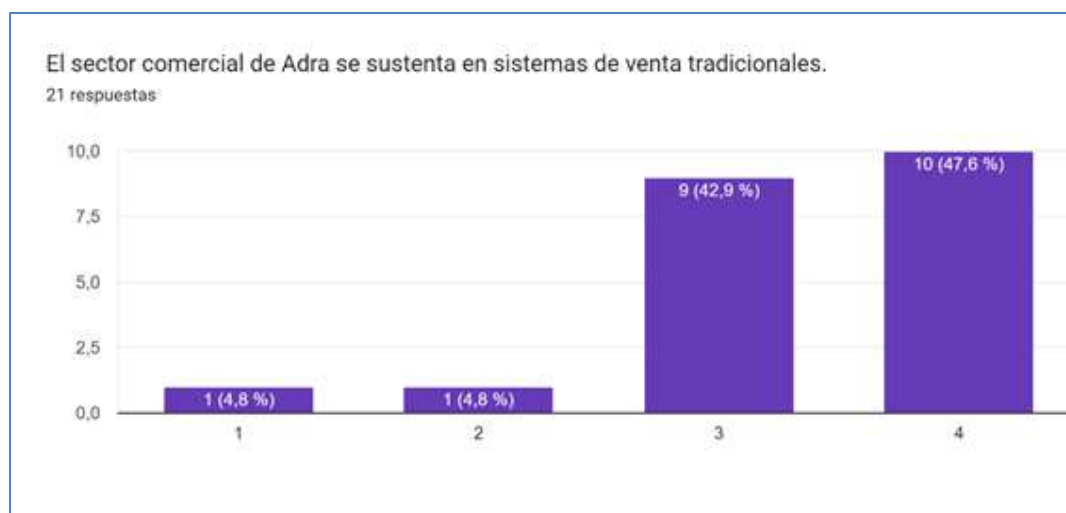
¿QUÉ MEJORAS DEBERÍAN REALIZARSE EN EL SECTOR COMERCIAL DE ADRA?

Esta es una de las preguntas clave del cuestionario, ya que pretende conocer de primera mano las mejoras que los comercios entienden que deberían hacerse en su sector. Tal y como se aprecia en las respuestas, **la limpieza de las calles es un factor crítico en Adra**. Muchos comerciantes lamentan el mal estado en general del centro urbano. **También manifiestan la necesidad de ayudas al sector comercial, campañas de promoción para fomentar el comercio local y el fomento del turismo.**

MEJORAS QUE DEBERÍAN REALIZARSE EN EL SECTOR COMERCIAL DE ADRA	
TEMÁTICA	RESPUESTAS DEPURADAS
ESTADO DEL CENTRO URBANO	<ul style="list-style-type: none"> - Embellecer las calles y mejor iluminación nocturna en horario comercial - La limpieza del pueblo en general es nefasta por culpa de los ciudadanos y de los equipos de limpieza. Los alrededores del pueblo están muy sucios - Tener unas aceras más grandes - El centro comercial, necesita cambio y sobre todo aparcamiento - Mejor accesibilidad
AYUDAS	<ul style="list-style-type: none"> - Más ayudas y promociones - Ayudas para las nuevas tecnologías
OTROS	<ul style="list-style-type: none"> - Concienciar al consumidor de la importancia de que si consumen en tu localidad es beneficio para todos, la riqueza se queda aquí - Tener más servicios - Fomentar el turismo, la construcción y atraer inversiones - Más publicidad

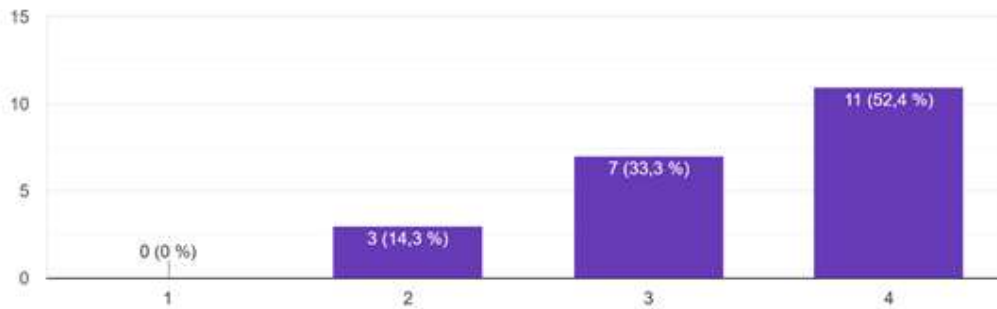
EVALÚE EL GRADO DE CONFORMIDAD CON LOS SIGUIENTES SUPUESTOS.

Siendo 1: Nada de acuerdo, 2: Poco de acuerdo, 3: De acuerdo, 4: Muy de acuerdo.



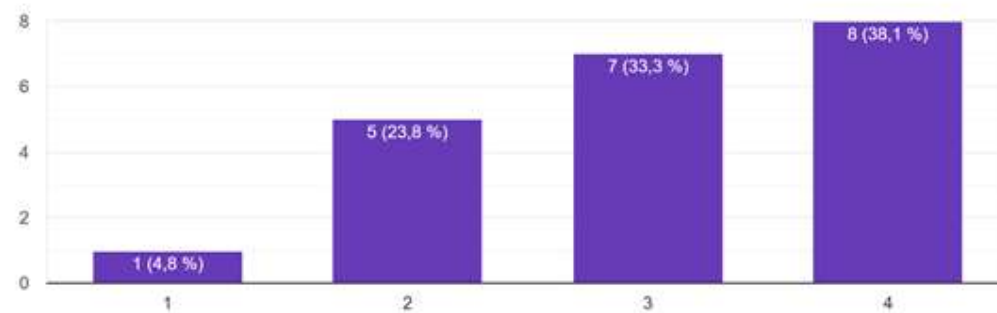
La apuesta por la modernización, renovación e innovación es aún insuficiente en el sector comercial de Adra.

21 respuestas



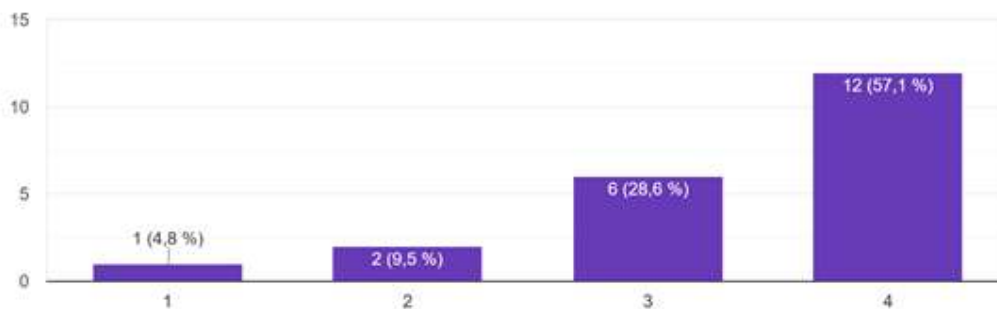
El entramado urbanístico de Adra no facilita la actividad comercial.

21 respuestas



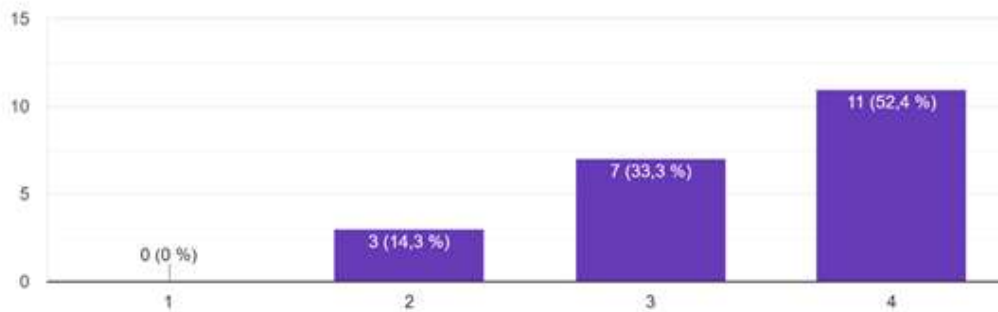
Los/as clientes/as eligen otras ofertas de consumo en centros comerciales y ciudades próximas antes que el comercio de Adra.

21 respuestas



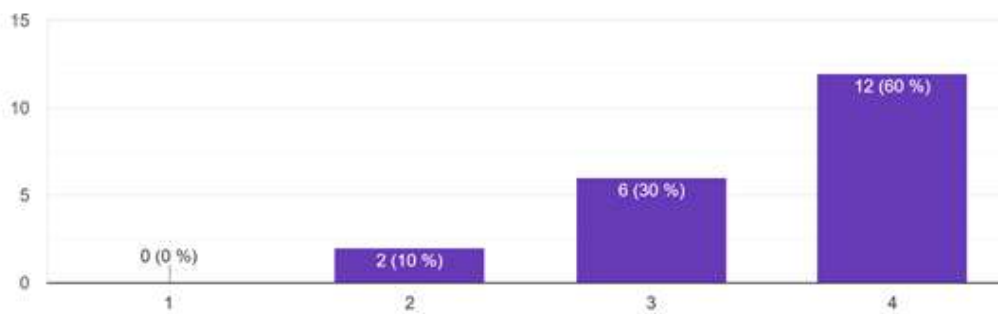
El núcleo urbano de Adra es poco accesible para los medios de transporte.

21 respuestas



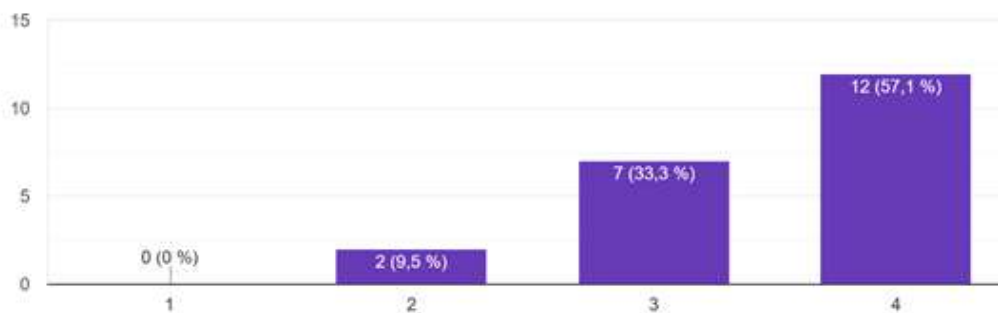
Se debería apostar por la formación para incrementar las competencias profesionales del empresariado y trabajadores/as del sector comercial.

20 respuestas



Se debería apostar por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para impulsar las ventas.

21 respuestas



La interpretación que se hace de los resultados de estos criterios analizados es muy sencilla. Los comerciantes de Adra están “muy de acuerdo” en todos los siguientes supuestos:

- El sector comercial de Adra se sustenta en sistemas de venta tradicionales.
- La apuesta por la modernización, renovación e innovación es aún insuficiente en el sector comercial de Adra.
- El entramado urbanístico de Adra no facilita la actividad comercial.
- Los clientes eligen otras ofertas de consumo en centros comerciales y ciudades próximas antes que el comercio de Adra.
- El núcleo urbano de Adra es poco accesible para los medios de transporte.
- Se debería apostar por la formación para incrementar las competencias profesionales del empresariado y trabajadores del sector comercial.
- Se debería apostar por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para impulsar las ventas.

- Análisis de las locomotoras comerciales singulares:

En este apartado se van a identificar los principales motores comerciales del municipio, como activos que pueden generar más movimiento de personas y de actividad económica.

Las principales locomotoras comerciales de Adra son: Mercado Municipal de Abastos, Centro Comercial Abierto, Mercado Ambulante y zona comercial del Paseo Marítimo.

A) MERCADO MUNICIPAL DE ABASTOS

El Mercado Municipal de Abastos, también conocido como La Plaza de Adra, es un emblema del comercio tradicional de la ciudad.

A finales de 2020 concluyeron las obras de renovación de las instalaciones del mercado, incorporando nuevos usos comerciales, concretamente la incorporación de nuevos locales para hostelería y restauración, que se sumaron a los tradicionales puestos de carnicería, pescadería y alimentación.

En septiembre de 2021 se sacaron a concurso una decena de puestos en el Mercado destinados a estos servicios de restauración, degustación y venta de productos no perecederos. En total, el Ayuntamiento de Adra sacó a concurso seis bares, con su correspondiente zona de degustación, cuyo tamaño varía desde los 23 hasta los 51 metros cuadrados. Por otra parte, también se amplió el mercado



con cuatro puestos en la zona interior del mercado destinados a la venta de productos no perecederos, procesados y congelados, entre otras alternativas. Estos puestos cuentan con unas dimensiones que oscilan entre los 14 y 17 metros cuadrados. Actualmente el Mercado de Abastos no está en funcionamiento, en espera de que se terminen de tramitar las concesiones.

En el año 2010 el Mercado de Abastos de Adra contaba con 51 puestos, que se han ido reduciendo a los 19 actuales (25 si incluimos la zona de restauración) por lo que se advierte el declive que ha sufrido en la última década y que, tras las obras de restauración y modernización, se pretende revertir.

El mercado municipal de abastos se rige por la Ordenanza Reguladora del Servicio del Mercado Municipal de Adra publicada en el B.O.P. nº 41 de fecha 15/03/2021 (http://www.adra.es/images/SECRETARIA/2021/23.-_ORDENANZA REGULADORA DEL SERVICIO DEL MERCADO MUNICIPAL DE ADRA.pdf)

B) CENTRO COMERCIAL ABIERTO

El 25 de junio de 2013, la Junta de Andalucía otorgó el reconocimiento oficial al Centro Comercial Abierto de Adra, siendo el segundo reconocido de la provincia de Almería, tras el de la capital. Actualmente la provincia de Almería cuenta con 4 Centros Comerciales Abiertos (Almería centro, Adra, El arriero de Albox y Cuevas de Almanzora).

El Centro Comercial Abierto de Adra nació con el objetivo de revitalizar el centro urbano de la ciudad, impulsar el asociacionismo y mejorar la calidad de los servicios.

Desde el año 2006 hasta su reconocimiento en 2013, el Ayuntamiento de Adra invirtió más de 2 millones de euros en cuatro fases del proyecto del Centro Comercial Abierto de Adra, con el fin de adecuar, embellecer y dar homogeneidad a las zonas más comerciales y céntricas de la ciudad, creando un espacio comercial atractivo, pensado para el peatón, con facilidades de acceso y movilidad interna que incentive las compras en estas zonas de comercio tradicional.

Para la obtención del reconocimiento por parte de la Junta de Andalucía, el Centro Comercial Abierto de Adra tuvo que cumplir una serie de requisitos, como **estar delimitado territorialmente dentro del centro urbano o en una zona o eje de marcado carácter comercial de población, contar con un número de habitantes suficiente que posibilite la existencia de un área de comercio denso, contar con una diversidad de establecimientos comerciales, tanto por su tamaño como por el sector de actividad donde éstos se encuadran**, con una unidad de gestión y compartir un modelo común de funcionamiento y horarios, previendo de servicios comunes a sus asociados, que redunde en beneficio de los comercios integrantes del CCA y de los clientes, realizar actividades conjuntas de promoción, publicidad y comunicación, que fomente la imagen en conjunto, tener una señas comunes de identidad, tanto a nivel urbanístico como comercial y tener facilidad de acceso público y privado, así como de estacionamiento de vehículos. El comercio de Adra contaba además con una tradición comercial en la zona, con una imagen y estrategia propia permanente y compartía una concepción global de oferta comercial, servicios, cultura y ocio.

El Centro Comercial Abierto de Adra tiene como núcleo central el eje de Natalio Rivas y comprende los siguientes espacios urbano-comerciales:

- Araucaria, Plza.
- Carretera de Almería
- Carril de Cuenca
- Mercado
- Natalio Rivas
- Neptuno
- Nereidas
- Pasaje del Libro
- Paseo de los Navegantes
- Paseo de los Tristes
- Poseidón
- Rambla de las Cruces



- San Sebastián
- Tarrasa
- Ulises

Este espacio comercial y de servicios es el núcleo dinamizador del comercio de Adra, ya que aprovecha la existencia del eje central y vertebrador de la calle Natalio Rivas, la presencia del Mercado de Abastos Municipal como generador de flujos vinculados al consumo cotidiano y al comercio de proximidad, y el comercio y servicios de esta zona con mayor densidad empresarial, sin duda la más cualificada en cuanto a comercio especializado y como generador de flujos vinculados al consumo ocasional y la prestación de servicios.

C) MERCADO AMBULANTE

El mercadillo de Adra se celebra tres veces al mes en horario de 8 a 14h en la calle del Puerto. Es un **mercadillo generalista con 160 puestos** (datos del Censo de Comercio Ambulante en Andalucía de 2019).



D) PASEO MARÍTIMO

El Paseo Marítimo es uno de los espacios, tras las playas, mejor valorados por los habitantes del municipio. Por ello, y dado el extraordinario potencial del que goza este espacio, el Paseo Marítimo se presenta como objetivo fundamental del Plan de Comercio por considerarse de vital importancia

en la revitalización del sector comercial del municipio, a través de actuaciones que establezcan conexiones entre el área comercial consolidada y la zona portuaria, que deben estar vinculadas a actividades de hostelería y ocio (fundamentalmente actividades al aire libre).

Para ello será necesario fomentar la localización de actividades hosteleras en el entorno del Paseo Marítimo y mejorar la oferta existente, con objeto de evitar que los consumidores potenciales huyan a otros espacios comerciales (Ejido, Almería...) que ofrezcan una mayor y mejor oferta de productos y servicios; fundamentalmente en el aspecto de ocio y turismo, de cara a constituir un espacio con capacidad de generar flujos de consumidores del que pueda beneficiarse el resto del espacio comercial.

Cabe mencionar que Adra dispone de un carril bici paralelo al Paseo Marítimo en ambos sentidos, pero carece de lugares propios para su estacionamiento.

1.2.2. LA DEMANDA COMERCIAL: ANÁLISIS DE LOS HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO

No existen datos cuantitativos en el ámbito municipal que podamos utilizar para el análisis de la demanda comercial, por lo que es necesario extrapolar los datos de Andalucía y del conjunto de España.

Así, la siguiente tabla muestra la comparativa nacional y andaluza del gasto medio por hogar en el año 2021.

ANDALUCÍA		ESPAÑA	
CATEGORÍA DE GASTO	GASTO MEDIO	CATEGORÍA DE GASTO	GASTO MEDIO
Alimentación	4.719,52 €	Alimentación	4.805,82 €
Alcohol y tabaco	568,34 €	Alcohol y tabaco	495,63 €
Vestido y calzado	1.072,72 €	Vestido y calzado	1.155,97 €
Vivienda	8.267,92 €	Vivienda	9.893,03 €
Mobiliario	1.308,80 €	Mobiliario	1.286,20 €
Salud	1.058,89 €	Salud	1.203,71 €
Transportes	3.329,59 €	Transportes	3.230,17 €
Comunicaciones	873,66 €	Comunicaciones	936,62 €
Ocio y cultura	1.154,81 €	Ocio y cultura	1.293,60 €
Enseñanza	243,85 €	Enseñanza	438,59 €
Hostelería	2.344,03 €	Hostelería	2.288,09 €
Otros	2.023,30 €	Otros	2.216,18 €
GASTO MEDIO POR HOGAR	26.965,44 €	GASTO MEDIO POR HOGAR	29.243,61 €

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2021.

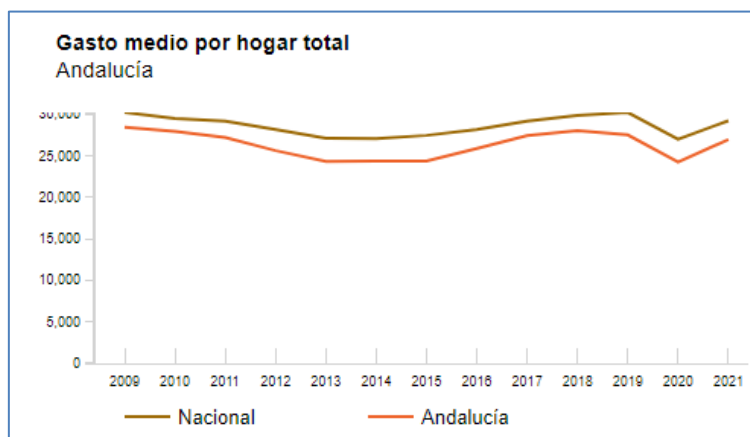
Tal como se aprecia en la tabla, los andaluces gastan una media anual de 26.965,44 €, unos 2.300 € anuales menos que el total de España. Sin embargo, los andaluces gastan más en alcohol y tabaco, mobiliario, transportes y hostelería. Únicamente las Comunidades Autónomas de Cantabria, La Rioja, Asturias, Canarias, Extremadura y Castilla – La Mancha (así como la Ciudad Autónoma de Melilla) tienen un gasto medio anual inferior a Andalucía.

Porcentualmente, se observa en el siguiente gráfico que en Andalucía el principal gasto del hogar es la vivienda (el 30,7%), seguido de la alimentación (el 17,5%), el transporte (el 12,4%) y la hostelería (el 8,7%).



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2021.

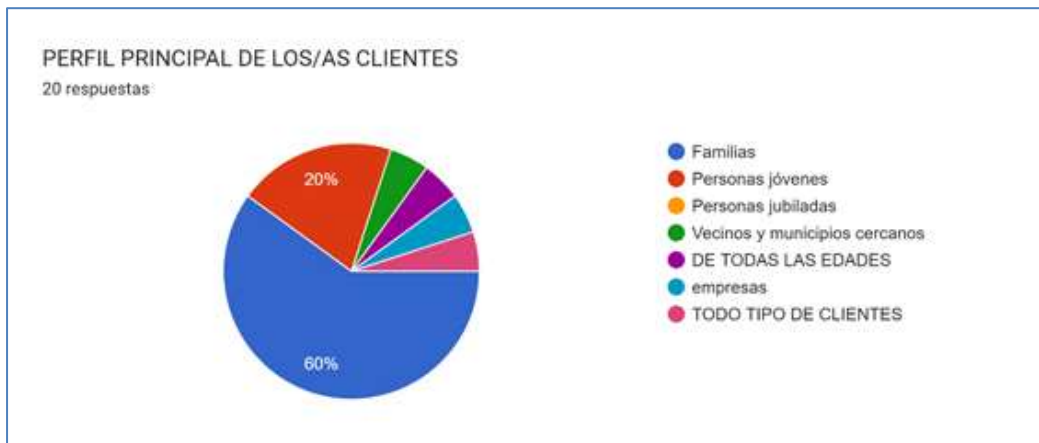
En cuanto a la evolución del gasto medio por hogar en Andalucía y España, en el siguiente gráfico vemos que el comportamiento evolutivo entre la región andaluza y el total de España es muy similar, reduciéndose el gasto entre 2009 y 2015, incrementándose desde 2015 a 2018, reduciéndose drásticamente en 2020 (como consecuencia del confinamiento y la pandemia) e incrementándose de nuevo en 2021. Esta tendencia será seguramente al alza como consecuencia de la elevada inflación que sufre nuestro país en los últimos tiempos.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2021.

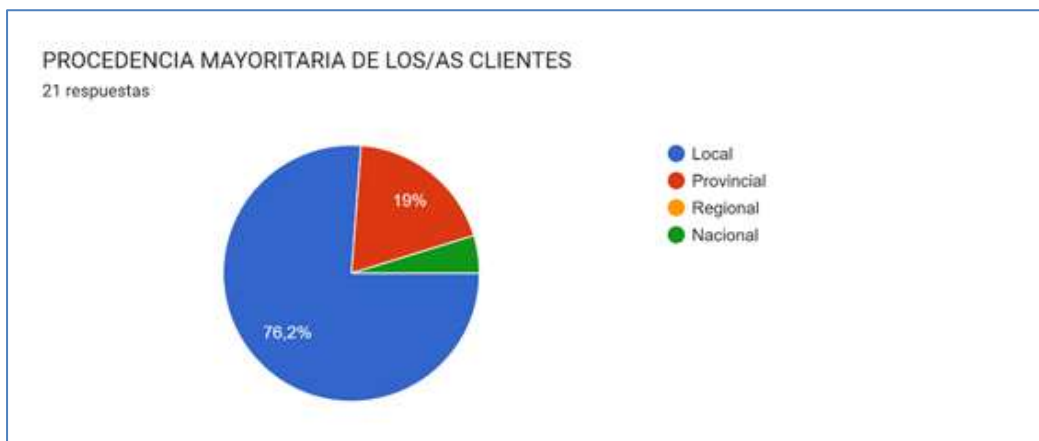
Para profundizar en el análisis de la demanda comercial desde el punto de vista local, en el cuestionario que se ha realizado a los comercios de Adra para conocer la situación del sector comercial del municipio, algunas preguntas iban dirigidas a conocer mejor el tipo de clientes, su procedencia y el gasto medio que efectúan los clientes en sus negocios.

PERFIL PRINCIPAL DE LOS/AS CLIENTES



Los comerciantes estiman que el 60% de sus clientes son familias y el 20% son personas jóvenes. En menor porcentaje han respondido que sus clientes principales son vecinos y municipios cercanos, personas de todas las edades, empresas y todo tipo de clientes.

PROCEDENCIA MAYORITARIA DE LOS/AS CLIENTES



Según los comerciantes, el 76,2% de sus clientes son locales, el 19% de la provincia y un 4,8% del resto de España.

GASTO MEDIO POR CLIENTE

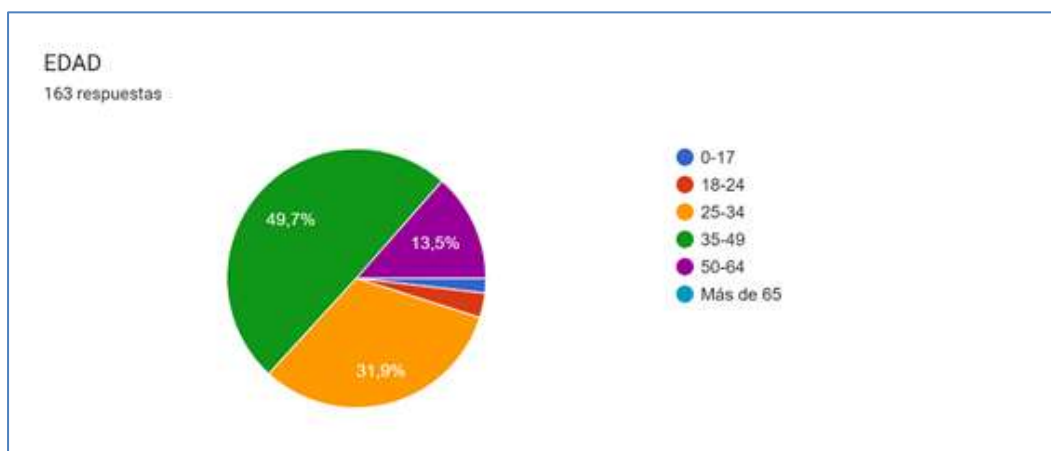
GASTO MEDIO POR CLIENTE	Nº DE RESPUESTAS
10 euros	3
15 euros	1
20 euros	1
30 euros	1
40 euros	1
20-50 euros	1
100 euros	1
200 euros	1
500 euros	1
Variable	2

Predominan las compras en torno a los 10 euros, y el 60% de las compras son inferiores a los 50 euros. Un 15% de las compras sobrepasa los 100 euros.

Por otra parte, para complementar el análisis de la demanda comercial, se ha difundido a través de las redes sociales un cuestionario para conocer mejor los hábitos de compra y consumo de las personas que efectivamente compran en el comercio local. Este cuestionario lo han completado 163 personas.

En primer lugar, el perfil de los ciudadanos que ha rellenado la encuesta es el siguiente:

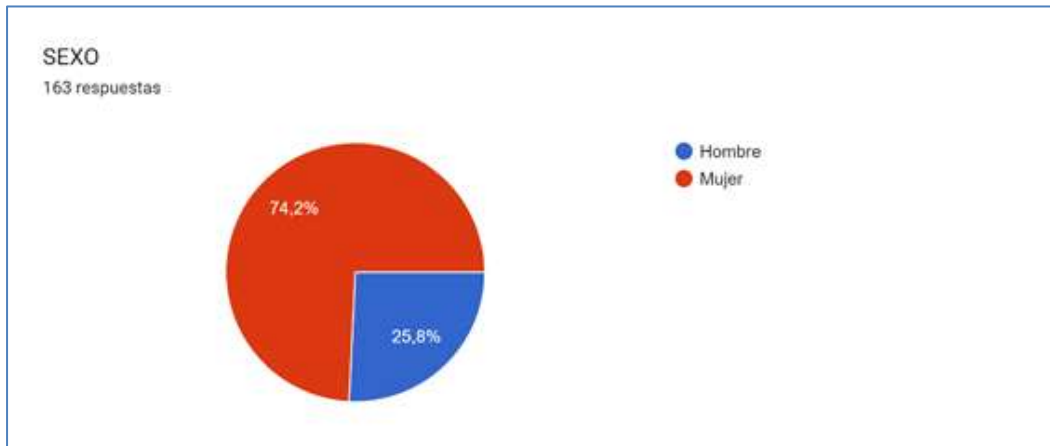
EDAD



El cuestionario lo han rellenado principalmente personas entre 35 y 49 años (el 49,7%), seguido de las personas entre 25-34 (el 31,9%) y entre 50-64 años (el 13,5%).

La pirámide de población de Adra muestra que el mayor número de habitantes se sitúa entre los 30 y los 39 años, por lo que creemos que la edad de las personas que responden al cuestionario es coincidente y representativa del total de población de Adra.

SEXO



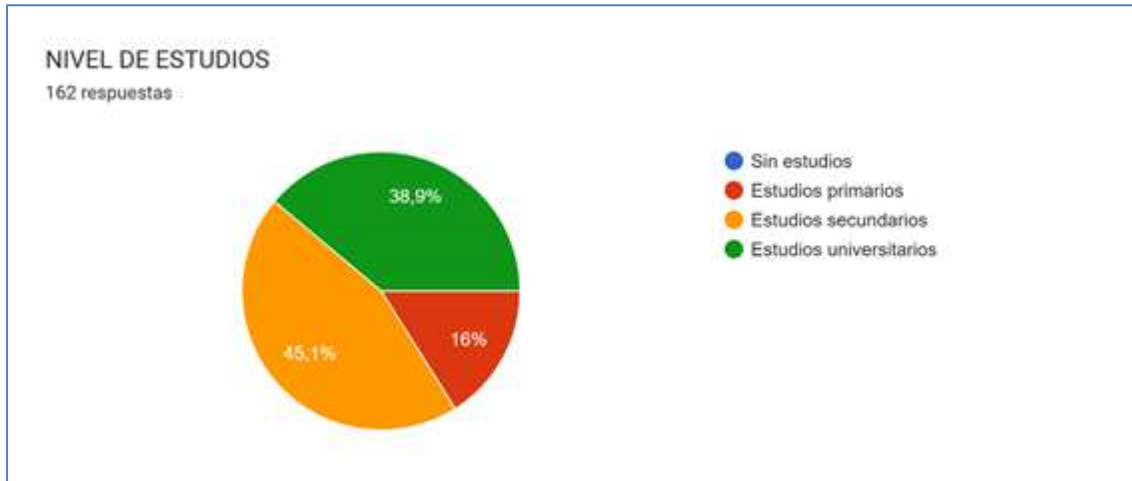
La participación de las mujeres en el cuestionario es claramente superior a la de los hombres. De cada 4 personas que han respondido a la encuesta, 3 son mujeres.

SITUACIÓN LABORAL



En cuanto a la situación laboral de las personas que responden el cuestionario, el 54,7% están trabajando por cuenta ajena, el 24,2% en desempleo y el 21,1% están trabajando por cuenta propia, por lo que tenemos una importante representación tanto de asalariados/as como de desempleados/as y empresarios/as.

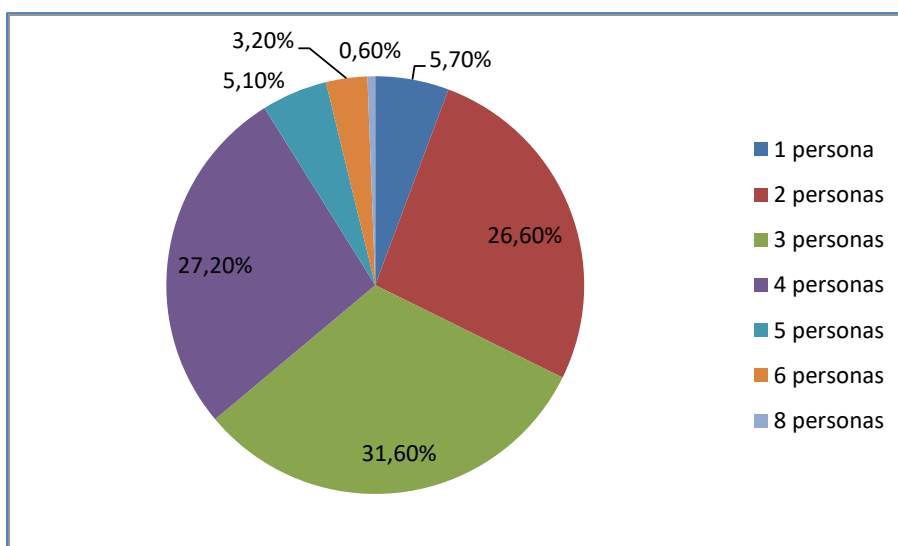
NIVEL DE ESTUDIOS



Respecto al nivel de estudios, el 45,1% de las personas que responden la encuesta tienen estudios secundarios, el 38,9% tiene estudios universitarios y el 16% tiene estudios primarios.

Las personas que responden al cuestionario tienen un nivel de estudios superior al de la media del municipio.

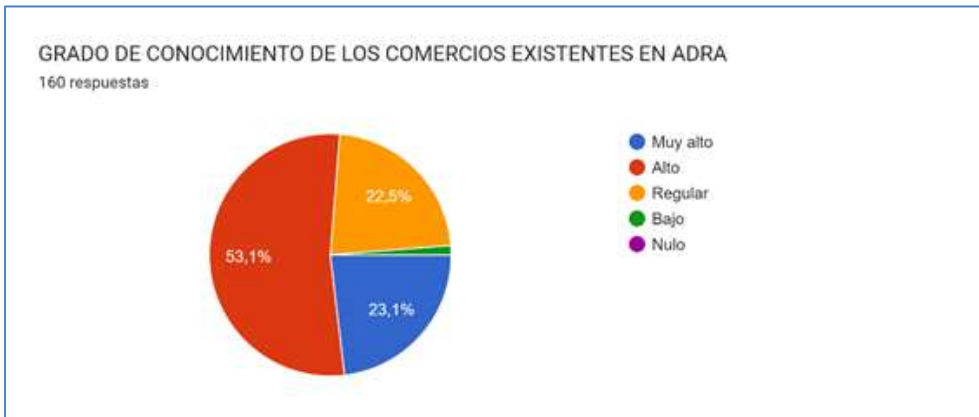
NÚMERO DE PERSONAS QUE VIVEN EN EL HOGAR



En cuanto al número de personas que viven en el hogar, en el 31,6% viven 3 personas, en el 27,2% 4 personas, en el 26,6% 2 personas, en el 5,7% 1 persona, en el 5,1% 5 personas, en el 3,2% 6 personas y, finalmente, en el 0,6% 8 personas.

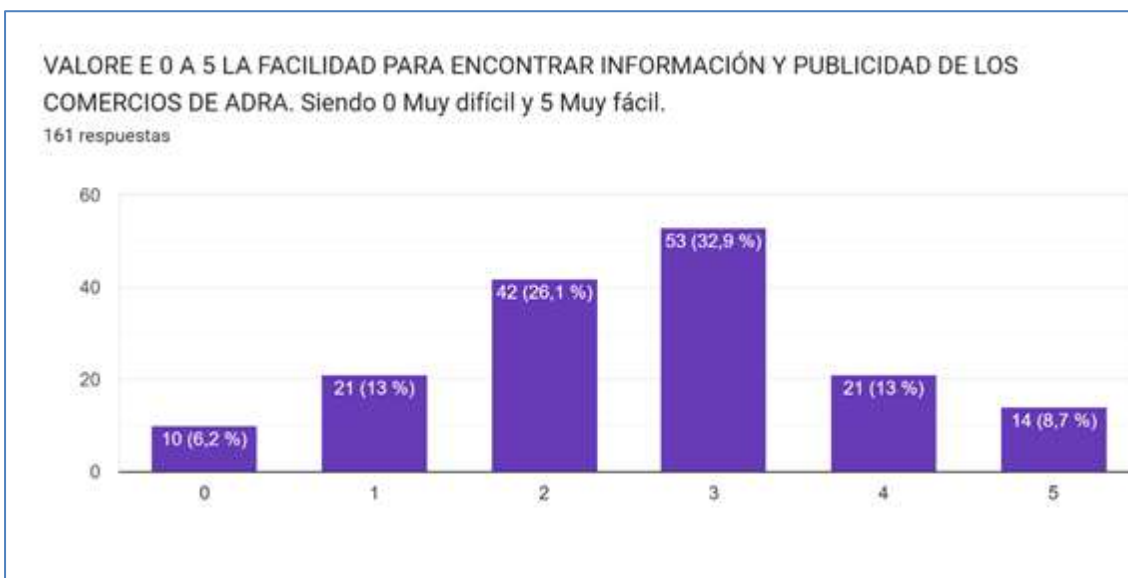
Estos datos se corresponden con el tamaño medio de los hogares en Adra, aunque están menos representados en la encuesta que en la realidad de Adra los hogares de 1 sólo miembro, que suponen el 17,4% de hogares del municipio.

GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS COMERCIOS EXISTENTES EN ADRA



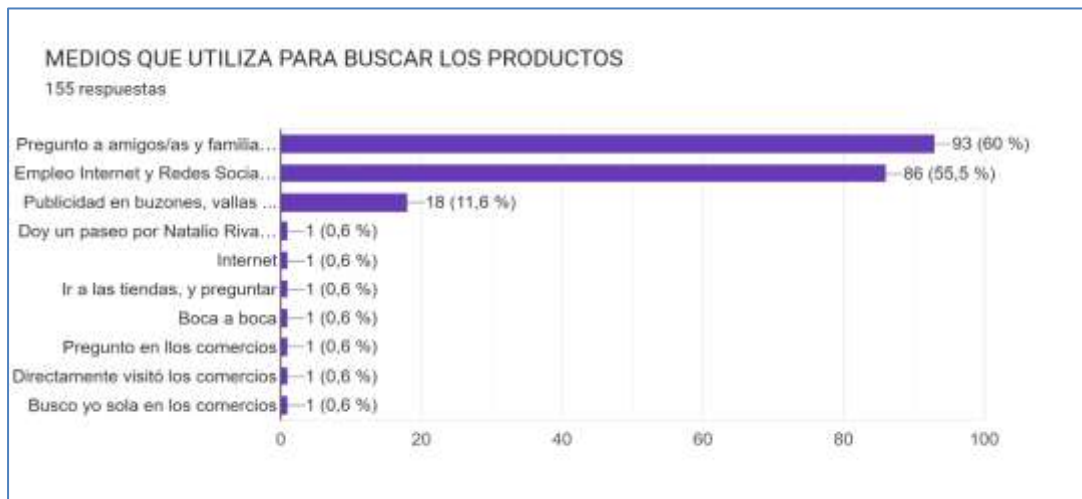
El 53,1% de los encuestados manifiesta que su grado de conocimiento de los comercios existentes en Adra es “alto”; el 23,1% afirma que su grado de conocimiento es “muy alto” y el 22,5% que “regular”. Por tanto, 3 de 5 encuestados declaran que su grado de conocimiento de los comercios existentes es “alto” o “muy alto”.

FACILIDAD PARA ENCONTRAR INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS COMERCIOS DE ADRA



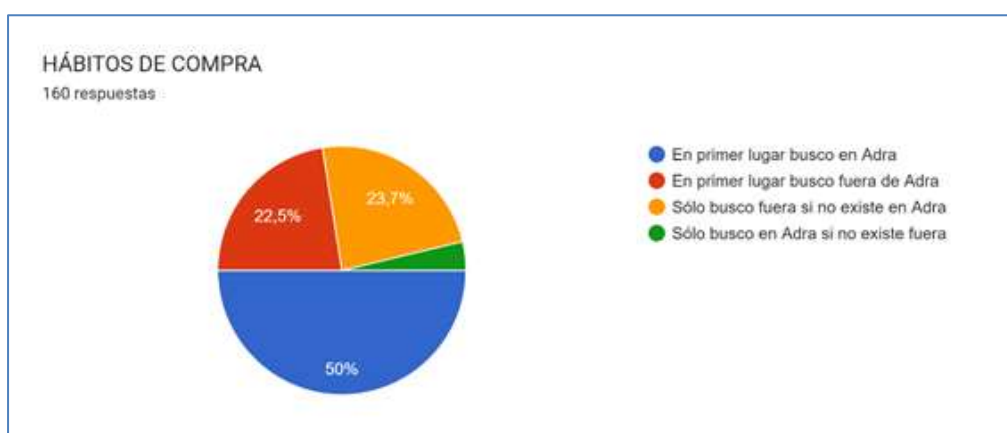
Las respuestas a esta pregunta se sitúan en un término intermedio, es decir, los ciudadanos valoran que la facilidad para encontrar información y publicidad de los comercios de Adra no es ni muy difícil ni muy fácil.

MEDIOS QUE UTILIZA PARA BUSCAR LOS PRODUCTOS



Respecto a los medios que utilizan los encuestados para buscar los productos, se ofrecía una respuesta con la posibilidad de elegir varias opciones. **Las vías más utilizadas para buscar los productos en Adra son preguntar a amigos y familiares y a través de Internet y las redes sociales.** Menos utilizada es la vía de la publicidad en buzos, vallas, etc.

HÁBITOS DE COMPRA



Centrándonos ya en los hábitos de compra, **un 50% de los encuestados manifiesta que, para sus compras, en primer lugar, buscan en Adra; un 23,7% compra fuera sólo si no existe en Adra, y un 22,5% compra, en primer lugar, fuera de Adra.**

El Plan de Comercio deberá buscar vías para fidelizar al cliente que ya compra, ampliar su variedad para aquellos que no encuentran lo que buscan en Adra y, por otra parte, atraer a aquellos que en primer lugar compran fuera del comercio del municipio.

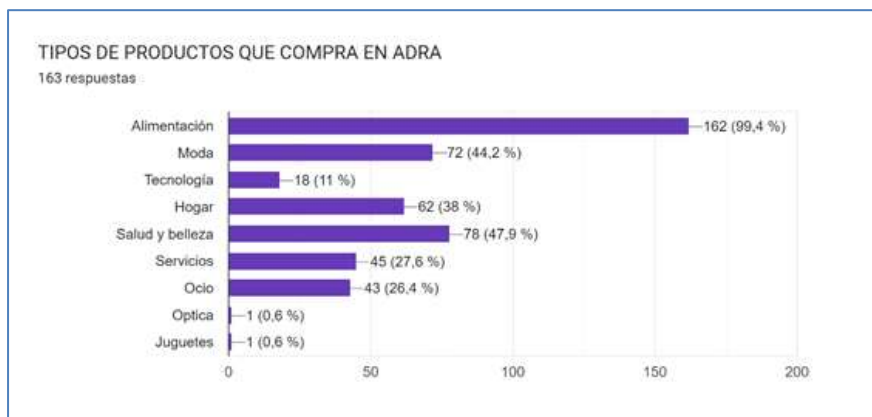
VOLUMEN DE COMPRAS EFECTUADAS EN ADRA



En cuanto al volumen de compras efectuadas en Adra, el 35,3% realiza “muchas compras” en el municipio; el 33,7% “en torno a la mitad”, el 23,3% realiza “pocas compras” y el 7,4% “todas las compras”.

Por tanto, podemos concluir que **un 43% realiza muchas o todas las compras en Adra, el 34% la mitad de las compras y un 23% pocas compras.**

TIPOS DE PRODUCTOS QUE COMPRA EN ADRA



Los principales productos que se compran en Adra son, por este orden: alimentación, salud y belleza, moda, hogar, servicios, ocio, tecnología, óptica y juguetes.

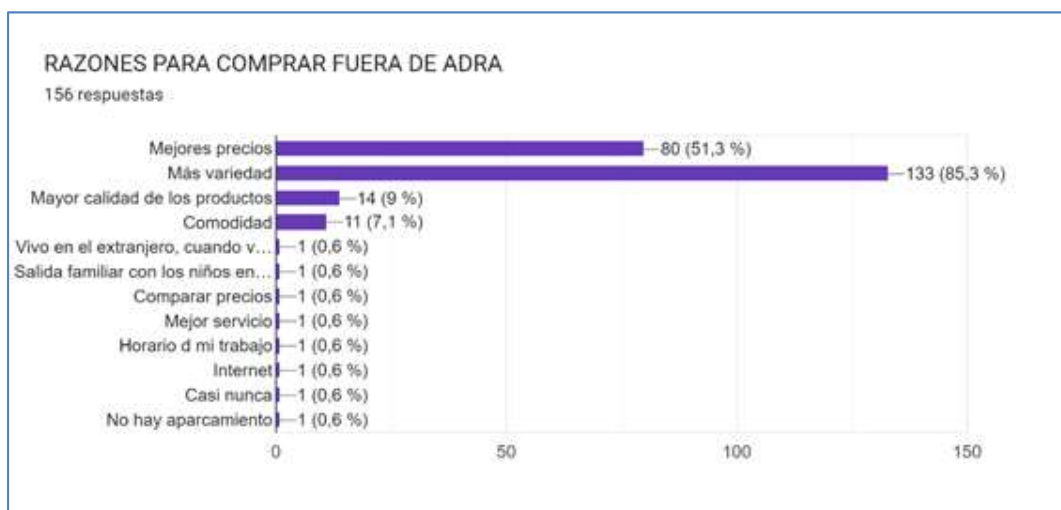
PRINCIPALES DESVENTAJAS DE COMPRAR FUERA DE ADRA



Los encuestados señalan que las principales desventajas de comprar fuera de Adra son los gastos de desplazamiento, el tiempo empleado en las compras, los problemas derivados de las devoluciones de productos y el trato poco personalizado.

Por tanto, la apuesta de los comercios de Adra por un trato personalizado y un servicio postventa de calidad influye en la captación y fidelización de los clientes del municipio.

RAZONES PARA COMPRAR FUERA DE ADRA



Las **razones para comprar fuera de Adra son, principalmente, que fuera encuentran más variedad de productos**. También se señala **los mejores precios** como una de las principales razones. Otras razones esgrimidas por los encuestados son **la mayor calidad de los productos de fuera y la mayor comodidad para comprar fuera del municipio**.

¿QUÉ TIPO DE ARTÍCULOS NO ENCUENTRA EN ADRA?

Profundizamos en la primera causa que citan los encuestados para comprar fuera de Adra que, como veíamos anteriormente, es que encuentran más variedad de productos.

Se ha preguntado a los encuestados qué tipo de artículos no encuentra en Adra, y las respuestas son diversas. Si tratamos de agrupar las respuestas en tipos de productos, vemos que **los abderitanos echan en falta especialmente, en primer lugar, productos de ropa, calzado y moda. También falta variedad en la oferta de ocio (ocio infantil, cine, bolera, etc.), productos tecnológicos, informáticos y electrónicos, productos del hogar y electrodomésticos**.

ARTÍCULOS QUE LOS CLIENTES NO ENCUENTRAN EN LA OFERTA COMERCIAL DE ADRA	
TEMÁTICA	RESPUESTAS DEPURADAS
ROPA, CALZADO Y MODA	<ul style="list-style-type: none"> - Ropa y moda: hombre, joven, niño, adolescente, mujer, ropa de marca, ropa de tallas grandes, ropa infantil de diario, franquicias de ropa, complementos - Zapaterías, zapaterías para niños - Ropa más económica, más variada, de mejor calidad-precio
OCIO	<ul style="list-style-type: none"> - Ocio cultural, ocio para niños, ocio juvenil - Cine, bolera, teatro, conciertos - Restaurantes de comida rápida, italiana
TECNOLOGÍA, ELECTRÓNICA Y ARTÍCULOS INFORMÁTICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnología - Productos electrónicos y artículos de informática
OTROS	<ul style="list-style-type: none"> - Hogar, decoración, menaje, tienda de lámparas - Electrodomésticos - Jugueterías, música, prensa - Productos específicos en alergias alimentarias, productos gourmet (queso y salazones), pescado en horario de tarde, pastelerías - Salud y belleza - Artículos de deporte, de caza, de pesca - Concesionarios de coches y motos - Plazas hoteleras - No encuentro casi nada, la oferta es muy limitada, poca variedad, horarios más amplios

En el apartado 1.3. RACIONALIDAD Y EQUILIBRIO COMERCIAL MUNICIPAL profundizaremos en los desajustes entre la oferta y la demanda comercial, identificando nichos de mercado no cubiertos por el sector comercial de Adra.

1.2.3. EL PERFIL DEL COMERCIANTE, EMPLEO Y EL EMPRENDIMIENTO EN EL SECTOR

Conocer el perfil de los comerciantes y personas que trabajan en el sector comercial de Adra es una buena forma de entender sus necesidades y la realidad actual. Para ello, en el marco de la elaboración de este Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra, se ha realizado un cuestionario a los comerciantes del municipio, con objeto de tener información sobre su actividad y su situación profesional (ver cuestionario en el Anexo I).

El cuestionario, formado por 29 preguntas, ha sido completado por 21 comercios del municipio, que para este apartado concreto nos ha permitido obtener la siguiente información:

AÑOS DE ANTIGÜEDAD EN EL NEGOCIO

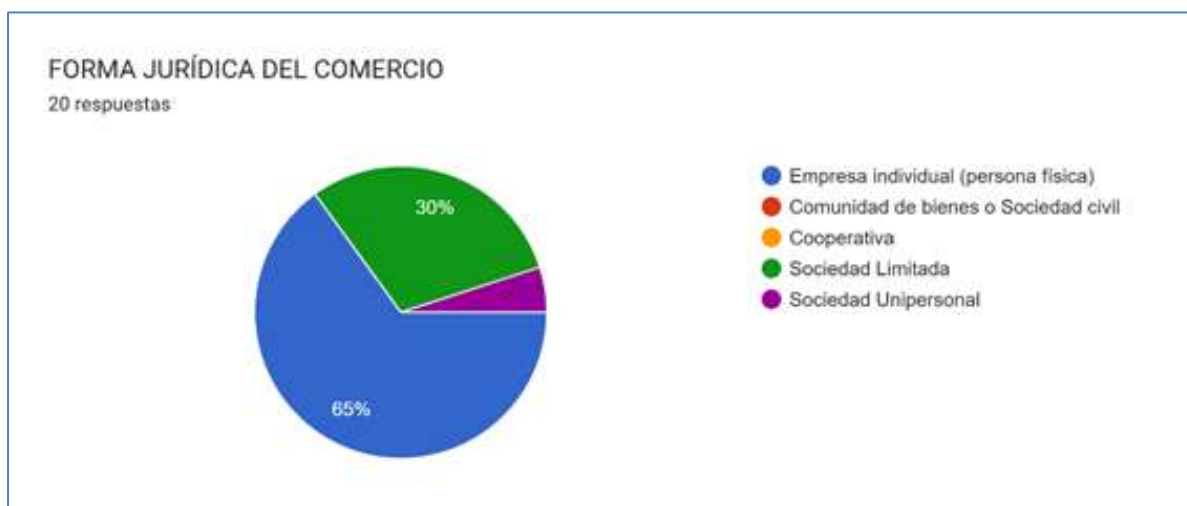
Las respuestas han sido muy variopintas, pero la mayoría de los negocios tienen una antigüedad superior a los 15 años, y algunos negocios superan los 60 años. La mayoría son negocios tradicionales con muchos años de antigüedad.

TIPO DE ACTIVIDAD QUE REALIZA EL COMERCIO



Los 21 comercios que han rellenado la encuesta son principalmente del sector “moda/textil” (el 38,1%), seguido de “servicios” y “otros” (un 23,8% cada uno). El sector “hogar” y el sector “salud y belleza” representan un 9,5% y el sector “alimentación” y “tecnología” un 4,5% cada uno.

FORMA JURÍDICA DEL COMERCIO



El 65% de las empresas que han rellenado la encuesta son empresas individuales (personas físicas), y el 35% restantes son sociedades limitadas (el cuestionario permitía rellenar “otros”, por lo que hay una respuesta de “sociedad unipersonal” que en realidad se corresponde con una sociedad limitada unipersonal).

En el municipio, el porcentaje de personas físicas es del 80%, por un 15% de sociedades limitadas, por lo que vemos que hay mayor representación de sociedades limitadas en las respuestas a los cuestionarios de la que existe en el municipio. El resto de formas jurídicas en el municipio son minoritarias, tal como se ha reflejado en los resultados del cuestionario.

NÚMERO DE TRABAJADORES EN EL NEGOCIO

En cuanto al número de trabajadores en el negocio, el 43% de los comercios participantes en el cuestionario sólo tiene 1 persona al frente del negocio, y el 95,3% tiene menos de 5 trabajadores (uno de los comercios participantes tiene 14 trabajadores). Estos datos concuerdan con el análisis que se hizo anteriormente de establecimientos según tramo de empleo asociado, donde el 56% de los establecimientos no tenían asalariados y el 92% tenían menos de 5 asalariados.

NÚMERO ESTABLECIMIENTOS, TIENDAS O CENTROS DE TRABAJO

En cuanto al número de establecimientos, tiendas o centros de trabajo, el 95% sólo tiene un establecimiento; el 5% restante tiene dos establecimientos.

ZONA COMERCIAL EN LA QUE SE ENCUENTRA EL NEGOCIO

De los resultados de la encuesta, vemos que los participantes en el cuestionario son empresas ubicadas en el núcleo urbano de la ciudad (en el centro).

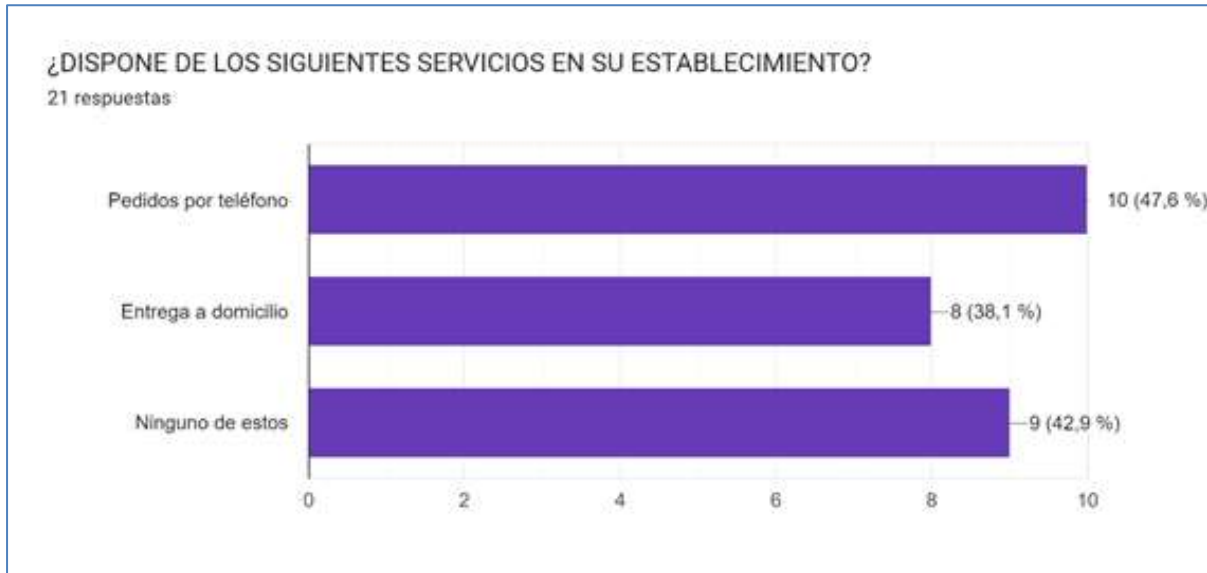
MEDIOS UTILIZADOS PARA PROMOCIONAR SU COMERCIO



En cuanto a los medios utilizados para promocionar su comercio, se planteó una pregunta con múltiples respuestas en las que se podía elegir varias, por lo que los resultados muestran que **el 95% utiliza redes sociales**, el 10% utiliza página Web propia, el 5% publicidad en buzones, vallas, etc., el 5% en prensa o revistas especiales, el 5% manifiesta que los medios utilizados para promocionar sus comercio son “su propio trabajo” y el 5% no utiliza ningún medio.

Resulta interesante comprobar cómo los comercios de Adra utilizan de forma mayoritaria las redes sociales para promocionar su negocio. Dado que ya utilizan las redes sociales, seguramente sea interesante introducir en el Plan algunos talleres formativos para incrementar el aprovechamiento de estas redes sociales por parte de los comerciantes.

SERVICIOS DE LOS QUE DISPONE EL ESTABLECIMIENTO



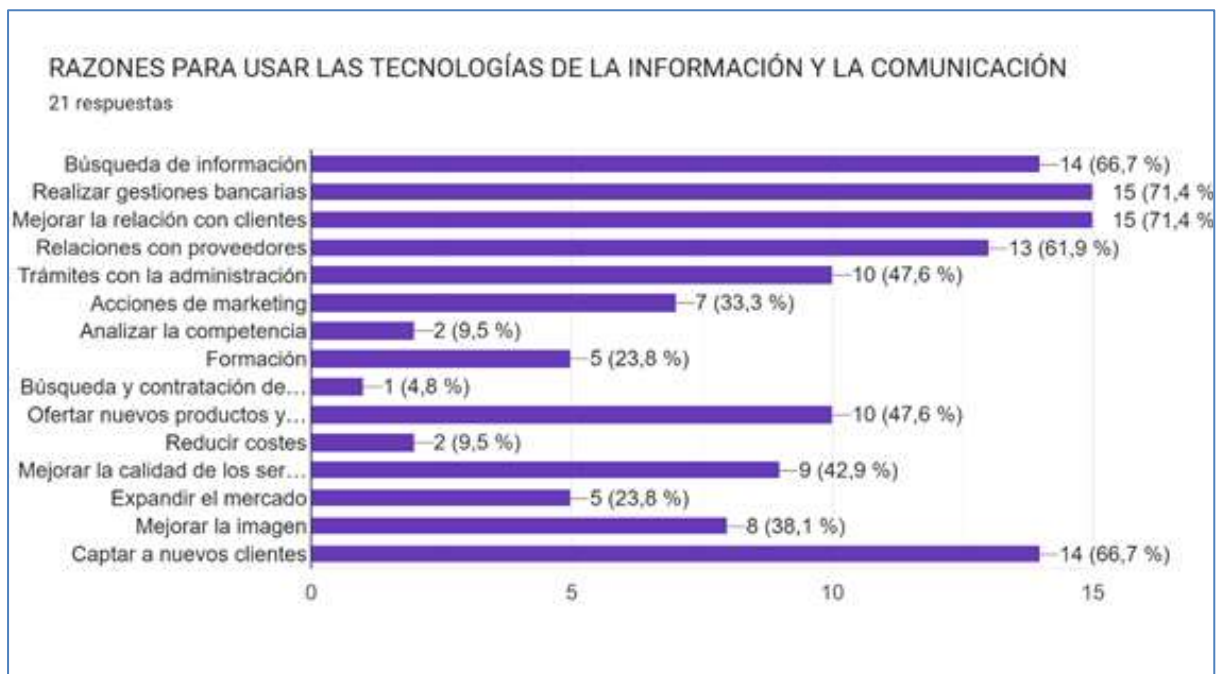
El 47,6% de los comerciantes que han rellenado la encuesta manifiestan que disponen del servicio de pedidos por teléfono, y el 38,1% dispone de entrega a domicilio. Sin embargo, el 42,9% manifiesta que no realiza ni entregas a domicilio ni atiende pedidos por teléfono.

UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



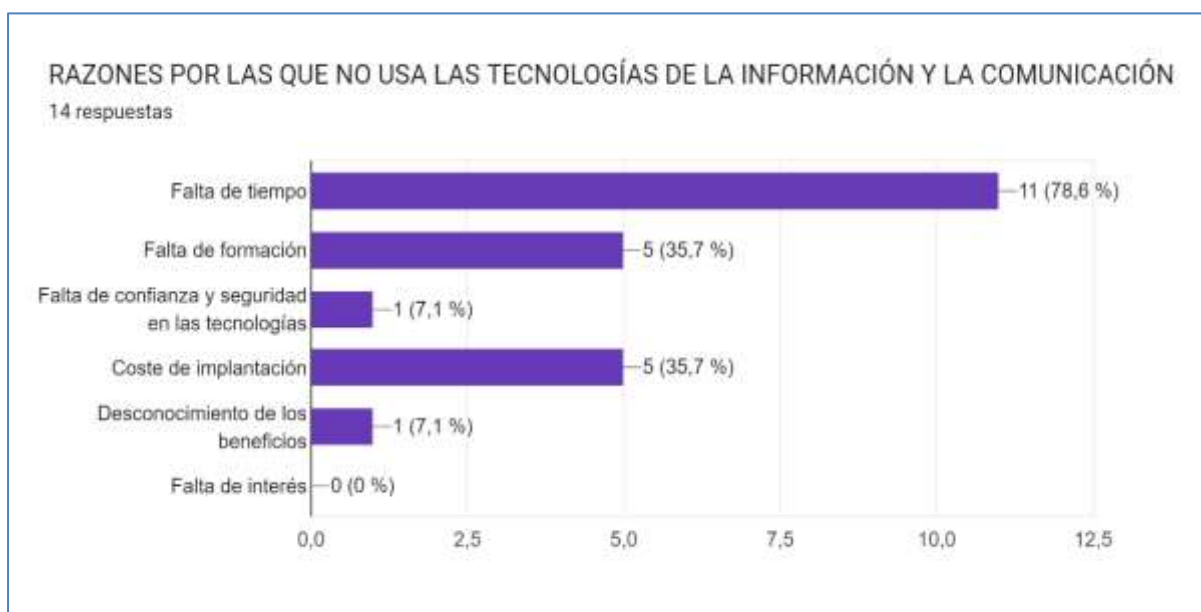
En cuanto a la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, el 38,1% manifiesta que las usa “algunas veces”, el 28,6% “diariamente”, otro 28,6% “de forma frecuente”, y el 4,7% “raras veces”. Es positivo que el 57,2% utilice las TIC diariamente o de forma frecuente.

RAZONES PARA USAR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN



Las principales razones para utilizar las TIC son: realizar gestiones bancarias (el 71,4%), mejorar la relación con los clientes (el 71,4%), buscar información (el 66,7%), captar a nuevos clientes (el 66,7%) y relaciones con proveedores (el 61,9%).

RAZONES PARA NO USAR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN



Y, por otro lado, aquellos que no usan las TIC alegan como razones la falta de tiempo (el 78,6%), falta de formación (el 35,7%) y el coste de implantación (el 35,8%). Con estos resultados, el Plan de Comercio debería incluir alguna actividad para realizar formación en TIC a los comercios que lo necesitaran.

APLICACIONES QUE UTILIZA A MENUDO EN SU NEGOCIO



Las aplicaciones o herramientas más usadas por los comerciantes son: **Internet (el 100%)**, **ordenador y TPV (el 95,2%)**, **red inalámbrica Wifi (el 90,5%)** y **datafono (el 66,7%)**. Otras herramientas como PDA, correo electrónico, centralita telefónica y fax apenas son utilizados por los comerciantes.

1.3. RACIONALIDAD Y EQUILIBRIO COMERCIAL MUNICIPAL

1.3.1. DESAJUSTES ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA COMERCIAL DEL MUNICIPIO

En este apartado trataremos de identificar desajustes entre la oferta y la demanda comercial del municipio.

Por una parte, nos vamos a basar en las encuestas realizadas a los ciudadanos donde han identificado claramente que echan en falta especialmente, en primer lugar, productos de ropa,

calzado y moda. También falta variedad en la oferta de ocio (ocio infantil, cine, bolera, etc.), productos tecnológicos informáticos y electrónicos, productos del hogar y electrodomésticos.

Vamos a ir analizando con más detalle cada uno de estos subsectores:

ROPA, MODA Y CALZADO

Es el principal desajuste encontrado entre la oferta y la demanda comercial en el municipio. **Gran parte de las respuestas de los ciudadanos de Adra reclaman una mayor variedad de tiendas de ropa, moda y calzado.**

Sin embargo, **el problema detectado no es que no haya tiendas de ropa, sino que hay poca variedad para elegir en los diferentes segmentos de clientes, así como en productos más especializados.**

Los encuestados han mencionado que hay desajustes en los siguientes subsectores dentro del sector de la ropa, moda y calzado: **ropa de niño, ropa juvenil, ropa de mujer, zapatería para niños, ropa de marca, ropa más económica y con mejor relación calidad-precio, franquicias de moda, zapatería infantil, moda masculina y ropa de tallas grandes.**

Cabe resaltar especialmente el desajuste comercial detectado en **ropa y calzado infantil**, que es demandado especialmente por los ciudadanos de Adra.

OCIO

Muchas de las respuestas al cuestionario a los consumidores de Adra reflejan **la necesidad de una mayor oferta de ocio. Así, reclaman ocio cultural (cine, teatros, conciertos, etc.), ocio para jóvenes y ocio infantil. Destaca especialmente la escasa oferta de ocio infantil y varias respuestas también muestran el interés de los ciudadanos por disponer en Adra de un cine y una bolera.**

TECNOLOGÍA, ELECTRÓNICA Y PRODUCTOS INFORMÁTICOS

La encuesta también refleja **la poca oferta comercial del municipio en productos relacionados con la tecnología y la electrónica y los artículos informáticos.**

HOGAR Y ELECTRODOMÉSTICOS

Otro de los **desajustes entre oferta y demanda comercial detectados en el municipio son los productos del hogar (decoración, mobiliario, menaje) y los electrodomésticos**. Varias de las personas encuestadas han señalado los electrodomésticos como uno de los productos donde la oferta comercial de Adra es insuficiente.

PRODUCTOS INFANTILES

Aunque ya se ha comentado en otros subsectores, cabe destacar que **se ha detectado un gran desajuste respecto a los productos dirigidos al público infantil, ya sea ropa, calzado, ocio y juguetería**.

PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN ESPECIALIZADOS

Aunque **parece que en cuanto a alimentación sí hay una oferta suficiente en el sector comercial de Adra, sí se demandan productos específicos, como alimentos para personas con alergias alimentarias, encontrar pescado por la tarde, productos gourmet (quesos, salazones, etc.)**.

Además, aunque no se trate de un producto de alimentación propiamente dicho, se ha mencionado en las encuestas **la poca oferta pastelerías** en el municipio.

PRODUCTOS DEPORTIVOS

Algunos encuestados han señalado **la falta de oferta en artículos de deporte, señalando específicamente la caza y la pesca**.

OTROS PRODUCTOS

Otros productos en los que se detecta poca oferta comercial es **prensa, concesionarios de coches y motos, tiendas de música e incluso se ha señalado la poca oferta hostelera** que hay en el municipio.

Para completar este estudio, vamos a utilizar el banco de proyectos de Andalucía Emprende, organismo de la Junta de Andalucía que presta apoyo a los emprendedores y empresas de toda Andalucía, y que cuenta con un Centro en Adra, el CADE de Adra.

El banco de proyectos es un catálogo de oportunidades de negocio en una zona concreta o en municipios donde una actividad puede tener mayores oportunidades de éxito. Así, en este banco de proyecto se han detectado los siguientes nichos de mercado en el sector comercial para el municipio de Adra.

Para cada uno de estos nichos de mercado se indica el grado de idoneidad para su puesta en marcha en el municipio de Adra.

NICHOS DE MERCADO EN EL SECTOR COMERCIAL DETECTADOS EN ADRA	
ACTIVIDAD	GRADO DE IDONEIDAD
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comercio al mayor de productos de confitería ➤ Tienda de productos gourmet ➤ Tienda de productos informáticos ➤ Tienda de telefonía móvil y accesorios ➤ Asesor comercial de telecomunicaciones ➤ Tienda de equipos de música, vídeo y TV 	MUY ALTA
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Concesionario oficial de automóviles ➤ Concesionario multimarca de automóviles ➤ Tienda de recambios para el automóvil ➤ Concesionario oficial de motocicletas ➤ Concesionario multimarca de motocicletas ➤ Mantenimiento y reparación de motocicletas ➤ Distribuidor de productos de cosmética ➤ Tienda de alimentación y de alimentación ecológica ➤ Tienda de artículos de regalos ➤ Frutería, frutería ecológica ➤ Carnicería, pescadería ➤ Tienda de productos congelados ➤ Tienda de productos dietéticos y nutricionales ➤ Tienda de chucherías ➤ Distribución y venta de hielo ➤ Librería, papelería ➤ Tienda de artículos de deportes náuticos ➤ Tienda de artículos de pesca ➤ Juguetería ➤ Tienda de manualidades ➤ Tienda de ropa, de ropa de señora, de ropa de caballero, de ropa infantil, de ropa juvenil ➤ Tienda de lencería y corsetería ➤ Tienda de ropa de tallas especiales ➤ Zapatería, zapatería infantil, de zapatos deportivos ➤ Tienda de bolsos y complementos ➤ Parafarmacia ➤ Óptica 	ALTA

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ortopedia ➤ Perfumería ➤ Tienda de artículos de cosmética, de cosmética natural y ecológica ➤ Tienda de mascotas ➤ Floristería y jardinería ➤ Semillería ➤ Establecimiento de venta de relojes ➤ Establecimiento de joyería y bisutería ➤ Complementos y accesorios para celebraciones ➤ Tienda de artículos de decoración ➤ Establecimiento de venta de automóviles usados ➤ Establecimiento de venta de motocicletas usadas ➤ Venta de artículos especializados por Internet ➤ Venta de moda por Internet 	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantenimiento y reparación de automóviles ➤ Taller de chapa y pintura ➤ Mecánica rápida para el automóvil ➤ Carnicería Halal ➤ Gasolinera ➤ Tienda de electrodomésticos ➤ Tienda de muebles, de sofás, de lámparas, de cuadros ➤ Churrería, churrería ambulante ➤ Comida a domicilio 	MEDIA

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del Banco de proyectos de Andalucía Emprende (Junta de Andalucía) para el municipio de Adra (<http://www.bancodeproyectos.andaluciaemprende.es/mapa>)

Como se puede comprobar, muchos de los nichos aquí comentados (tiendas de ropa especializada, productos informáticos, etc.) coinciden con los detectados a través de la encuesta.

Según el estudio realizado por la Junta de Andalucía, **los subsectores que ofrecen mayores oportunidades de éxito a los potenciales emprendedores, al ser subsectores subrepresentados en el municipio son: comercio al por mayor de productos de confitería, tienda de productos gourmet, tienda de productos informáticos, tienda de telefonía móvil y accesorios, asesor comercial de telecomunicaciones y tienda de equipos de música, vídeo y TV.**

1.3.2. ZONAS INFRADOTADAS COMERCIALMENTE

Este análisis del equilibrio comercial en Adra se completa con la identificación de todas las zonas o barrios que no tienen una dotación comercial de proximidad suficiente.

El sector comercial de Adra está concentrado en la zona que conforma el centro comercial urbano, entre la calle Natalio Rivas y el puerto deportivo. Por tanto, el resto de zonas no tienen el mismo

nivel de accesibilidad a comercios y, por tanto, son zonas no abastecidas suficientemente por la oferta comercial actual.

Las zonas infradotadas comercialmente localizadas en el municipio de Adra son las siguientes:

Casco histórico:

Ocupa el sector noreste de la ciudad, con terrenos de mayor pendiente. Se trata de un entramado de edificaciones muy compactas, que responden a un modelo antiguo de ciudad medieval, amurallada y cerrada al exterior; que tiende a aprovechar el máximo espacio posible y se caracteriza por sus edificaciones de menor altura (una o dos plantas), viviendas unifamiliares en la mayoría de los casos, y por su difícil accesibilidad, al tratarse de calles estrechas con pronunciadas pendientes.

Zona situada al norte de la calle Natalio Rivas:

Es la zona inmediatamente próxima al casco antiguo cuyo trazado está formado por vías perpendiculares que se cortan entre sí. Destaca una incipiente edificación en altura y una distribución del espacio mucho más regular, muy diferente al centro de la ciudad.

Zona de la Cuesta del Faro:

Se encuentra en una zona más descongestionada que el centro histórico, más retirada del centro y con un paisaje urbano distinto, del tipo ciudad-jardín. Son viviendas unifamiliares de baja altura y rodeadas de zonas verdes

Zona comprendida entre la Avenida de Poniente y la Cuesta del Faro:

Esta zona, aunque está alejada del casco antiguo, goza de muy buena comunicación. En su interior se ubican bloques de pisos multifamiliares de mediana altura, aunque hay muchos vacíos entre ellos. Esta zona es la que está experimentando un mayor crecimiento en Adra actualmente, pese a ser terrenos de pendientes elevadas.

Zona localizada en las cercanías del cementerio:

La zona que localiza en las cercanías del cementerio, al noreste del casco histórico, es la parte más deprimida de Adra. Las viviendas son más humildes y la calidad del espacio urbano bastante inferior a la del resto.

Por otra parte, el resto de núcleos urbanos existentes en el municipio de Adra también son zonas infradotadas comercialmente. Cabe destacar que los núcleos urbanos de El Puente del Río y La Curva, y el espacio comprendido entre ambos sí tiene cierta dotación comercial, pero poco especializada. Destaca la presencia de negocios de restauración, talleres de reparación de vehículos y otros negocios de automoción y tiendas de muebles y grandes almacenes en la zona del Polígono Industrial.

1.4. COMERCIO Y URBANISMO

1.4.1. ANÁLISIS DEL URBANISMO COMERCIAL

- Delimitación de zonas dentro de la trama urbana del municipio:

En términos generales, tal como se contempló en el Análisis del Contexto Territorial de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado (EDUSI) de Adra, dentro de la trama urbana del municipio de Adra se identifican distintas zonas clave, que son:

- Red Policéntrica de los 20 núcleos urbanos del municipio
- Espacio Agroindustrial: Zona agraria y de Invernaderos
- Centro Urbano: Principales espacio económico de comercio y servicios de la ciudad
- Espacio Turístico: Playas, puerto y Patrimonio Turístico y Ambiental del municipio, dentro del Poniente Almeriense

A continuación, analizaremos brevemente cada una de estas zonas:

RED POLICÉNTRICA

Se distinguen dos zonas que canalizan prácticamente la totalidad del comercio. Una es el propio núcleo urbano de Adra, y otra, la zona donde se encuentran los núcleos de Puente del Río, La Curva y Cuatro Higueras.

Cabe destacar que, tal y como se analizó anteriormente en el apartado de contextualización general del territorio, el municipio de Adra cuenta con 20 núcleos de población ubicados a lo largo de toda la extensión de su término municipal. Esta casuística hace que las políticas municipales deban prestar especial interés a cuestiones tales como la comunicación entre núcleos, el desarrollo y la prestación de servicios de forma equitativa, etc.

Sin embargo, en el ámbito de este estudio de análisis, hay que señalar que, a excepción de La Curva, Puente del Río y Las Cuatro Higueras, que representan el 7,44%, 7,09% y 1,01% respecto del total de la población del municipio, los demás núcleos urbanos están constituidos por menos del 1% de la población restante, y que el 0,86% de los habitantes de Adra viven en diseminados. Así, el 80% de la población se concentra en el núcleo urbano de Adra, origen del municipio y principal lugar de atracción comercial de la población del municipio.

Por tanto, **la ciudad de Adra es la que atrae a más volumen de consumidores debido a la concentración de comercios y servicios y a su propia ubicación dentro del municipio.** Situada en la costa, cuenta con un puerto que juega un papel importante en la economía municipal. La localidad, cuya superficie urbana es de 168,24 Ha (lo cual representa sólo el 1,85% de la superficie total del término municipal), limita al norte y al este con la vega del río Adra, y se encuentra rodeada en su totalidad por los cultivos bajo plásticos, que impiden su crecimiento. A pesar de esto, **buena parte de su atractivo comercial radica en su situación estratégica, al emplazarse en el eje de la Autovía del Mediterráneo que empieza en Algeciras y finaliza en Barcelona.**

La otra zona de mayor crecimiento comercial urbano (la zona donde se encuentran los núcleos de Puente del Río, La Curva y Cuatro Higueras), ha experimentado cambios sustanciales en los últimos años. Actualmente, los núcleos de Puente del Río, La Curva y Cuatro Higueras, situados al este del término municipal, conforman un único núcleo urbano. Al visualizar un mapa, apenas se aprecian los límites de cada uno de ellos, sobre todo, entre La Curva y Cuatro Higueras. En sus proximidades se están creando nuevas áreas de cultivo intensivo, a lo que se une la existencia de la industria de transformación agroalimentaria ubicada allí y **la creación de nuevas instalaciones de centros comerciales y de hipermercados construidos a lo largo de la antigua N-340, que une estos núcleos con la ciudad de Adra.** El límite entre Puente del Río y La Curva viene dado por el río Adra que los separa.

Estos núcleos al igual que Adra, gozan de una localización estratégica al situarse en el eje de la Autovía del Mediterráneo, lo que unido al factor económico explica la actual expansión que están experimentando. No obstante, la densidad media de población de los núcleos de Puente del Río, La Curva y Cuatro Higueras es considerablemente menor que la del núcleo urbano de Adra.

ESPACIO AGROINDUSTRIAL

Dentro de esta zonificación, hay que señalar la existencia de un espacio agroindustrial en el municipio, el cual dota de un particular paisaje que acapara gran parte del término municipal.

CENTRO URBANO

Como comentábamos anteriormente, a pesar de la existencia de ese sistema de red policéntrica, **el municipio de Adra cuenta con un centro urbano donde se concentra la actividad económica comercial y de servicios de todo el municipio**, de ahí que este espacio sea la zona de mayor importancia a delimitar en el marco de este Plan y, en consecuencia, de actuación preferente.



ESPACIO TURÍSTICO

Actualmente el municipio de Adra, gracias al nuevo acceso a la autovía, se encuentra en pleno proceso de desarrollo como nueva centralidad y potencial destino turístico y comercial. Este hecho hace que, dentro del Poniente Almeriense, Adra amplíe su área de influencia hacia la costa granadina y mejore los accesos a los principales destinos como Málaga y Granada. En base a ello, y de cara a este Plan Estratégico de Comercio, **se hace necesario contemplar también la delimitación del espacio turístico dentro de la trama urbana del municipio (playas, puerto y zonas de patrimonio monumental del municipio).**

La principal zona de actuación definida en este Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra será la del eje comercial de la ciudad, definida por el Centro Comercial Abierto y el Mercado de Adra y sus alrededores, donde actualmente existe una alta concentración de comercios, superior al resto de la ciudad.

- **Análisis urbanístico: comunicaciones**

La carretera que atraviesa el núcleo urbano de Adra es travesía de la antigua N-340. Esta carretera, de competencia estatal a excepción del tramo urbano que va desde el Puente del Río hasta el

antiguo Camping Las gaviotas que es de competencia municipal, es la arteria principal de la ciudad. Se une en Guainos Bajos con la autovía, enlazando este núcleo con El Lance de la Virgen, Adra, Puente del Río, La Curva y Cuatro Higueras, donde se une de nuevo a la N-340.

Esta carretera se bifurca en dos al atravesar Adra, en dirección sudoeste toma el nombre de Paseo de los Tristes y en la dirección Málaga – Almería, recibe dos nombres distintos: Avenida de Poniente hacia el oeste a partir de la Torre de los Perdigones, y calle Natalio Rivas hacia el este.

Las vías principales de Adra, bocacalles de esta avenida colectora que funciona como arteria principal de la ciudad, son:

- Orientación norte a partir de Natalio Rivas:
 - Cuesta del Faro
 - Rambla de las Cruces
 - Rambla de las Cruces
 - Iglesia
 - Real
 - Brasil
 - Iglesia
 - San Sebastián
 - El Salvador
- Orientación sur a partir de Natalio Rivas:
 - Carril de Cuenca
 - Paseo de los Navegantes
 - Tarrasa

Estas vías son las más amplias y se disponen de forma perpendicular al mar, estableciendo conexiones visuales y abiertas entre la playa y el interior. Las vías secundarias se organizan en torno a éstas, al igual que las calles peatonales, que forman galerías facilitando el acceso a la zona comercial situada entre la calle Natalio Rivas y el Paseo Marítimo.

• **Análisis urbanístico: edificios y viviendas**

Los datos que arroja el Censo de Población y Viviendas de 2011 sirven de base para la elaboración del presente análisis y permiten divisar la dinámica del proceso constructivo en el término municipal de Adra.

En primer lugar, en términos generales, en el municipio de Adra, según datos de 2011, existían 5.461 edificios y 13.050 inmuebles, siendo más del 82% de los edificios de un solo inmueble. Además, un

40% de los edificios tiene una planta sobre rasante y otro 46% dos plantas sobre rasante. Menos del 2% de los edificios tiene más de cinco plantas.

También debemos tener en cuenta la evolución urbanística de la ciudad de Adra. En la siguiente tabla observamos que desde la década de los 50 se produce un crecimiento importante y constante del número de edificios que se construyen en el municipio, superando, de media, los 65 edificios construidos al año. Estas



fechas coinciden con las décadas denominadas de “boom inmobiliario” o expansión urbanística, cuyo ámbito se extiende por toda España. En la década de los 70 y 80 es cuando se produce el mayor auge constructivo en el municipio.

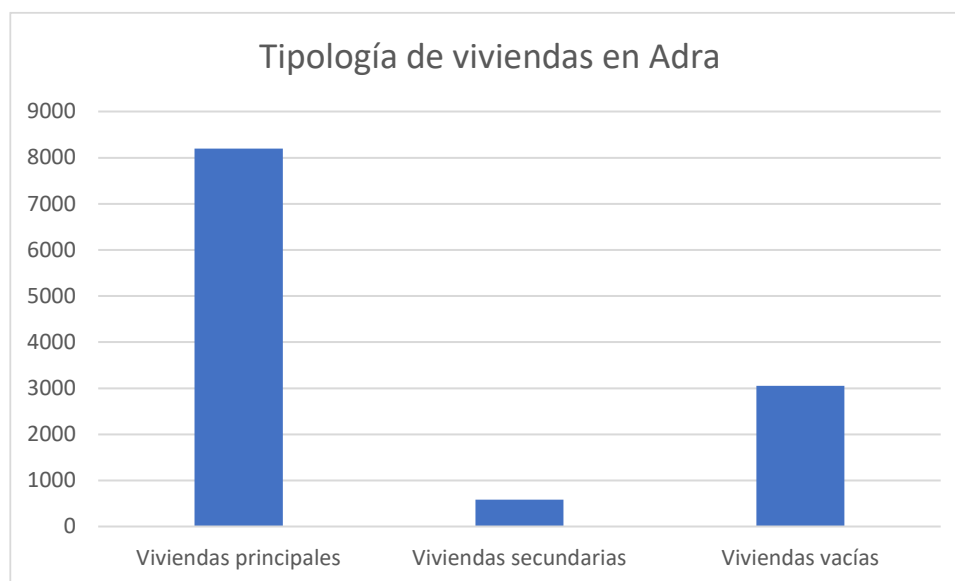
Tabla: Edificios destinados a viviendas por año de construcción del edificio (año 2011)

Edificios destinados a viviendas por año de construcción del edificio (año 2011) (Nº de edificios destinados principalmente a viviendas)	Adra
Año de construcción del edificio	Nº de edificios
Antes de 1900	68
De 1900 a 1920	41
De 1921 a 1940	116
De 1941 a 1950	254
De 1951 a 1960	669
De 1961 a 1970	753
De 1971 a 1980	985
De 1981 a 1990	947
De 1991 a 2001	767
De 2002 a 2011	831
TOTAL	5.431

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Censo de Población y Viviendas 2011

Por otra parte, los datos muestran que **el 90% de los edificios se encuentran en buen estado**, el 8,2% presenta alguna deficiencia y el 1,7% restante se encuentra en mal estado o ruinoso.

En cuanto a la tipología de vivienda predominante en el término municipal de Adra, vemos que **el 69% se corresponde con viviendas principales**, el 5% son viviendas secundarias y el 26% restante son viviendas vacías.



Uno de los datos más importante a tener en cuenta es el número de viviendas vacías en Adra, 3.054, un 26% del total de viviendas construidas en la ciudad. Si confrontamos este dato con el del mismo censo correspondiente al 2001, vemos que **la ciudad ha experimentado un crecimiento del 74% en la tasa de viviendas desocupadas** (el dato de viviendas vacías en 2001 era de 1.759).

La tipología de viviendas en Adra es semejante a la de otros municipios cercanos. Sin embargo, en Adra el porcentaje de viviendas secundarias es inferior al del Almería ciudad, El Ejido, Berja y Roquetas de Mar, y en Adra es superior el porcentaje de viviendas vacías.

Tabla: Viviendas familiares clasificadas por tipo

Viviendas familiares clasificadas por tipo	Tipo de vivienda			
	Principal	Secundaria	Vacía	TOTAL
Territorio	% de viviendas	% de viviendas	% de viviendas	% de viviendas
Adra	69%	5%	26%	100%
Almería (capital)	69%	12%	18%	100%
El Ejido	67%	18%	16%	100%
Berja	66%	11%	22%	100%
Roquetas de Mar	55%	20%	25%	100%

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Censos de población y viviendas 2011

- **Análisis urbanístico: núcleo urbano de Adra**

En cuanto a la trama urbana de Adra, que se dispone en torno a la calle Natalio Rivas, se distinguen dos zonas muy diferenciadas desde el punto de vista urbanístico:

- Una de trazado irregular, correspondiente al casco antiguo, que ocupa el sector noreste de la ciudad y los terrenos de mayor pendiente.
- Y otra zona, de menor desnivel, que es el ensanche de Adra.

El casco histórico se caracteriza por sus edificaciones de menor altura (una o dos plantas), viviendas unifamiliares en la mayoría de los casos, y por su difícil accesibilidad, al tratarse de calles estrechas con pronunciadas pendientes. Se **trata de un entramado de edificaciones muy compactas, que responden a un modelo antiguo de ciudad medieval, amurallada y cerrada al exterior; que tiende a aprovechar el máximo espacio posible.** Contrarresta con la parte más moderna de la ciudad, que responde a un modelo más planificado y más abierto.

El ensanche se realizó tomando como arteria principal la calle Natalio Rivas, respecto a la cual se han trazado las vías secundarias que dan acceso a los barrios residenciales más modernos. Existen cuatro áreas bien diferenciadas que forman parte del ensanche:

- Zona 1: sector situado al norte de la calle Natalio Rivas. Es la zona inmediatamente próxima al casco antiguo cuyo trazado está formado por vías perpendiculares que se cortan entre sí. Destaca una incipiente edificación en altura y una distribución del espacio mucho más regular, muy diferente al centro de la ciudad.
- Zona 2: área comprendida entre la calle Natalio Rivas, el Paseo Marítimo y la Avenida del Mediterráneo. Esta zona tiene doble funcionalidad: **el sector delimitado por la calle Tarrasa y el Paseo de los Tristes es donde se desarrolla la vida comercial de la ciudad**, en cambio, la zona situada entre el Paseo de los Tristes y la Av. Del Mediterráneo es la zona residencial más próxima al puerto, con edificaciones residenciales plurifamiliares compactas de 3,4 y 5 plantas de altura, que se disponen a lo largo de la avenida, perpendiculares a la playa.
- Zona 3: zona de la Cuesta del Faro. Se diferencia de la anterior por su localización y por su tipología edificatoria. Se encuentra en una zona más descongestionada que la anterior, más retirada del centro y con un paisaje urbano distinto, del tipo ciudad-jardín. Son viviendas unifamiliares de baja altura y rodeadas de zonas verdes
- Zona 4: sector comprendido entre la Avenida de Poniente y la Cuesta del Faro, donde se encuentra el antiguo y ya cerrado hotel Mirador de Adra. Esta zona, aunque está más

alejada del casco antiguo que la anterior, goza de muy buena comunicación. En su interior se ubican bloques de pisos multifamiliares de mediana altura, aunque hay muchos vacíos entre ellos. Esta zona es la que está experimentando un mayor crecimiento en Adra actualmente, pese a ser terrenos de pendientes elevadas.

La parte más deprimida de Adra, desde el punto de vista urbanístico, se localiza en las cercanías del cementerio, al noreste del casco histórico. Las viviendas son más humildes y la calidad del espacio urbano bastante inferior a la del resto.

1.4.2. ANÁLISIS DE LA PLANIFICACIÓN URBANÍSTICA VIGENTE Y PROYECTOS

La planificación urbanística de un municipio condiciona de forma directa e indirecta la ordenación de la actividad comercial y de sus establecimientos (es decir su ubicación, tipología, entramado y conexión).

En este ámbito, en Andalucía es la Ley 1/1994, de 11 de enero, de Ordenación del Territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía la que desarrolla la competencia que en materia de ordenación del territorio tiene atribuida la Comunidad Autónoma y establece los objetivos, instrumentos y procedimientos para su ejercicio efectivo por la Junta de Andalucía. Dicha Ley 1/1994 creó dos nuevos instrumentos: el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía, y los Planes de Ordenación del Territorio de ámbito subregional, cuyo objeto es “establecer los elementos básicos para su organización y estructuración espacial, siendo el marco de referencia territorial para el desarrollo y coordinación de las políticas, planes, programas y proyectos de las Administraciones y Entidades Públicas, así como para las actividades de los particulares”.

El municipio de Adra, junto a los términos municipales de El Ejido, La Mojonera, Roquetas del Mar, Vícar, Dalías, Berja, Enix y Félix, está incluido dentro del Plan de Ordenación del Territorio de la Comarca del Poniente de la provincia de Almería, que tiene los siguientes objetivos específicos:

- a) Potenciar las ventajas de localización que representa la proximidad del corredor de comunicación mediterráneo y favorecer el desarrollo socioeconómico del ámbito mediante el aprovechamiento de las potencialidades existentes.
- b) Mejorar la accesibilidad y articulación con la aglomeración urbana de Almería y con el eje litoral mediterráneo y optimizar la accesibilidad y conectividad interna.

- c) Estructurar el sistema de asentamientos y optimizar la localización de los equipamientos y servicios supramunicipales de manera que se fortalezcan y diversifiquen las funciones urbanas de los núcleos de población.
- d) Favorecer la compatibilidad de las actividades y usos del suelo de carácter industrial, agropecuario, residencial y turístico, al objeto de minimizar sus costes ambientales, económicos y sociales.
- e) Preservar los espacios con valores productivos, medioambientales, paisajísticos, históricos y culturales y procurar un aprovechamiento del sistema hídrico que favorezca la sostenibilidad del recurso, y que permita corregir las situaciones de riesgo existentes.

Por otra parte, el **Plan General de Ordenación Urbana de Adra está pendiente de aprobación definitiva.**

El Plan General de Ordenación Urbana es definido en la normativa urbanística como instrumento básico de ordenación integral del territorio de uno o varios municipios, a través del cual se clasifica el suelo, se determina el régimen aplicable a cada clase de suelo, y se definen los elementos fundamentales del sistema de planeamiento urbanístico o planificación urbana del municipio en cuestión.

El planeamiento urbanístico o planificación urbana es el conjunto de instrumentos técnicos y normativos que se redactan para ordenar el uso del suelo y regular las condiciones para su transformación o, en su caso, conservación. Comprende un conjunto de prácticas de carácter esencialmente proyectivo con las que se establece un modelo de ordenación para un ámbito espacial.

La planificación urbana está relacionada con la arquitectura y la ingeniería civil en la medida en que ordena espacios. Debe asegurar su correcta integración con las infraestructuras y sistemas urbanos. Precisa de un buen conocimiento del medio físico, social y económico que se obtiene a través de análisis según los métodos de la sociología, la demografía, la geografía, la economía y otras disciplinas.

El PGOU que se ha elaborado contempla como finalidad principal el abastecimiento al municipio de suelo tanto industrial como terciario, con una reserva de espacio de 514.000 metros cuadrados, así

como turístico, con una reserva de 64.660 metros cuadrados; pero también reserva amplios espacios destinados a zonas verdes, para lo cual se reservan 183.220 metros cuadrados y a la mejora de las comunicaciones de la localidad. Asimismo, el documento incluye 82.500 para equipamientos y 372.500 metros cuadrados para uso viario.

1.5. LA GESTIÓN DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO

1.5.1. EL PAPEL DEL AYUNTAMIENTO

Conviene remontarse al año 2004 para establecer los antecedentes que permitan analizar el papel del Ayuntamiento de Adra en la promoción del sector comercial del municipio.

Así, debido al declive en la situación del sector comercial que se estaba produciendo en el municipio como consecuencia de la incorporación de nuevos formatos comerciales (centros comerciales, hipermercados, franquicias, cadenas...), de los cambios en los hábitos de consumo y de la incorporación de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en las actividades comerciales, el **Ayuntamiento de Adra encargó en 2004 un Estudio-Diagnóstico del sector comercial de la ciudad de Adra.**

Este documento sirvió de base para el **diseño del Plan de Actuación Comercial para la puesta en marcha del Centro Comercial Abierto de Adra**, que se configuró como la fórmula más idónea para garantizar la supervivencia de los comercios ubicados en el centro urbano y capaz de aunar esfuerzos para el logro de objetivos comunes que contribuyeran a la dinamización del sector comercial de la ciudad de Adra.

Posteriormente, en 2005, **el Ayuntamiento de Adra firmó un Acuerdo de Colaboración con la Asociación de Comerciantes de Adra para el desarrollo de actuaciones de dinamización y potenciación del Centro Comercial Abierto de Adra**, que tenía entre sus principales objetivos el desarrollo de acciones de revitalización, mejora y potenciación de la estructura comercial urbana de la ciudad de Adra, así como aunar esfuerzos para el logro de fines comunes de manera eficaz y articular las medidas necesarias para el apoyo de iniciativas y actuaciones de potenciación del Centro Comercial Abierto de Adra, todo ello con la finalidad de favorecer la actividad comercial, cultural y de ocio más adecuada a la realidad urbana existente en la ciudad.

A través de este Acuerdo, ratificado en 2020, se han ido canalizando las distintas iniciativas y acciones como mecanismo de participación sectorial. A lo largo de los años se han mantenido de forma periódica numerosas reuniones entre la Concejalía de Comercio y Turismo del Ayuntamiento de Adra y la Asociación de Comerciantes Empresarios y Centro Comercial Abierto de Adra para el desarrollo y dinamización del Centro Comercial Abierto y de la economía local.

Sin embargo, con el objeto de favorecer la actividad económica y el desarrollo sostenible local y dar una mayor representación a otros sectores económicos, **el Ayuntamiento de Adra inició el pasado año el proceso de constitución del Consejo Local de Comercio, Turismo y Empresas como foro para el debate y diálogo entre los distintos grupos políticos con representación en el Ayuntamiento y los diferentes agentes sociales con intereses en el municipio.**

Así, **el 19 de enero de 2022 se firma el Acta de Constitución del Consejo Local de Comercio y Turismo y Empresas del Ayuntamiento de Adra (CLCOTE)**, un órgano consultivo de participación ciudadana y asesoramiento en materia de comercio, turismo y empresas cuyo objetivo es la promoción y fomento del comercio local, el desarrollo económico, turístico, cultural y social y la consolidación de un modelo de ciudad sostenible. EL CLCOTE desarrolla y amplía la colaboración que se está llevando a cabo entre el Ayuntamiento de Adra y los representantes del sector comercial, convirtiéndose en un instrumento de participación ciudadana y gestión en los asuntos sectoriales locales.

El Consejo Local de Comercio, turismo y empresas se configura como un órgano colegiado de participación, de carácter consultivo, informativo y de asesoramiento en el ámbito municipal, en materia de comercio, turismo y pymes, cuyos dictámenes, propuestas, informes o estudios no serán vinculantes para los órganos de gobierno municipales, de acuerdo con lo establecido en el artículo 69.2 de la Ley 7/85, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

Los **objetivos** del Consejo Local de Comercio, turismo y empresas son:

1. Promover la participación del sector comercial, turístico y empresarial en los asuntos municipales que le afecten.
2. Coordinar las relaciones entre los comerciantes y pequeños y medianos empresarios y el Ayuntamiento.
3. Contribuir a crear una infraestructura comercial innovadora y competitiva en la ciudad, adaptada a los hábitos de los consumidores.

4. Potenciar el atractivo comercial, turístico y cultural de la ciudad, contribuyendo a la mejora en la calidad de vida y a la consolidación de un modelo de desarrollo económico sostenible.

El Consejo Local de Comercio, Turismo y Empresas está formado por los siguientes miembros:

- Presidencia: Será su titular el/la Alcalde/sa de Adra.
- Vicepresidencia: Será su titular el/la Concejál/a Delegado/a de Comercio y/o Turismo del Ayuntamiento de Adra.
- Secretaría: Actuará como Secretario del Consejo Local de Comercio, Turismo y Empresas, con voz y sin voto, el/la Secretario/a General del Ayuntamiento, que podrá delegar sus funciones en un/a funcionario/a o empleado/a público municipal.
- Vocalías: con voz y voto en el Consejo.
 - Un representante designado por cada uno de los grupos políticos y de los concejales no adscritos, que forman parte de la Corporación.
 - Un representante designado por cada una de las asociaciones inscritas y registradas de acuerdo con la normativa vigente, relacionadas con el sector del comercio, turismo y pymes, con interés en el desarrollo sostenible de la ciudad.
 - Un representante designado por las Asociaciones de Vecinos/as, debidamente inscritas y registradas en el Registro de Asociaciones del Ayuntamiento de Adra.
 - Un/a representante designado por la Cámara de Comercio de Almería.
 - Un/a representante de ASEMPAL designado por los Órganos de Gobierno de la citada Asociación.
 - Un representante designado por cada una de las Asociaciones de consumidores y usuarios que desarrollen su actividad o parte de su actividad en el término municipal.
 - Un empleado público municipal, adscrito a la Concejalía de Comercio /Turismo, con voz pero sin voto.

Por otra parte, **las principales actuaciones de desarrollo y promoción comercial llevadas a cabo por el Ayuntamiento de Adra** recientemente han sido las siguientes:

- La ejecución del programa REACTIVA ADRA dentro del plan de impulso económico y social puesto en marcha por el Ayuntamiento. En el plan REACTIVA de 2020 fueron 140 empresas y autónomos los que se han beneficiado de **ayudas directas como impulso para paliar las**

consecuencias del cierre temporal causado por la Covid-19. En el año 2021 fueron 150 las empresas beneficiarias.

- La aprobación de un **paquete de medidas fiscales** aprobadas de urgencia por parte del Ayuntamiento para aliviar económicamente a los empresarios locales tras la subida del nivel de alerta sanitaria en el municipio como consecuencia a la Covid-19 y el cierre de establecimientos considerados como no esenciales. Estas medidas consistieron en la suspensión de las tasas de ocupación de la vía pública para las terrazas y veladores, mercadillo, quioscos, vados y de recogida de residuos, así como las relativas al centro de iniciativas empresariales de La Alcoholera.
- Las **obras de adaptación y remodelación del Mercado Municipal de Adra** cofinanciadas con fondos FEDER y que han permitido dinamizar el comercio local e incluir nuevos usos para generar nuevas oportunidades de empleo.
- La **solicitud de ayudas** al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia **para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas** con el nombre “Adra Ciudad de Compras” y también se solicitaron ayudas **para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización** mediante el proyecto “Adra Digital” con el objetivo de modernizar el comercio local de la ciudad de Adra mediante soluciones de transformación e innovación digital. (Estas ayudas no fueron aprobadas en la convocatoria de 2021 por falta de consignación presupuestaria, pero han vuelto a solicitarse en la convocatoria de 2022).
- **Actividades de dinamización de las compras** en el municipio en colaboración con la Asociación de Comerciantes.
- La **solicitud de una subvención para la innovación tecnológica**, con el objeto de dotar al municipio de elementos y audioguías que hagan más accesibles las visitas y permitan poner en valor el patrimonio cultural.

1.5.2. ASOCIACIONISMO COMERCIAL

En el municipio de Adra, como se ha visto en el apartado anterior, es la **Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra la entidad más representativa del sector comercial de municipio y la única activa en la actualidad**, por lo que se ha convertido en el mecanismo de participación del sector en los asuntos relativos al comercio local.

Tal como se refleja en su página Web (<http://www.asociacioncomerciantesadra.com/>), la Asociación de Comerciantes de Adra se constituyó en marzo del año 2001. Esta asociación fue una iniciativa de tres comerciantes abderitanos que, viendo las necesidades del sector, emprendieron la tarea de aglutinar el comercio en una Asociación que fuese el interlocutor válido ante la administración y con el objeto de impulsar el comercio abderitano de forma conjunta por parte de todos los comerciantes, es decir, hacer progresar el comercio de Adra con el esfuerzo y el trabajo común de todos y de esta forma promover el comercio local, mejorando la calidad de sus establecimientos y modernizando el sector, conscientes de que el sector comercio es uno de los pilares económicos de Adra.



La Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra tiene aproximadamente 80 comercios asociados y es una asociación



muy activa en el municipio, desarrollando numeras actividades para la dinamización del comercio local, como la realización del tradicional Mercado Marinero, sorteos y promociones, la Noche en



blanco, carreras populares, Semana del Amor (en la festividad de San Valentín), campañas promocionales en Navidad, Rebajas, etc., talleres y actividades de animación, Feria Outlet de Adra, convenios de colaboración, además de formar parte del Consejo Local de Comercio, turismo y empresas, el cual se explicó en el apartado anterior.

En octubre de 2022 se ha trasladado un cuestionario a los comerciantes para que además de valorar otras cuestiones relacionadas con el sector comercial en Adra (ver cuestionario en el Anexo I), se han incluido preguntas relacionadas con la Asociación de Comerciantes.

Así, según esta encuesta, el 57,1% de los comercios encuestados considera que su experiencia con la Asociación es “buena”, el 38,1% es “muy buena” y el 4,8% considera “regular” su experiencia con la Asociación. Que el **95,2% de los comercios encuestados valore como “buena” o “muy buena” su**

experiencia con la Asociación y que ninguna la valore de “mala” o “muy mala” es un dato significativo del buen hacer de la Asociación de Comerciantes en el municipio de Adra.



También se preguntó a los comercios a través de la encuesta sobre el tipo de actuaciones realizadas con la Asociación. En este sentido, era una pregunta abierta donde podían señalar más de una opción, y los encuestados han destacado las “ferias y mercadillos” con el 76,2%, las campañas de publicidad (el 71,4%), las tarjetas de fidelización (el 47,6%), las jornadas/talleres (19%), la formación (14,3%) y las ventas cruzadas (4,8%).



En el marco de este estudio, también se elaboró un cuestionario dirigido a la Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra.

Según las respuestas de la Asociación, el fin principal de la Asociación es la promoción del comercio local, y las actividades principales realizadas con las campañas de marketing, la organización de

jornadas, talleres y cursos, el asesoramiento, la organización de ferias y mercadillos y las ventas cruzadas.

Respecto a **los principales problemas de los comerciantes, desde la Asociación señalan que la infraestructura de urbanismo y la iluminación en horario comercial.**

En cuanto a **las principales circunstancias que dificultan la puesta en marcha de nuevos comercios en Adra, la Asociación manifiesta que la burocracia y los impuestos.** Y en relación con **los obstáculos que dificultan el desarrollo de los negocios se señala la situación económica y la precariedad en el empleo.**

Por otra parte, **se califica de “Bajo” el grado de cooperación/asociacionismo de los comercios de Adra.**

Otras conclusiones que se extrae del cuestionario rellenado por la Asociación son:

- **La Asociación considera que el apoyo que recibe por parte del Ayuntamiento no es suficiente.**
- **La Asociación califica de insuficiente el apoyo que recibe por parte de las empresas y el sector privado.**
- **La Asociación considera que existen proyectos que no puede llevar a cabo por falta de recursos.**
- **La Asociación está interesada en nuevas fórmulas de cooperación y comercialización que beneficien a sus asociados.**

Finalmente, **la Asociación considera que la digitalización es la principal mejora que debe hacer en el sector comercial de Adra y que las principales necesidades de la Asociación son una inyección económica y formación.**

Por otra parte, en la provincia de Almería está presente ASEMPAL, la confederación empresarial que integra, con carácter voluntario, a las empresas de todas las actividades económicas de la provincia de Almería y a sus organizaciones sectoriales y territoriales. ASEMPAL es también uno de los miembros del Consejo Local de Comercio, turismo y empresas de Adra.

La **Cámara de Comercio de Almería** también es un agente estratégico en el apoyo al comercio en toda la provincia de Almería. Además de la sede central, que está en Almería capital, la Cámara de

Comercio de Almería tiene delegaciones en Macael, Vélez-Rubio, Vera, Albox, Huércal-Overa, Roquetas de Mar y próximamente en Cuevas de Almanzora.

Además, el municipio de **Adra cuenta con un Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) de la Junta de Andalucía**, situado en el edificio “La Alcoholera”, en el Polígono Industrial de la Azucarera. **Este centro cuenta con un vivero de empresas donde pueden ubicarse negocios de reciente creación**. Actualmente este vivero se compone de 4 despachos de entre 15 y 25 metros cuadrados. A día de hoy, tres de los cuatro despachos se encuentran ocupados por pequeñas empresas del municipio.

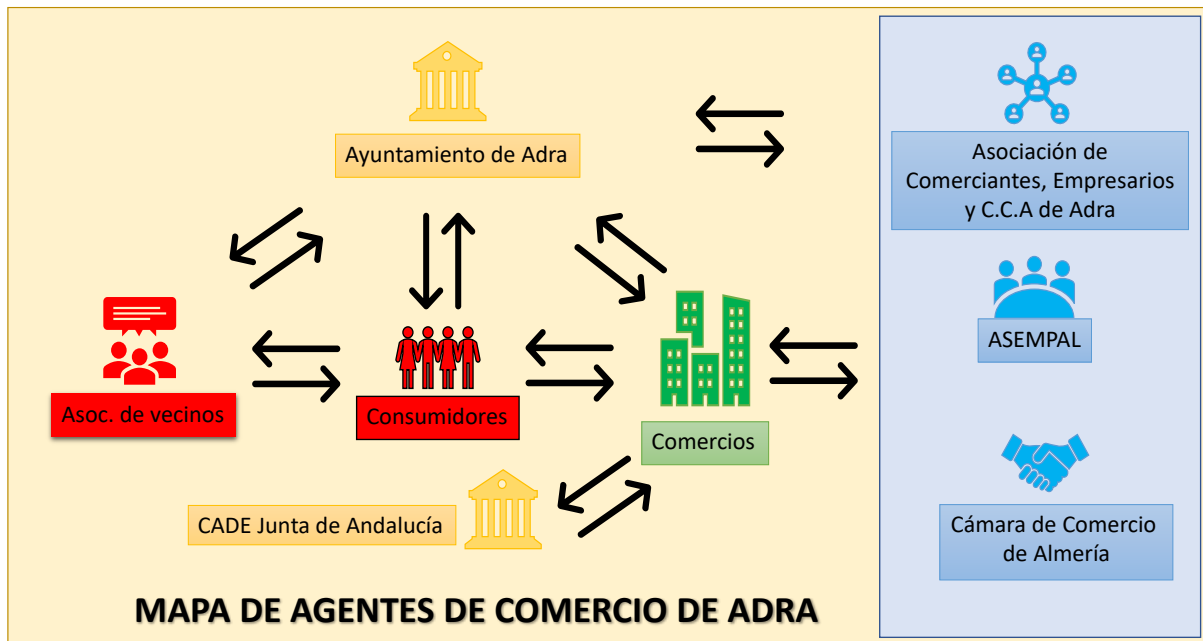


Edificio “La Alcoholera”. CADE de Adra

1.5.3. MAPA DE AGENTES Y OTROS RECURSOS DE APOYO AL COMERCIO

En este apartado se identifican todo aquellos agentes relacionados con el fomento y el apoyo a las iniciativas de desarrollo económico, y en particular, las relacionadas con el sector comercio minorista. Se trata de un análisis fundamental para la posterior articulación de las estrategias y acciones a impulsar en el marco creado por el Plan Estratégico.

En el siguiente mapa se identifican los **principales agentes que fomentan proyectos (directa o indirectamente) relacionados con el sector comercial minorista**, así como las relaciones que se establecen entre dichos agentes.



A continuación, se presenta un listado de los principales agentes de comercio de Adra, así como el tipo de agente que es, los recursos y servicios que ofrecen.

Agente: Ayuntamiento de Adra

Tipo de agente: Administración Pública Local

Territorio: Municipio de Adra

Recursos: Según la Ley 17/2013 de 27 de Diciembre, de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local, el comercio es una competencia propia de los Ayuntamientos, que se ejerce en régimen de autonomía y bajo la propia responsabilidad, atendiendo siempre a la debida coordinación en su programación y ejecución con las demás Administraciones Públicas. Por tanto, el Ayuntamiento dispone de recursos propios para el fomento y dinamización del comercio local del municipio. También solicita incentivos y ayudas a otros organismos públicos para la ejecución de proyectos de dinamización comercial.

Servicios: El Ayuntamiento de Adra presta distintos servicios, como son:

- Inversiones.
- Solicitud de ayudas e incentivos de apoyo al comercio
- Campañas de fomento del comercio local.
- Medidas fiscales.
- Instrumentos (ordenanzas, etc.)

Agente: Cámara de Comercio de Almería

Tipo de agente: Institución que representa a las empresas que conforman el censo de la provincia de Almería.

Territorio: Provincia de Almería

Recursos: La Cámara de Comercio de Almería pone a disposición de las empresas diversos programas y ayudas para distintos tipos de gastos y proyectos en diferentes marcos.

Servicios: La Cámara de Comercio presta numerosos servicios a las empresas de comercio a través de distintos programas, como pueden ser:

- Programa Comercio Minorista 2022.
- Programa Innocámaras.
- Programa Fomento del Espíritu Emprendedor.
- Oficina de Transformación Digital Acelera Pyme

Agente: Asociación de Empresarios de la Provincia de Almería (ASEMPAL)

Tipo de agente: Confederación Empresarial

Territorio: Provincia de Almería

Recursos: Asempal tiene recursos propios y convenios con otras entidades, ya que es la confederación empresarial que integra, con carácter voluntario, a las empresas de todas las actividades económicas de la provincia de Almería y a sus organizaciones sectoriales y territoriales. Es una organización privada, de libre afiliación y sin ánimo de lucro. Independiente de las administraciones públicas, de los sindicatos y de los partidos políticos. Se constituyó formalmente el 14 de enero de 1977. Entre sus fines se encuentran: representar y defender los intereses generales de las empresas de Almería, ofrecer servicios a sus asociados e impulsar el desarrollo de la provincia de Almería. Miembro fundador de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales, CEOE, la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa, CEPYME y la Confederación de Empresarios de Andalucía, CEA.

Ostenta la representación institucional del empresariado de Almería ante la Administración central, autonómica y local de la provincia.

Servicios: La Asociación presta principalmente servicios a sus asociados para impulsar el desarrollo de la provincia de Almería.

Agente: Asociaciones de vecinos de Adra

Tipo de agente: Asociaciones de vecinos

Territorio: Municipio de Adra

Recursos: En Adra existen distintas asociaciones de vecinos que cuentan con recursos provenientes principalmente de convenios y ayudas públicas.

Servicios: Prestan servicios a los vecinos del municipio a través de la realización de actividades con un carácter vecinal.

Agente: Centro de Apoyo a Desarrollo Empresarial de Adra (CADE de Adra)

Tipo de agente: Organismo de la Junta de Andalucía

Territorio: Adra

Recursos: Los CADE cuentan con numerosos recursos para asistir a las personas emprendedores y a las empresas; entre ellos, asistencia técnica, formación, servicios financieros, vivero de empresas, etc.

Servicios: Los CADE apoyan la creación, el desarrollo y la consolidación de todo proyecto emprendedor con servicios especializados, prestados por un cualificado equipo técnico de especialistas desde una amplia red de centros presentes en toda la región.

1.6. REGULACIÓN COMERCIAL

1.6.1. REGULACIÓN Y NIVEL DE ADAPTACIÓN A LA NORMATIVA MARCO

En este punto del estudio, se hace una recopilación de las ordenanzas municipales que regulan el comercio en el municipio de Adra para analizar su grado de adecuación a la normativa general reguladora del comercio interior de Andalucía con el objetivo de detectar aquellos procedimientos administrativos que actúan como barrera al inicio de actividades o la existencia de cargas y trabas administrativas no necesarias, injustificadamente complejas o caducas y que afectan negativamente las iniciativas empresariales en el sector comercio (tanto a nivel de emprendedores, como de iniciativas de dinamización y promoción comercial colectiva, por ejemplo para hacer actuaciones y eventos en la vía pública).

La normativa general reguladora del comercio interior de Andalucía, en sus distintos niveles, es la siguiente:

- Unión Europea
 - [Directiva 2006/123/CE](#) de Servicios en el Mercado Interior.
- Nacional
 - [Ley 17/2009](#), de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
 - [Ley 25/2009](#), de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
 - [Ley 7/1996](#), de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

- [Ley 1/2004](#), de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.
- Autonómico
 - [Decreto Legislativo 1/2012](#), de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía.
 - [Decreto Legislativo 2/2012](#), de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Ambulante.
 - [Orden de 28 de noviembre de 2019](#), por la que se aprueba el VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2019-2022.
 - [Orden de 6 de julio de 2021](#), por la que se establece la regulación del procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.
- Local
 - [Ley 7/1985](#), de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local

Por otra parte, las principales ordenanzas municipales que regulan el comercio en el municipio de Adra son:

- [ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LAS TERRAZAS DE VELADORES Y QUIOSCOS DE HOSTELERIA](#)
- [ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LA APERTURA DE ESTABLECIMIENTOS PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL MUNICIPIO DE ADRA](#)
- [ORDENANZA REGULADORA DEL SERVICIO DEL MERCADO MUNICIPAL DE ADRA](#)
- [ORDENANZA FISCAL REGULADORA DE LA TASA POR EL SERVICIO DE MERCADO MUNICIPAL](#)
- [APROBACIÓN INICIAL DEL TEXTO DE LA ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE PUESTOS OCASIONALES O TEMPORALES Y DETERMINADAS ACTIVIDADES COMERCIALES, ATRACCIONES DE FERIA EN ESPACIOS DE USO PÚBLICO](#)

Y a continuación, en la tabla posterior, se indica la fecha de publicación en el Boletín Oficial de la provincia de Almería y se analiza su nivel de adaptación a la normativa marco, así como las posibles incidencias que se detectan en cuanto a que la normativa constituya una barrera al inicio de actividades o suponga una carga o traba administrativa innecesaria.

ORDENANZA MUNICIPAL	FECHA DE PUBLICACIÓN	NIVEL DE ADAPTACIÓN A LA NORMATIVA MARCO
<p>➤ APROBACIÓN INICIAL DEL TEXTO DE LA ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE PUESTOS OCASIONALES O TEMPORALES Y DETERMINADAS ACTIVIDADES COMERCIALES, ATRACCIONES DE FERIA EN ESPACIOS DE USO PÚBLICO</p>	<p>24/01/2022</p>	<p>Normativa de reciente aprobación cuyo objetivo principal va dirigido a racionalizar el régimen de autorización de los aprovechamientos especiales o usos privativos del dominio público municipal y armonizarlos con el uso común general por la ciudadanía, cuya protección será prioritaria, compatibilizando de este modo los intereses públicos y privados.</p> <p>La Ordenanza tiene naturaleza de Ordenanza de Policía Urbana y su objeto es regular la instalación de puestos ocasionales o temporales y determinadas actividades comerciales, así como atracciones de feria (colchonetas, etc.) en espacios de uso público.</p> <p>La Ordenanza se adecúa a la normativa general y no se aprecia que suponga una barrera al inicio de actividades o la existencia de cargas y trabas administrativas no necesarias.</p>
<p>➤ ORDENANZA REGULADORA DEL SERVICIO DEL MERCADO MUNICIPAL DE ADRA</p>	<p>15/03/2021</p>	<p>Normativa de reciente aprobación cuyo objetivo es la regulación del funcionamiento de los Mercados Municipales de abastos del término municipal de Adra, servicio público municipal, así como el establecimiento de su régimen administrativo, si bien por tratarse del uso privativo de un bien de dominio público sujeto a la legislación sobre bienes de las Entidades Locales se ha de mantener el régimen de autorización previa (concesión).</p> <p>La Ordenanza se adecúa a la normativa general y no se aprecia que suponga una barrera al inicio de actividades o la existencia de cargas y trabas administrativas no necesarias.</p>
<p>➤ ORDENANZA FISCAL REGULADORA DE LA</p>	<p>03/03/2021</p>	<p>Normativa de reciente aprobación que establece la tasa por la prestación del servicio de Mercado Municipal, que afecta a los ocupantes de casetas y demás puestos de</p>

<p>TASA POR EL SERVICIO DE MERCADO MUNICIPAL</p>		<p>venta.</p> <p>La Ordenanza se adecúa a la normativa general y no se aprecia que suponga una barrera al inicio de actividades o la existencia de cargas y trabas administrativas no necesarias.</p>
<p>➤ ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LA APERTURA DE ESTABLECIMIENTOS PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL MUNICIPIO DE ADRA</p>	<p>31/05/2013</p>	<p>Para la elaboración de esta Ordenanza se ha tenido en cuenta la normativa establecida por Ley 12/2012 de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios.</p> <p>La Ordenanza tiene por objeto regular los procedimientos de intervención municipal sobre los establecimientos, locales, o lugares estables, ubicados en el término municipal de Adra, destinados al ejercicio de actividades económicas por cuenta propia.</p> <p>La finalidad de esta Ordenanza es garantizar que los establecimientos dedicados a actividades económicas cumplen con las condiciones técnicas de seguridad, de higiene, sanitarias, de accesibilidad y confortabilidad, de vibraciones y de nivel de ruidos que reglamentariamente se determinen en las normas específicas de cada actividad, en el Código Técnico de la Edificación, y con la normativa vigente aplicable en materia de protección del medio ambiente y de accesibilidad de edificios.</p> <p>La Ordenanza se adecúa a la normativa general y no se aprecia que suponga una barrera al inicio de actividades o la existencia de cargas y trabas administrativas no necesarias. Las principales barreras se encuentran normalmente en la demora en la concesión de las licencias de apertura de los establecimientos. Desde la Asociación de Comerciantes y los propios comerciantes consideran que la burocracia es uno de los principales obstáculos para la puesta en marcha de nuevos</p>

		comercios.
<p>➤ ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LAS TERRAZAS DE VELADORES Y QUIOSCOS DE HOSTELERIA</p>	10/11/2011	<p>Esta Ordenanza tiene más de diez años y se hace referencia a alguna normativa ya obsoleta. Con motivo de la pandemia provocada por la Covid-19, se estableció que las terrazas y veladores de los establecimientos hosteleros del municipio pudieran ampliar hasta un 100 % sus dimensiones de forma provisional, y se determinó una exención fiscal en el pago de tributos municipales en concepto de tasas por ocupación de vía pública de terrazas y veladores. Además, con la finalidad de facilitar al máximo el procedimiento de adhesión a estas medidas por parte de los hosteleros interesados, el Ayuntamiento simplificó los trámites administrativos sólo debiendo tramitarse las peticiones mediante instancia genérica, indicando ubicación del local, propuesta de ampliación y datos de contacto de los propietarios o responsables.</p>

1.7. RESUMEN DEL DIAGNÓSTICO COMERCIAL

1.7.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN O DAFO DEL COMERCIO MUNICIPAL

Una vez finalizado el análisis comercial del municipio de Adra es importante organizar toda la información y las principales conclusiones de cada uno de los puntos de análisis con el objetivo de tener un diagnóstico final del comercio del municipio y una valoración general de todas las características estudiadas, una radiografía que nos permita entender el sector comercio con información rigurosa y contrastada y que sea la base para definir el modelo comercial y para diseñar la estrategia.

Para ello, tal como se propone en la Guía para el diseño de Planes Estratégicos Comerciales Municipales editada en 2021 por la Junta de Andalucía, se ha usado una adaptación de la técnica del análisis de situación o matriz DAFO al caso del comercio local para analizar tanto las características internas (fortalezas y debilidades/oportunidades de mejora del propio sector) como externas (aspectos de contexto positivos o potenciadores de la actividad comercial o negativos/debilitantes) que definen el estado actual del sector comercial minorista local de una forma sencilla y visual.

Este método de análisis trata como aspectos positivos todos aquellos elementos diferenciales, y de excelencia, que hacen del municipio de Adra un lugar idóneo para la actividad comercial con respecto a otros. Los puntos positivos son aquellos que, siendo internos al propio sector o externos, cabe proteger, mantener y, si es posible, potenciar a través del marco de actuación recogido en el Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra.

Por el contrario, los aspectos negativos u oportunidades de mejora son los elementos que actúan como freno al desarrollo de la actividad comercial, ya sean internos, del propio sector, como del entorno, y que conviene abordar en forma de proyectos de mejora o de modernización de las propias actividades comerciales minoristas o de las estructuras de apoyo al sector.

Este análisis de situación se estructura sobre 4 dimensiones básicas de análisis: la oferta comercial (factor interno al propio sector), la demanda comercial (factor de contexto al sector), la promoción y dinamización colectiva del sector (factor interno) y el entorno urbano donde se desarrolla la actividad (factor de contexto). Además, se considera una quinta dimensión: la de contexto territorial.



A continuación, como se ha explicado anteriormente, se recogen las distintas tablas del análisis DAFO.

DIMENSIÓN I - INTERNA Oferta comercial del municipio	
Fortalezas	Debilidades/Oportunidades de mejora
<ul style="list-style-type: none"> + Zona comercial en el municipio reconocida oficialmente como centro comercial abierto, con un área de comercio denso y amplia diversidad de establecimientos comerciales que atraen tanto a la población del municipio como a turistas. + Tradición comercial en la zona, con imagen 	<ul style="list-style-type: none"> - Elevada presencia de grandes centros comerciales a poca distancia del núcleo urbano de Adra. - Fuerte competencia del sector comercial de municipios cercanos (El Ejido y Roquetas de Mar). - Cambios en los hábitos de compra que

<p>de conjunto y señas de identidad comunes.</p> <ul style="list-style-type: none"> + Comercio “con solera” con productos de calidad y especializados. + El sector comercial cuenta con una unidad de gestión y comparten un modelo común de funcionamiento y horarios. + Los comercios realizan actividades conjuntas de promoción, publicidad y comunicación. + El 47,6% de los comerciantes encuestados esperan que el negocio mejore en los próximos meses. + Existencia de atractivos turísticos (patrimonio histórico-cultural) en la zona comercial, así como la presencia de playas urbanas y del puerto deportivo. + Importantes locomotoras comerciales, como el remodelado Mercado de Abastos (emblema del comercio tradicional), el mercadillo municipal y el paseo marítimo, con una valorada oferta de ocio y restauración. + El sector pesquero es una fortaleza de esta localidad, y a través de la lonja se genera dinamismo económico y turístico. + Ejecución de proyectos de apoyo y dinamización del sector comercial por parte del Ayuntamiento. + Ocupación de alojamientos turísticos del 100% durante los meses estivales. 	<p>merman el comercio local, especialmente la competencia de las compras online.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cambio de ubicación del centro a las afueras de un foco de atracción comercial (Mercadona). - El 57,1% de los comerciantes encuestados valoran la situación actual de su negocio como “regular”. - Escasa dimensión de las empresas de comercio y limitada contribución a la creación de empleo. - Reducida presencia de empresas cooperativas en el municipio. - Elevada tasa de desempleo, especialmente en el sector comercial y de forma más acentuada en las mujeres. - Baja cualificación de los nuevos contratos que se realizan en el sector comercial. - Insuficiente oferta de hostelería en el municipio, lo que limita la presencia de un turismo de mayor calidad. - La inexistente oferta de plazas hoteleras en el núcleo urbano tiene que suplirse a través del alquiler vacacional. - Estancamiento del sector comercial de Adra al no crearse nuevas empresas en el comercio. - Elevada burocracia e impuestos que dificultan la puesta en marcha de nuevos negocios. - Reducción progresiva en el número de puestos del Mercado de Abastos durante la última década. - Los subsectores que ofrecen mayores oportunidades de éxito a los potenciales emprendedores, al ser subsectores subrepresentados en el municipio son: comercio al por mayor de productos de
--	--

	<p>confitería, tienda de productos gourmet, tienda de productos informáticos, tienda de telefonía móvil y accesorios, asesor comercial de telecomunicaciones y tienda de equipos de música, vídeo y TV.</p>
<p>Elementos descriptivos</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • El sector comercial en Adra está reconocido como Centro Comercial Urbano para lo que ha tenido que acreditar que está delimitado territorialmente dentro del centro urbano o en una zona o eje de marcado carácter comercial de población, cuenta con un número de habitantes suficiente que posibilita la existencia de un área de comercio denso, cuenta con una diversidad de establecimientos comerciales, tanto por su tamaño como por el sector de actividad donde éstos se encuadran, con una unidad de gestión y comparten un modelo común de funcionamiento y horarios, previendo de servicios comunes a sus asociados, que redundan en beneficio de los comercios integrantes del CCA y de los clientes, realiza actividades conjuntas de promoción, publicidad y comunicación, que fomenta la imagen en conjunto, tiene una señas comunes de identidad, tanto a nivel urbanístico como comercial y tiene facilidad de acceso público y privado, así como de estacionamiento de vehículos. El comercio de Adra cuenta además con una tradición comercial en la zona, con una imagen y estrategia propia permanente y comparte una concepción global de oferta comercial, servicios, cultura y ocio. • En términos generales, existe una oferta comercial amplia y diversificada, que cubre las necesidades de demanda, tanto de los abderitanos en sí como de los turistas que aumentan la población del municipio, sobre todo en época estival. • Existen importantes locomotoras comerciales en Adra, como son: Mercado Municipal de Abastos, Centro Comercial Abierto, Mercado Ambulante y zona comercial del Paseo Marítimo. <ul style="list-style-type: none"> ○ El Mercado Municipal de Abastos, también conocido como La Plaza de Adra, es un emblema del comercio tradicional de la ciudad. ○ El espacio comercial y de servicios que forma el Centro Comercial Abierto es el núcleo dinamizador del comercio de Adra, ya que aprovecha la existencia del eje central y vertebrador de la calle Natalio Rivas, la presencia del Mercado de Abastos Municipal como generador de flujos vinculados al consumo cotidiano y al comercio de proximidad, y el comercio y servicios de esta zona con mayor densidad empresarial. ○ El mercadillo de Adra se celebra todos los sábados del mes a excepción del último, es decir, tres veces al mes, con unos 160 puestos. ○ El Paseo Marítimo es uno de los espacios mejor valorados por los habitantes del municipio y es un centro polarizador de actividades relacionada con la restauración, hostelería y servicios dentro del concepto sol y playa. 	

- La lonja del Puerto de Adra contribuye a generar dinamismo económico, favorece el emprendimiento y la creación de empleo, así como nuevas oportunidades de ocio y turísticas en la ciudad.
- El desarrollo turístico está estrechamente vinculado al desarrollo de turismo temático y de "calidad", a partir de la valorización del Patrimonio histórico y natural.
- 35 kilómetros son los que separan los cuatro grandes centros comerciales de la provincia: Mediterráneo y Torrecárdenas, en la capital; Gran Plaza, en Roquetas; y Copo, en El Ejido, además del gigante Corte Inglés también en el municipio ejidense. Si ahondamos un poco más en el tema, a poco más de 100 kilómetros se encuentra el Centro Comercial Nevada de Granada. Un radio muy corto para una provincia con apenas 700.000 habitantes. Esto, unido a las compras online que cada vez son más habituales, ha hecho que las compras en los negocios locales, esos de "toda la vida" se vean mermadas en los últimos años.
- Escasa dimensión de los establecimientos empresariales de Adra y su limitada contribución a la creación de empleo; casi el 56% no genera ningún empleo asalariado, y el 36,5% generan entre 1 y 5 asalariados.
- Escaso número de empresas cooperativas.
- El paro es uno de los principales problemas que sufren los habitantes de Adra. La tasa municipal de desempleo anual es del 19,94%. 6 de cada 10 desempleados son mujeres.
- El mayor número de parados registrados (un 48% en 2021) se encuentran en el comercio y reparaciones. Cabe destacar que el 60% del paro femenino está en el sector del comercio y reparaciones.
- Sólo el 13% de los nuevos contratos realizados en 2021 fueron indefinidos; el 11,5% en el caso de las mujeres. Además, se constata la baja cualificación profesional requerida en los nuevos contratos realizados en el municipio.
- En el municipio sólo hay 2 hoteles, 1 hotel rural, 1 hostel y 2 campings, que están ubicados fuera del núcleo urbano.
- Adra carece de plazas hoteleras en el núcleo urbano y suple esta carencia a través del alquiler vacacional, que registra una ocupación del cien por cien durante los meses estivales.
- En 2016 se produce un fuerte incremento en el número de empresas comerciales, pero desde entonces la tendencia es a la estabilización o a la baja.
- En el año 2010 el Mercado de Abastos de Adra contaba con 51 puestos, que se han ido reduciendo a los 19 actuales (25 si incluimos la zona de restauración) por lo que se advierte el declive que ha sufrido en la última década y que, tras las obras de restauración y modernización, se pretende revertir.

DIMENSIÓN II- INTERNA

Promoción y dinamización comercial colectiva

Fortalezas	Debilidades/Oportunidades de mejora
<ul style="list-style-type: none"> + Existencia de un Consejo Local de Comercio y Turismo y Empresas del Ayuntamiento de Adra de reciente creación, un órgano consultivo de participación ciudadana y asesoramiento en materia de comercio, turismo y empresas cuyo objetivo es la promoción y fomento del comercio local, el desarrollo económico, turístico, cultural y social y la consolidación de un modelo de ciudad sostenible, integrados por todos los grupos políticos del Ayuntamiento y los agentes de comercio del municipio. + La Asociación de Comerciantes, Empresarios y Centro Comercial Abierto de Adra, de 2001, tiene una importante trayectoria de actuaciones y es la entidad privada referente para la dinamización comercial del municipio. + El 95,2% de los comercios encuestados valora como “buena” o “muy buena” su experiencia con la Asociación, y ningún comercio encuestado la valora de “mala” o “muy mala”. + Convenio entre el Ayuntamiento de Adra y la Asociación de Comerciantes, fruto del buen entendimiento entre la asociación y el Ayuntamiento. + Actividades y proyectos desarrollados por la Cámara de Comercio de Almería y por la Asociación de Empresarios de la provincia de Almería (ASEMPAL) en todo el territorio provincial. + Existencia de un Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) de la Junta de 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe un potencial de mejora en el nivel de representatividad de la asociación de comerciantes (representa aproximadamente un 20% del total de comercios). - Desencanto entre los comerciantes por la situación actual del comercio. - Cierta percepción de inmovilismo por parte de los comerciantes. - La Asociación de Comerciantes califica de “Bajo” el grado de cooperación y asociacionismo de los comercios de Adra. - La Asociación demanda más apoyo por parte del Ayuntamiento. - La Asociación califica de insuficiente el apoyo que recibe por parte de las empresas y el sector privado. - La Asociación considera que existen proyectos que no puede llevar a cabo por falta de recursos. - Ausencia de una delegación de la Cámara de Comercio de Almería en el municipio de Adra, como sí ocurre en otros como Macael, Vélez-Rubio, Vera, Albox, Huércal-Olvera, Roquetas de Mar y próximamente Cuevas de Almanzora. - En el municipio de Adra existía un Centro de Servicios Avanzados a las Empresas de la Asociación de Empresarios de la provincia de Almería (ASEMPAL) que ha dejado de existir.

<p>Andalucía que presta servicios a los emprendedores y empresas del municipio y que cuenta con un pequeño vivero de empresas con despachos.</p>	
<p>Elementos descriptivos</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • En enero de 2022 se firma el Acta de Constitución del Consejo Local de Comercio y Turismo y Empresas del Ayuntamiento de Adra (CLCOTE), un órgano consultivo de participación ciudadana y asesoramiento en materia de comercio, turismo y empresas cuyo objetivo es la promoción y fomento del comercio local, el desarrollo económico, turístico, cultural y social y la consolidación de un modelo de ciudad sostenible. • La Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra la entidad más representativa del sector comercial de municipio y la única activa en la actualidad, por lo que se ha convertido en el mecanismo de participación del sector en los asuntos relativos al comercio local. • La Asociación de Comerciantes de Adra se constituyó en marzo del año 2001. • La Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra tiene aproximadamente 80 comercios asociados y es una asociación muy activa en el municipio, desarrollando numerosas actividades para la dinamización del comercio local. • En el municipio de Adra existía un Centro de Servicios Avanzados a las Empresas de la Asociación de Empresarios de la provincia de Almería (ASEMPAL) que ha dejado de existir. • La Cámara de Comercio de Almería también es un agente estratégico en el apoyo al comercio en toda la provincia de Almería. • El Ayuntamiento de Adra ha firmado un Acuerdo de Colaboración con la Asociación de Comerciantes de Adra para el desarrollo de actuaciones de dinamización y potenciación del Centro Comercial Abierto de Adra. • El 57,1% de los comercios encuestados considera que su experiencia con la Asociación es “buena”, el 38,1% es “muy buena” y el 4,8% considera “regular” su experiencia con la Asociación. 	

DIMENSIÓN III - EXTERNA	
La demanda comercial del municipio	
Aspectos positivos/potenciadores de la actividad comercial	Aspectos negativos/debilitantes de la actividad comercial
<ul style="list-style-type: none"> + Los consumidores perciben que el comercio de Adra ofrece un servicio personalizado y atento. + Un 50% de los ciudadanos encuestados manifiesta que su primera opción es comprar en Adra, y un 23,7% sólo compra fuera si no existe en Adra. + Los turistas de Adra valoran los atractivos turísticos del núcleo histórico y las instalaciones del puerto deportivo. + Elevado número de turistas que visitan la ciudad a lo largo de todo el año. + Un 43% de los ciudadanos encuestados realiza muchas o todas sus compras en Adra. + El 57,2% de los comerciantes encuestados utilizan las TIC diariamente o de forma frecuente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sistemas de ventas excesivamente tradicionales. - Poca modernización, renovación e innovación en la actividad comercial. - Las razones para comprar fuera de Adra son la búsqueda de mayor variedad de productos y los precios. - Los abderitanos echan en falta especialmente, en primer lugar, productos de ropa, calzado y moda. También falta variedad en la oferta de ocio (ocio infantil, cine, bolera, etc.), productos tecnológicos, informáticos y electrónicos, productos del hogar y electrodomésticos. - EL 42,9% de los comerciantes encuestados no realizan ni entregas a domicilio ni atiende pedidos por teléfono.
Elementos descriptivos	
<ul style="list-style-type: none"> • El sector comercial en Adra posee gran potencial de atracción para sus vecinos más próximos, dado que ofrece ciertos valores añadidos como que la actividad comercial está localizada en el centro de la ciudad; ofrece un servicio personalizado y atento y, además, los visitantes encuentran atractivos turísticos como núcleos históricos o las instalaciones del puerto deportivo. • Entre enero y abril de 2022, se estima que 4.000 turistas visitaron la ciudad; entre junio y septiembre fueron 5.000. • El sector comercial de Adra se sustenta en sistemas de venta tradicionales. • En cuanto a hábitos de compra, un 50% de los encuestados manifiesta que, para sus compras, en primer lugar, buscan en Adra; un 23,7% compra fuera sólo si no existe en Adra, y un 22,5% compra en primer lugar fuera de Adra. • La apuesta por la modernización, renovación e innovación es aún insuficiente en el sector 	

comercial de Adra.

- Las razones para comprar fuera de Adra son, principalmente, que fuera encuentran más variedad de productos. También se señala los mejores precios como una de las principales razones.
- Los abderitanos echan en falta especialmente, en primer lugar, productos de ropa, calzado y moda. También falta variedad en la oferta de ocio (ocio infantil, cine, bolera, etc.), productos tecnológicos, informáticos y electrónicos, productos del hogar y electrodomésticos.
- El 47,6% de los comerciantes que han rellenado la encuesta manifiestan que disponen del servicio de pedidos por teléfono, y el 38,1% dispone de entrega a domicilio. Sin embargo, el 42,9% manifiesta que no realiza ni entregas a domicilio ni atiende pedidos por teléfono.
- El 57,2% de los comerciantes encuestados utilizan las TIC diariamente o de forma frecuente.

DIMENSIÓN IV- EXTERNA

Entorno urbano en las zonas comerciales del municipio

Aspectos positivos/potenciadores de la actividad comercial	Aspectos negativos/debilitantes de la actividad comercial
<ul style="list-style-type: none"> + La ubicación estratégica de la zona comercial del municipio, dentro del entorno urbano y próximo a las playas. + El entorno urbano en la zona comercial es el núcleo dinamizador del comercio de Adra. + El Paseo Marítimo es un aspecto que puede ser potenciado mediante la localización de actividades relacionadas con el ocio, las actividades hosteleras y la restauración. + El buen estado en general de los edificios del núcleo urbano de Adra. + Elevado número de recursos propios (patrimoniales, culturales, eventos y playas) integrados en la trama urbana con un impacto directo sobre la actividad comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia generada por nuevas instalaciones de centros comerciales e hipermercados construidos a lo largo de la N-340 provocando el menor interés comercial del entorno urbano. - Presencia de grandes centros comerciales en las provincias de Almería y de Granada a escasa distancia del entorno urbano de Adra. - Difícil tránsito para los peatones, la falta de infraestructuras, la poca iluminación del centro en horario comercial y la suciedad de las calles del centro urbano. - La importante presencia de viviendas vacías (el 26%) con un incremento muy importante de las viviendas desocupadas en los últimos años. - Falta de aparcamiento en el centro urbano y el paseo marítimo.

Elementos descriptivos

- La ciudad de Adra es la que atrae a más volumen de consumidores debido a la concentración de comercios y servicios y a su propia ubicación dentro del municipio.
- Numerosos recursos patrimoniales, culturales, naturales que son productos del territorio y que tienen un alto valor distintivo y que pueden generar actividad comercial a su alrededor de forma directa.
- El potencial turístico de Adra, dada su localización geográfica y sus características climáticas, puede ser aprovechado para proporcionar empleo y cierta diversificación económica.
- El entorno urbano en la zona comercial es el núcleo dinamizador del comercio de Adra, ya que aprovecha la existencia del eje central y vertebrador de la calle Natalio Rivas, la presencia del Mercado de Abastos municipal como generador de flujos vinculados al consumo cotidiano y al comercio de proximidad, y el comercio y de servicios de esta zona con mayor densidad empresarial.
- Existencia de nuevas instalaciones de centros comerciales y de hipermercados construidos a lo largo de la antigua N-340.
- 35 kilómetros son los que separan los cuatro grandes centros comerciales de la provincia: Mediterráneo y Torrecárdenas, en la capital; Gran Plaza, en Roquetas; y Copo, en El Ejido, además del gigante Corte Inglés también en el municipio ejidense. Si ahondamos un poco más en el tema, a poco más de 100 kilómetros se encuentra el Centro Comercial Nevada de Granada.
- El 90% de los edificios de Adra se encuentran en buen estado, y sólo el 1,7% está en mal estado o ruinoso.
- El 69% de las viviendas de Adra son viviendas principales, el 5% son viviendas secundarias y el 26% restante son viviendas vacías.
- De 2001 a 2011 la ciudad ha experimentado un crecimiento del 74% en la tasa de viviendas desocupadas.

DIMENSIÓN V- EXTERNA

Contexto territorial

Aspectos positivos/oportunidades para potenciar la actividad comercial	Aspectos negativos/debilitantes de la actividad comercial
<ul style="list-style-type: none"> + Situación estratégica, en el eje de la Autovía del Mediterráneo. + Importancia histórica de Adra (ciudad más 	<ul style="list-style-type: none"> - En 2021 el saldo migratorio en Adra fue negativo, hubo más emigraciones que inmigraciones.

<p>antigua de la provincia y cuarta de España).</p> <ul style="list-style-type: none"> + La ubicación unida a su cultura e historia de Adra es un claro elemento diferenciador y posible origen de valor añadido. + Población del municipio en crecimiento, con un mayor porcentaje de población joven que la capital, la provincia y la región andaluza. + Elevada densidad de población en el municipio, concentrándose el 80% en el núcleo urbano. + Vinculación de los abderitanos con su ciudad. + Adra presenta un crecimiento vegetativo positivo. + Los hogares en Adra tienen un mayor número de miembros que en la provincia y Andalucía. + Existen importantes áreas de concentración económica en Adra: invernaderos, puerto, centro comercial abierto y polígonos industriales. + La importancia de la agricultura intensiva en toda la comarca. 	<ul style="list-style-type: none"> - El equipamiento hotelero del centro es inexistente y escaso el de todo el municipio. - Fuerte competencia turística de Roquetas de Mar y Almerimar, que son los dos grandes focos de atracción turística de la comarca, al tratarse de las dos zonas litorales del Poniente Almeriense que presentan una cierta especialización en el sector. - Nivel alto de desplazamientos (por motivo trabajo y ocio) de los residentes del municipio hacia otros municipios (El Ejido, Roquetas, Granada), alguno con importante oferta comercial.
<p>Elementos descriptivos</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • La reciente construcción de la Autovía del Mediterráneo permite una comunicación rápida con la franja mediterránea, contribuyendo al desarrollo económico y turístico de la zona. • Buena parte de su atractivo comercial radica en su situación estratégica, al emplazarse en el eje de la Autovía del Mediterráneo que empieza en Algeciras y finaliza en Barcelona. • Adra es una antigua colonia fenicia, por lo que se trata de la ciudad más antigua de Almería y la cuarta ciudad más antigua de España. • La población de Adra se ha incrementado prácticamente cada año durante los últimos 25 años. • Adra presenta de media una población más joven que la capital, la provincia y la región andaluza. • Elevada densidad de población de Adra, con 284,61 habitantes por metro cuadrado, siendo el 	

décimo municipio de Almería con una mayor densidad de población.

- El 80% de la población se concentra en el núcleo urbano.
- El 50% de los residentes en el término municipal de Adra nacieron en el mismo municipio.
- En 2021 el número de inmigraciones fue de 746 y el número de emigraciones fue de 928, por lo que presenta un saldo migratorio negativo.
- Adra presenta en 2020 un crecimiento vegetativo positivo.
- Los hogares en Adra tienen estadísticamente un mayor número de miembros que los de la provincia y Almería.
- La agricultura intensiva en Adra y, en general, toda la provincia de Almería, es un modelo de explotación agrícola de alto rendimiento técnico y generador de un sistema empresarial de empresas relacionadas, de servicios auxiliares, comercializadoras, creador de empleo y de un elevado valor añadido bruto (VAB).
- Adra carece de plazas hoteleras en el núcleo urbano y sule esta carencia a través del alquiler vacacional, que registra una ocupación es del cien por cien durante los meses estivales.
- El turismo tiene menor presencia que la agricultura y el comercio en la economía del municipio; a día de hoy Roquetas de Mar y Almerimar son los dos grandes focos de atracción turística de la comarca, al tratarse de las dos zonas litorales del Poniente Almeriense que presentan una cierta especialización en el sector.

2. EL MODELO COMERCIAL MUNICIPAL

El modelo comercial de un municipio define la situación presente, con la identificación de todas las necesidades y/o situaciones problemáticas (además de factores positivos) del sector y sirve como base sobre la cual se constituye la estrategia de actuación del Plan Estratégico Comercial Municipal. El modelo comercial está configurado por variables de las siguientes dimensiones:



MODELO COMERCIAL MUNICIPAL DE ADRA

DIMENSIÓN TERRITORIAL

El municipio de Adra es una zona de densidad intermedia, con el 80,3% de la población localizada en las agrupaciones urbanas y un 19,7% en celdas de mallas rurales.

DIMENSIÓN DE LA OFERTA COMERCIAL

ASPECTOS POSITIVOS:

La zona comercial de Adra está reconocida oficialmente como centro comercial abierto, con un área de comercio denso y amplia diversidad de establecimientos comerciales que atraen tanto a la población del municipio como a turistas.

Hay una tradición comercial en la zona, y los comercios tienen una imagen de conjunto, señas de identidad comunes y un modelo común de funcionamiento y horarios.

Adra cuenta con atractivos turísticos (patrimonio histórico-cultural) en la zona comercial, así como la presencia de playas urbanas y el puerto deportivo.

Existen importantes locomotoras comerciales, como el remodelado Mercado de Abastos (emblema

del comercio tradicional), el mercadillo municipal y el paseo marítimo, con una valorada oferta de ocio y restauración.

El sector pesquero es una fortaleza de esta localidad, y a través de la lonja se genera dinamismo económico y turístico.

ASPECTOS QUE MEJORAR:

La elevada presencia de grandes centros comerciales a poca distancia del núcleo urbano de Adra y la fuerte competencia del sector comercial de municipios cercanos (El Ejido y Roquetas de Mar).

Los cambios en los hábitos de compra que merman el comercio local, especialmente la competencia de las compras online.

El 57,1% de los comerciantes encuestados valoran la situación actual de su negocio como “regular”.

Escasa dimensión de las empresas de comercio y limitada contribución a la creación de empleo.

Insuficiente oferta de hostelería en el municipio, lo que limita la presencia de un turismo de mayor calidad. La inexistente oferta de plazas hoteleras en el núcleo urbano tiene que suplirse a través del alquiler vacacional.

Estancamiento del sector comercial de Adra al no crearse nuevas empresas en el comercio y elevada burocracia e impuestos que dificultan la puesta en marcha de nuevos negocios.

DIMENSIÓN DEL MERCADO

ASPECTOS POSITIVOS:

Los consumidores perciben que el comercio de Adra ofrece un servicio personalizado y atento, y un 50% de los ciudadanos encuestados manifiesta que su primera opción es comprar en Adra, y un 23,7% sólo compra fuera si no existe en Adra. Además, un 43% de los ciudadanos encuestados de Adra realiza muchas o todas sus compras en Adra.

Hay un elevado número de turistas en Adra, que valoran los atractivos turísticos del núcleo histórico y las instalaciones del puerto deportivo.

El 57,2% de los comerciantes encuestados utilizan las TIC diariamente o de forma frecuente y, de forma mayoritaria, utilizan las redes sociales para promocionar su negocio.

ASPECTOS QUE MEJORAR:

Los sistemas de ventas de los comerciantes son excesivamente tradicionales, hay poca modernización, renovación e innovación en la actividad comercial.

El 42,9% de los comerciantes encuestados no realizan ni entregas a domicilio ni atiende pedidos por teléfono. Falta formación empresarial y digitalización de las empresas del comercio.

Las razones para comprar fuera de Adra son la búsqueda de mayor variedad de productos y los precios. Los abberitanos echan en falta especialmente, en primer lugar, productos de ropa, calzado y moda. También falta variedad en la oferta de ocio (ocio infantil, cine, bolera, etc.), productos tecnológicos, informáticos y electrónicos, productos del hogar y electrodomésticos.

DIMENSIÓN DEL ENTORNO URBANO

ASPECTOS POSITIVOS:

La zona comercial de Adra tiene una ubicación estratégica, dentro del entorno urbano, próximo a las playas y con un elevado número de recursos propios (patrimoniales, culturales y eventos) integrados en la trama urbana con un impacto directo sobre la actividad comercial.

El Paseo Marítimo es un aspecto que puede ser potenciado mediante la localización de actividades relacionadas con el ocio, las actividades hosteleras y la restauración.

ASPECTOS QUE MEJORAR:

Existe una competencia generada por nuevas instalaciones de centros comerciales e hipermercados construidos a lo largo de la N-340 y la presencia de grandes centros comerciales en las provincias de Almería y de Granada a escasa distancia del entorno urbano de Adra.

La zona comercial tiene difícil transibilidad para los peatones, falta de infraestructuras, poca iluminación en horario comercial y poca limpieza.

DIMENSIÓN DE LA ZONA COMERCIAL DEL MUNICIPIO

Se distinguen dos zonas en el municipio que canalizan prácticamente la totalidad del comercio: una es el propio núcleo urbano de Adra, y otra, la zona donde se encuentran los núcleos de Puente del Río, La Curva y Cuatro Higueras.

El 80% de la población se concentra en el núcleo urbano de Adra, origen del municipio y principal lugar de atracción comercial de la población del municipio, que atrae a más volumen de consumidores debido a la concentración de comercios y servicios y a su propia ubicación dentro del municipio.

En la otra zona comercial, la zona donde se encuentran los núcleos de Puente del Río, La Curva y Cuatro Higueras se están creando nuevas instalaciones de centros comerciales y de hipermercados construidos a lo largo de la antigua N-340.

En el núcleo urbano de Adra la zona comercial está reconocida como Centro Comercial Urbano, por lo que se trata de una zona comercial urbana bien definida y delimitada con características homogéneas, claramente percibida por la ciudadanía como centro de actividad social y económica del municipio y con una oferta comercial concentrada y variada que atrae tanto a los habitantes de Adra como a turistas, especialmente en la época estival.

Dentro de esta trama urbana comercial existen importantes focos de comercio de atraktividad, como son: Mercado Municipal de Abastos, Centro Comercial Abierto, Mercado Ambulante y zona comercial del Paseo Marítimo. Además, la lonja del Puerto de Adra contribuye a generar dinamismo económico, favorece el emprendimiento y la creación de empleo, así como nuevas oportunidades de ocio y turísticas en la ciudad.

La principal competencia al comercio local viene de los cuatro grandes centros comerciales de la provincia: Mediterráneo y Torrecárdenas, en la capital; Gran Plaza, en Roquetas; y Copo, en El Ejido, además del Corte Inglés también en el municipio ejidense, que se encuentran a menos de 35 km de Adra, e incluso del Centro Comercial Nevada de Granada, a poco más de 100 km.

DIMENSIÓN DEL PROYECTO DE PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN COMERCIAL

El Ayuntamiento de Adra colabora de forma permanente con la Asociación de Comerciantes de Adra, la entidad más representativa del sector comercial de municipio con 80 asociados y la única activa en la actualidad, para el desarrollo de actuaciones de dinamización y potenciación del sector comercial de Adra, todo ello con la finalidad de favorecer la actividad comercial, cultural y de ocio más adecuada a la realidad urbana existente en la ciudad.

Sin embargo, con el objeto de favorecer la actividad económica y el desarrollo sostenible local y dar una mayor representación a otros sectores económicos, el Ayuntamiento de Adra inició el pasado año el proceso de constitución del Consejo Local de Comercio, Turismo y Empresas como foro para el debate y diálogo entre los distintos grupos políticos con representación en el Ayuntamiento y los diferentes agentes sociales con intereses en el municipio.

Así, el 19 de enero de 2022 se firma el Acta de Constitución del Consejo Local de Comercio y Turismo y Empresas del Ayuntamiento de Adra (CLCOTE), un órgano consultivo de participación ciudadana y asesoramiento en materia de comercio, turismo y empresas cuyo objetivo es la promoción y fomento del comercio local, el desarrollo económico, turístico, cultural y social y la consolidación de un modelo de ciudad sostenible. EL CLCOTE desarrolla y amplía la colaboración que se está llevando a cabo entre el Ayuntamiento de Adra y los representantes del sector comercial, convirtiéndose en un instrumento de participación ciudadana y gestión en los asuntos sectoriales locales.

Este proyecto está impulsado por este Consejo Local de Comercio, turismo y empresas, que integra a todos los grupos políticos del Ayuntamiento y los agentes de comercio del municipio, por lo que es un proyecto de consenso entre la Corporación Local y el sector comercial privado del municipio de Adra.

3. ESTRATEGIA Y PLAN DE ACTUACIONES. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

3.1. OBJETIVO ESTRATÉGICO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO

El objetivo estratégico del Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra es la meta final, y representa el punto al que se quiere llegar como reflejo de una visión. Para la definición del objetivo estratégico se ha partido del trabajo de estudio y diagnóstico, reflejando las opiniones de todo el sector involucrado en la elaboración del Plan.

El **objetivo estratégico** del Plan Estratégico del Comercio Municipal de Adra es:

Posicionar el centro urbano de Adra como un destino comercial de referencia mediante:

- el fortalecimiento del vínculo turismo-comercio
- el incremento de la actividad comercial
- el fomento de la modernización y la innovación de las pymes comerciales
- la gestión participativa de la dinamización comercial

3.2. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

La propia definición del objetivo estratégico del Plan de Comercio Municipal de Adra establece las 4 líneas estratégicas sobre las que se trabajará, y que representan los grandes desafíos que permiten abordar una estrategia en colaboración con el Consejo Local de Comercio y Turismo y Empresas del Ayuntamiento de Adra, de acuerdo con las diferentes necesidades del sector identificadas en el diagnóstico y coordinando los recursos existentes en materia de promoción y dinamización comercial para apoyar al sector comercial del municipio.



3.3. MEDIDAS

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio



MEDIDA 1: Adecuación, renovación y mejora de los espacios turístico-comerciales.

ACTUACIÓN 1: Adecuación urbanística de ejes y áreas turístico-comerciales.

ACTUACIÓN 2: Renovación de la señalética turístico-comercial.

ACTUACIÓN 3: Mejora del paisaje urbano de las zonas turístico-comerciales.



MEDIDA 2: Mejora de la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular en el centro urbano.

ACTUACIÓN 4: Reducción y recogida selectiva de residuos en la zona turístico-comercial.

ACTUACIÓN 5: Iluminación eficiente de la zona turístico-comercial.

ACTUACIÓN 6: Sensorización del sistema de recogida de residuos y medición de la calidad del aire.



MEDIDA 3: Utilización de las TIC como reclamo turístico-comercial.

ACTUACIÓN 7: Ampliación de la red Wifi en la zona turístico-comercial.

ACTUACIÓN 8: Desarrollo y actualización de portales y herramientas turístico-comerciales.

ACTUACIÓN 9: Implementación de una plataforma móvil y dispositivos inteligentes para interactuar con ciudadanos y turistas.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial



MEDIDA 4: Fomento de la actividad comercial.

ACTUACIÓN 10: Instalación de puestos de venta temporales de pop-up.

ACTUACIÓN 11: Simplificación en los trámites para los nuevos comercios.

ACTUACIÓN 12: Acciones de mentoring para los comerciantes.



MEDIDA 5: Potenciar la actividad comercial del Mercado Municipal.

ACTUACIÓN 13: Mejora de la accesibilidad en el entorno del Mercado Municipal de Adra.

ACTUACIÓN 14: Implantación de contenedores orgánicos en el entorno del Mercado Municipal de Adra.

ACTUACIÓN 15: Implantación de red wifi inteligente en el Mercado de Adra y su entorno.



MEDIDA 6: Captación de emprendedores.

ACTUACIÓN 16: Plan de relevo generacional.

ACTUACIÓN 17: Implantación de plataforma inteligente para captación de emprendedores en zonas comerciales con locales vacíos.

ACTUACIÓN 18: Red de prescriptores para atracción de emprendedores e inversores.

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: innovación y modernización de las pymes comerciales



MEDIDA 7: Transformación digital de los comercios de Adra.

ACTUACIÓN 19: Diagnóstico de madurez tecnológica de los comercios de Adra.

ACTUACIÓN 20: Soporte y asistencia técnica a la digitalización de los comercios de Adra.

ACTUACIÓN 21: Implementación de herramienta tecnológica CRM.



MEDIDA 8: Implementación de soluciones tecnológicas.

ACTUACIÓN 22: Implementación de herramienta de Business Intelligence.

ACTUACIÓN 23: Implementación de herramienta tecnológica para la gestión interna del negocio, ventas y relación con proveedores.

ACTUACIÓN 24: Implementación de aplicación tecnológica para avanzar en la gestión y recogida de pedidos omnicanal.



MEDIDA 9: Digitalización del Mercado de Adra

ACTUACIÓN 25: Actualización de la Web del Mercado y dinamización de las redes sociales.

ACTUACIÓN 26: Adquisición y puesta en marcha de pantalla LED con software en el Mercado de Adra.

ACTUACIÓN 27: Implantación de sistema de adjudicación de turnos para atención al público.

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial



MEDIDA 10: Dinamización del comercio del municipio.

ACTUACIÓN 28: Campaña de sensibilización Adra Comercio Sostenible.

ACTUACIÓN 29: Acciones de dinamización para captación de clientes.

ACTUACIÓN 30: Campaña a través de medios digitales y audiovisuales para potenciar el comercio local.



MEDIDA 11: Estrategia digital de dinamización comercial.

ACTUACIÓN 31: Estrategia de comunicación digital.

ACTUACIÓN 32: Guía y recursos de estrategias de transformación tecnológica en el comercio local.

ACTUACIÓN 33: Difusión de los servicios y actividades de la Oficina Acelera Pyme Cámara Almería entre los comercios de Adra.



MEDIDA 12: Adquisición de nuevas competencias y habilidades para la dinamización comercial.

ACTUACIÓN 34: Sensibilización y formación teórico/práctica para los comercios en marketing digital.


ACTUACIÓN 35: Programa formativo de capacitación digital.

ACTUACIÓN 36: Sesiones de networking para el sector comercial de Adra.

3.4. ACTUACIONES A EJECUTAR

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio

- **MEDIDA 1: Adecuación, renovación y mejora de los espacios turístico-comerciales.**
 - **ACTUACIÓN 1: Adecuación urbanística de ejes y áreas turístico-comerciales.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio	
MEDIDA 1:	Adecuación, renovación y mejora de los espacios turístico-comerciales.
ACTUACIÓN 1:	Adecuación urbanística de ejes y áreas turístico-comerciales.
JUSTIFICACIÓN:	La zona comercial tiene difícil tránsito para los peatones, poca iluminación en horario comercial y barreras de acceso a personas discapacitadas. En general, el espacio urbano turístico-comercial se encuentra en mal estado desde el punto de vista urbanístico.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Esta actuación consiste básicamente en:</p> <p>a) Ensanchamiento de aceras, ampliando el espacio peatonal de los ejes de vinculación turístico-comercial, mejorando la solería y creando calles de coexistencia o intervenciones similares que mejoren el acceso peatonal a estos espacios.</p> <p>b) Ornamentación, embellecimiento, conservación, restauración y ajardinamiento del espacio urbano turístico-comercial.</p> <p>c) Instalaciones de mejora de la accesibilidad, eliminación de barreras urbanísticas y mejora del tránsito peatonal. Esta actuación es fundamental para avanzar hacia la accesibilidad universal del municipio y lograr la adecuada cohesión e inclusión de todas las personas independientemente de su condición física e intelectual. Además se buscará ampliar plazas de aparcamiento en el entorno comercial y turístico para cubrir el servicio a las personas usuarias de estas actividades.</p> <p>d) Mejora del mobiliario urbano: Asientos, alumbrado público de bajo consumo, elementos de protección, papeleras, contenedores de residuos, etc.</p> <div style="text-align: center;">  <p>Ejes turístico-comerciales sobre los que se quiere actuar</p> </div>
AGENTES IMPLICADOS	• Ayuntamiento de Adra
CRONOGRAMA	De marzo a octubre de 2023.
IMPORTE	780.450,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Ciudad de Compras”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas).
PRIORIDAD	Máxima prioridad (1).

○ **ACTUACIÓN 2: Renovación de la Señalética Turístico-Comercial.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio	
MEDIDA 1:	Adecuación, renovación y mejora de los espacios turístico-comerciales.
ACTUACIÓN 2:	Renovación de la señalética turístico-comercial.
JUSTIFICACIÓN:	En el estudio-diagnóstico se ha detectado la necesidad de mejorar, renovar y modernizar la señalética turística y comercial del centro urbano. Por tanto, esta actuación se dirige a mejorar el atractivo comercial y turístico del centro urbano de Adra, ya que contar con una atractiva señalización turística y comercial constituye un elemento fundamental para su desarrollo, al tener incidencia directa en la percepción y la movilidad del turista y condicionar los flujos turísticos internos. Mejorar la señalización comercial y turística permitirá aumentar el atractivo de la zona comercial y turística del centro urbano, atraer a un mayor número de visitantes y turistas y evitar la estacionalidad de las compras, así como evitar que los turistas acudan a los hoteles y complejos residenciales y turísticos de otros núcleos urbanos de la comarca sin visitar y comprar en el centro urbano de Adra.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Con objeto de mejorar la accesibilidad de los comercios e hitos turísticos por parte de los visitantes que acuden a Adra, se diseñarán, fabricarán y colocarán en lugares estratégicos del municipio diferentes mapas comerciales y turísticos proporcionando así una información comercial y turística útil de los principales atractivos comerciales y turísticos del municipio.</p> <p>Además, tomando como referencia los hitos turísticos del municipio, se crearán paseos turísticos tematizados, pintados en líneas de colores en el suelo, que permitan a los visitantes del centro seguir dichos paseos para visitar los hitos turísticos asociados a cada una de las rutas definidas. Asimismo, se proporcionará información sobre los comercios ubicados en cada una de las rutas turísticas.</p> <p>Los recursos asociados a cada paseo estarán numerados, y al llegar a cada uno de ellos, existirá un monolito explicativo con información turística relevante.</p> <p>Las diferentes acciones que se realizarán para llevar a cabo esta actuación son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Diseño de paseos turísticos. – Pintado de calles. – Elaboración de mapa comercial y turístico donde aparezcan los hitos turísticos, así como los recursos cercanos a cada uno de ellos. – Promoción y difusión de las rutas turísticas. – Señalización de los paseos turísticos.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De marzo a octubre de 2023.
IMPORTE	72.600,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Ciudad de Compras”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas).
PRIORIDAD	Máxima prioridad (1).

○ **ACTUACIÓN 3: Mejora del paisaje urbano de las zonas turístico-comerciales.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio	
MEDIDA 1:	Adecuación, renovación y mejora de los espacios turístico-comerciales.
ACTUACIÓN 3:	Mejora del paisaje urbano de las zonas turístico-comerciales.
JUSTIFICACIÓN:	Como se ha detectado en el estudio-diagnóstico, algunos espacios de tránsito y estancia en la zona turístico-comercial de Adra no ofrecen una buena imagen paisajística (aparcamientos en superficie, contenedores, escasez de mobiliario, estado de locales y fachadas, etc.), que merman considerablemente el paisaje urbano de esta zona y, por tanto, su atractivo tanto comercial como turístico.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Para garantizar el correcto cuidado estético de estas importantes zonas, se va a llevar a cabo un proceso de ornamentación, embellecimiento y ajardinamiento para mejorar la calidad estética del paisaje urbano de las zonas comerciales y turísticas.</p> <p>Por otra parte, dado que existe una gran cantidad residuos domésticos que son peligrosos y que no se deben tirar en los contenedores habituales (radiografías médicas, baterías de móviles, dispositivos tecnológicos, pilas, etc.), se pretende instalar en la zona comercial puntos limpios de proximidad para facilitar al visitante (y residente) el reciclaje de este tipo de residuos, ofreciendo al turista un entorno de calidad y respetuoso con el medio ambiente.</p>
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra
CRONOGRAMA	De marzo a octubre de 2023.
IMPORTE	127.050,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	<p>80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Ciudad de Compras”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas).</p>
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

- **MEDIDA 2: Mejora de la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular en el centro urbano.**
- **ACTUACIÓN 4: Reducción y recogida selectiva de residuos en la zona turístico-comercial.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio	
MEDIDA 2:	Mejora de la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular en el centro urbano.
ACTUACIÓN 4:	Reducción y recogida selectiva de residuos en la zona turístico-comercial.
JUSTIFICACIÓN:	Como se ha detectado en el estudio-diagnóstico, algunos espacios de tránsito y estancia en la zona turístico-comercial de Adra no ofrecen una buena imagen paisajística (suciedad en las calles, mala imagen que ofrecen los contenedores, etc.), que merman considerablemente el paisaje urbano de esta zona y, por tanto, su atractivo tanto comercial como turístico.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Con esta actuación se pretende realizar acciones que permitan la reducción y recogida selectiva de residuos en la zona turístico-comercial de Adra, con objeto de optimizar y ser más eficientes en la recogida selectiva de residuos, a la vez que se mejora la imagen del espacio comercial. Para ello se pretende renovar y disimular los contenedores de residuos, soterrando algunos contenedores a modo de islas verdes o ecológicas en las tres principales calles comerciales del Centro Comercial Abierto.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra
CRONOGRAMA	De enero a diciembre de 2023.
IMPORTE	363.000,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Ciudad de Compras”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas).
PRIORIDAD	Máxima prioridad (1).

○ **ACTUACIÓN 5: Iluminación eficiente de la zona turístico-comercial.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio	
MEDIDA 2:	Mejora de la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular en el centro urbano.
ACTUACIÓN 5:	Iluminación eficiente de la zona turístico-comercial.
JUSTIFICACIÓN:	Como se ha detectado en el estudio-diagnóstico, algunos espacios de tránsito y estancia en la zona turístico-comercial de Adra no ofrecen una buena iluminación durante el horario comercial. Para solventar esta problemática, y con el objetivo de seguir cumpliendo el Reglamento de eficiencia energética en instalaciones de alumbrado exterior (RD 1890/2008) y ahorrar en el elevado consumo eléctrico que tiene este tipo de instalaciones, se pretende mejorar la iluminación de la zona turístico-comercial, contribuyendo así a mejorar el confort para realizar las compras.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Esta actuación pretende llevar a cabo un proceso de sustitución y renovación de iluminarias con tecnología eficiente e inteligente en los diferentes espacios comerciales, que no ha podido llevarse a cabo todavía por las limitaciones presupuestarias. Cabe también destacar que muchos ejes comerciales de Adra tienen un elevado tráfico, con un constante paso de vehículos. Sin embargo, no se pueden poner excesivos semáforos para no saturar el tráfico en dichos ejes, por lo que como medida de calmado de tráfico, y también ligado a actuaciones de eficiencia energética, se pretende señalar pasos de peatones iluminados, inteligentes y sostenibles, mediante el uso de placas fotovoltaicas.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra
CRONOGRAMA	De abril a octubre de 2023.
IMPORTE	90.750,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Ciudad de Compras”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas).
PRIORIDAD	Máxima prioridad (1).

- **ACTUACIÓN 6: Sensorización del sistema de recogida de residuos y medición de la calidad del aire.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio	
MEDIDA 2:	Mejora de la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular en el centro urbano.
ACTUACIÓN 6:	Sensorización del sistema de recogida de residuos y medición de la calidad del aire.
JUSTIFICACIÓN:	Es necesario potenciar una imagen de sostenibilidad del comercio local realizando actuaciones que mejoren la calidad ambiental y la economía circular en el centro urbano de Adra, sensibilizando a la población residente y visitante de que el comercio local es una alternativa más sostenible.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Esta actuación consiste en, por un lado, poner sensores en los diferentes contenedores de recogida selectiva de residuos para optimizar el sistema de recogida y, por otro, implementar pantallas de sensorización que comuniquen la calidad del aire en la zona turístico-comercial.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra
CRONOGRAMA	De abril a octubre de 2023.
IMPORTE	42.350,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Ciudad de Compras”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas).
PRIORIDAD	Prioridad baja (4).

- **MEDIDA 3: Utilización de las TIC como reclamo turístico-comercial.**
 - **ACTUACIÓN 7: Ampliación de la red Wifi en la zona turístico-comercial.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio	
MEDIDA 3:	Utilización de las TIC como reclamo turístico-comercial.
ACTUACIÓN 7:	Ampliación de la red Wifi en la zona turístico-comercial.
JUSTIFICACIÓN:	Es necesario, por un lado, favorecer el acceso de la ciudadanía y visitantes de Adra a los servicios informativos municipales y, por otro, mejorar la experiencia de compra de los habitantes de Adra y de sus turistas. Para ello es vital el uso de Internet y las TIC.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Con esta actuación se pretende ampliar la red Wifi municipal en las áreas turístico-comerciales de Adra con objeto de mejorar y facilitar el acceso al residente y visitante, mediante un servicio que ofrezca conectividad inalámbrica Wifi o similar. El objetivo es fomentar la conectividad a internet en forma de conexiones puntuales y de calidad en lugares de la vida pública, mediante un servicio gratuito y abierto a todo el visitante. De esta forma, la ciudadanía y turistas podrán informarse y disfrutar de las herramientas tecnológicas puestas en marcha para dinamizar el comercio y el turismo de la ciudad.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra
CRONOGRAMA	De marzo a octubre de 2023.
IMPORTE	72.600,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Ciudad de Compras”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas).
PRIORIDAD	Prioridad baja (4).

○ **ACTUACIÓN 8: Desarrollo y actualización de portales y herramientas turístico-comerciales.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio	
MEDIDA 3:	Utilización de las TIC como reclamo turístico-comercial.
ACTUACIÓN 8:	Desarrollo y actualización de portales y herramientas turístico-comerciales.
JUSTIFICACIÓN:	Es necesario, por un lado, favorecer el acceso de la ciudadanía y visitantes de Adra a los servicios informativos turísticos y comerciales del municipio y, por otro, mejorar la experiencia de compra de los habitantes de Adra y de sus turistas. Para ello es vital el uso de Internet y las TIC.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Con esta actuación se pretende mejorar y dotar de contenido a las actuales herramientas existentes, tanto turísticas (www.adraturismo.com) como comerciales, y que sean integrables en las otras herramientas tecnológicas del Ayuntamiento y del sector turístico y comercial.</p> <p>Con las mejoras de accesibilidad, integración de idiomas, mejora de la visibilidad, etc., se llevarán a cabo mejoras de contenidos donde se pueda implementar el directorio o guía comercial y hostelero del municipio, volcando toda la información promocional y turística de Adra para que el visitante pueda acceder a ellos de forma fácil y eficiente.</p> <p>Dentro de esta actuación se instalarán tótems o directorios digitales con información turística y comercial, pantallas en Oficinas de Turismo y otros puntos del espacio público con toda la información turística y comercial existente en Adra, para facilitar al visitante el acceso a la oferta, eventos y recursos existentes, así como mejorar su experiencia turística y comercial.</p>
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra
CRONOGRAMA	De marzo a octubre de 2023.
IMPORTE	61.710,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	<p>80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra</p> <p>(Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Ciudad de Compras”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas).</p>
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

- **ACTUACIÓN 9: Implementación de una plataforma móvil y dispositivos inteligentes para interactuar con ciudadanos y turistas.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio	
MEDIDA 3:	Utilización de las TIC como reclamo turístico-comercial.
ACTUACIÓN 9:	Implementación de una plataforma móvil y dispositivos inteligentes para interactuar con ciudadanos y turistas.
JUSTIFICACIÓN:	Mejorar la experiencia de compra de los habitantes y turistas de Adra.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Esta actuación consiste en crear una plataforma móvil multidisciplinar basada en la tecnología Bluetooth, compatible en cualquier lugar del mundo ofreciendo soluciones globales e innovadoras a través de pequeños dispositivos inteligentes llamados “beacons” que interactúan con ciudadanos y turistas. Se trata de una herramienta muy innovadora, útil, versátil, económica y con un gran carácter demostrativo.</p> <p>La señalización turística inteligente conecta un sistema de información físico (la señal) con el sistema de información del smartphone del turista utilizando la tecnología Beacon a través de una plataforma.</p> <p>El Beacon se aloja en el tapón del poste de la señal o panel de información y mediante tecnología Bluetooth de Baja Energía (BLE) ayuda a los terminales móviles a entender su emplazamiento y los recursos y servicios que los rodean.</p> <p>Gracias a esta actuación, los comercios del centro urbano de Adra podrán localizar a sus clientes vía Bluetooth cuando se encuentren a una distancia cercana y enviarles una oferta o promoción a través de la solución tecnológica denominada “beacons”. Estos aparatos son capaces de detectar la localización de los posibles clientes y registran los datos de comportamiento para poder determinar los gustos de los usuarios y personalizar las notificaciones que se mandan a cada uno.</p> <p>La mayor ventaja que presenta esta solución tecnológica para los comerciantes es que estos pueden saber no solo dónde está el comprador en cada momento, sino también cuanto tiempo se detiene en cada sección y por cuáles no muestra ningún interés. De este modo se crea una especie de perfil de cada usuario y se van personalizando las notificaciones que se mandan a cada uno en función de los gustos que se puedan desprender de sus datos.</p> <p>Desde el punto de vista del usuario se crea un vínculo más estrecho con la tienda y se puede recibir desde un mensaje de saludo al llegar al comercio, hasta descuentos especiales para sus productos favoritos o para su siguiente compra. No es necesario tener acceso a internet, de modo que el uso de esta tecnología no afecta al consumo de datos. Además, no es intrusivo, ya que a pesar de que el “beacon” siga transmitiendo información, al usuario solo le llegará si cuenta con la aplicación de la tienda y además tiene activados tanto el Bluetooth como las notificaciones.</p> <p>Para los comerciantes representa una oportunidad única para empezar a crear campañas de marketing personalizadas y a los usuarios les permite optimizar en las compras, pudiendo ver de antemano las ofertas y promociones de los diferentes comercios.</p>
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De enero a mayo de 2024.
IMPORTE	110.000,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	Pendiente de búsqueda de financiación
PRIORIDAD	Prioridad media (3).

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial

- **MEDIDA 4: Fomento de la actividad comercial.**
 - **ACTUACIÓN 10: Instalación de puestos de venta temporales de pop-up.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 4:	Fomento de la actividad comercial.
ACTUACIÓN 10:	Instalación de puestos de venta temporales de pop-up.
JUSTIFICACIÓN:	Con el cambio de hábitos de consumo y la decadencia del comercio de proximidad, se hace necesario promover la actividad comercial de los negocios de Adra, con el objetivo de aumentar las ventas y ofrecer a los consumidores una experiencia agradable, mejorando su experiencia de compra.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Esta actuación consiste en poner en marcha puestos de venta temporales de pop-up (“Pop-Up Stores”), que son espacios de venta creados durante un corto periodo de tiempo (unos días, semanas o pocos meses) en un espacio que sería inviable la presencia de puestos o la tienda durante largos periodos.</p> <p>Este espacio estaría destinado a tiendas que pertenecen a la Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra, para permitir tener a las marcas o productos una mayor presencia en sitios más emblemáticos de la ciudad y, además, crear un ambiente único que involucre a los clientes.</p> <p>Estas “Pop-Up Stores” generan sensaciones nuevas, empatía, cercanía, interactividad, etc. entre los clientes y los comercios. De esta manera el comercio puede dar a conocer su producto, venta de stock, tener un acercamiento con el cliente, promocionar el producto, lanzar un producto nuevo, conocer a viabilidad de su negocio en esa área comercial, etc.</p> <p>Este tipo de tiendas son indicadas para las campañas temporales como son Navidad, Noche en Blanco, Carnaval, Halloween, la “Vuelta al Cole”, San Valentín, Día de la madre y del padre, Vacaciones de Verano, Black Friday, etc.</p> <p>También, esta iniciativa puede aprovechar el calendario de días internacionales reconocidos por las Naciones Unidas para instalar este tipo de tiendas temporales, donde además de promocionar el negocio se puede colaborar con asociaciones sociales de interés destinando parte del beneficio a dicha asociación.</p> <p>Además, se puede establecer un día en el calendario que esté relacionado con la cultura y gastronomía del municipio de Adra.</p> <p>En definitiva, antes de instalar este tipo de tiendas se puede hacer un calendario de eventos aprovechando tanto la temporalidad como las festividades.</p> <p>La ubicación de las Tiendas temporales se establecería en las distintas zonas comerciales de mayor trasiego de viandantes, como por ejemplo el Paseo Marítimo, y se establecerían durante todo el año dándoles la oportunidad a todos los negocios locales por sector de actividad y aprovechando la temporalidad o festividad local.</p>
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De marzo de 2023 a diciembre de 2024.
IMPORTE	60.000 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	Pendiente de búsqueda de financiación
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).


o **ACTUACIÓN 11: Apoyo a la simplificación en la creación de nuevos comercios.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 4:	Fomento de la actividad comercial.
ACTUACIÓN 11:	Simplificación en los trámites para los nuevos comercios.
JUSTIFICACIÓN:	Uno de los obstáculos detectados en el estudio-diagnóstico para la creación de nuevos comercios es la burocracia y demora en cuanto a la obtención de la licencia de apertura del negocio. Es por ello que se ha incluido una propuesta de cambio en el proceso para la obtención de la misma.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Esta actuación consiste en, al igual que ya existe en otros municipios, agilizar los trámites para la obtención de la licencia de apertura a nuevos comercios.</p> <p>Se propone que la licencia de apertura para nuevos comercios se tramite mediante la presentación de una Declaración Responsable que permita realizar la apertura de un negocio comercial sin la necesidad de realizar la tramitación para la obtención de la licencia de apertura.</p> <p>Se propone modificar la Ordenanza Municipal donde se establecen las actividades que pueden operar con la Declaración Responsable, añadiendo las siguientes situaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Cuando No se requieran de tramitación de algún instrumento de prevención y control ambiental según Ley 7/2007 de Gestión Integrada de la Calidad Ambiental GICA. – Cuando No supongan cambio de usos de patrimonio histórico artístico protegido. – Cuando No impliquen el uso privado u ocupación de bienes de dominio público. – Cuando No requieran de autorización sectorial sanitaria, ni afecten directamente a la seguridad o salud públicas. – Cuando No lo determinen alguna legislación sectorial específica. <p>El procedimiento sería el siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) la Declaración Responsable se presentará al menos 15 días antes del inicio de la actividad; b) una vez sometida a trámite, los técnicos municipales constatan que el negocio cumple los requisitos declarados y exigidos. En el caso de no cumplirlos, se le establece un plazo de 10 días para subsanar o mejorar la misma; c) transcurrido dicho plazo, y no haber subsanado o mejorado en cada caso, se determinará la imposibilidad de continuar con el ejercicio de la actividad, surgiendo la necesidad de iniciar de nuevo el procedimiento aportando nueva Declaración Responsable; d) en el caso de contrario, una vez cumplidos los requisitos el Ayuntamiento concede una Tarjeta de Actividad que debe ser exhibida en el establecimiento. <p>La Declaración Responsable le permite al emprendedor el inicio de la actividad una vez que haya transcurrido un plazo de 15 días desde el día de la presentación de la Declaración Responsable, sin perjuicio de las facultades de comprobación, control e inspección posterior por parte de los servicios municipales.</p>
AGENTES IMPLICADOS	• Ayuntamiento de Adra
CRONOGRAMA	De abril de 2023 a diciembre de 2024
IMPORTE	SIN COSTE
FUENTES DE FINANCIACIÓN	NO TIENE COSTE
PRIORIDAD	Máxima prioridad (1).


○ **ACTUACIÓN 12: Acciones de mentoring para los comerciantes.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 4:	Fomento de la actividad comercial.
ACTUACIÓN 12:	Acciones de mentoring en los comercios.
JUSTIFICACIÓN:	Se hace necesario incrementar la actividad de los comercios de Adra mediante acciones que favorezcan la consolidación y el crecimiento empresarial. En este caso se fomenta la mejora de la competitividad mediante sesiones de mentoring con un/a empresario/a de referencia en el sector mediante la participación voluntaria y colaborativa.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Se propone la creación y puesta en marcha de un Programa Mentor, organizando grupos reducidos de comerciantes que quieran participar en el programa y que pertenezcan a la misma actividad comercial (personas mentorizadas) para ser asesorados por un directivo o empresario de referencia de ese sector de actividad (persona mentora) mediante su colaboración altruista. De esta manera se favorece a la consolidación y al crecimiento empresarial a través de aportaciones voluntarias por parte del mentor de sus conocimientos en materia de gestión integral empresarial y experiencia profesional.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • ASEMPAL • Cámara de Comercio de Almería • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra.
CRONOGRAMA	De septiembre de 2023 a diciembre de 2024.
IMPORTE	SIN COSTE
FUENTES DE FINANCIACIÓN	NO TIENE COSTE
PRIORIDAD	Prioridad media (3).

- **MEDIDA 5: Potenciar la actividad comercial del Mercado Municipal.**
 - **ACTUACIÓN 13: Mejora de la accesibilidad en el entorno del Mercado Municipal de Adra.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 5:	Potenciar la actividad comercial del Mercado Municipal.
ACTUACIÓN 13:	Mejora de la accesibilidad en el entorno del Mercado Municipal de Adra.
JUSTIFICACIÓN:	El entorno urbanístico del Mercado Municipal tiene difícil tránsito para los peatones, barreras de acceso a personas discapacitadas y presenta, en general, un mal estado.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Tras la reciente renovación del Mercado Municipal de Adra en 2022, con una inversión de 1.200.000 euros, cofinanciada entre fondos europeos y municipales, se ha conseguido rehabilitar de forma integral y con una imagen renovada este inmueble, convirtiéndose en la actualidad en un espacio comercial moderno y luminoso, con opciones de incorporar gastrobares y otros usos.</p> <p>Sin lugar a dudas, esta rehabilitación ha supuesto toda una revitalización para la zona centro de la localidad, aspecto que debe de ir acompañado de la mejora de su entorno. Es por ello que, con la presente actuación, se plantea la adecuación y mejora para la accesibilidad del entorno del mercado municipal de Adra, de forma que se permita hacer más visible la oferta comercial y de servicios de este espacio en su conjunto tanto para los habitantes de Adra como para los turistas. En concreto, con esta actuación, se eliminarán barreras urbanísticas y mejorará así el tránsito peatonal. Además, se pretende incrementar el acerado para uso público, siendo este un primer paso que sienta las bases de la futura peatonalización de la vía.</p> <p>Esta actuación es fundamental para avanzar hacia la accesibilidad universal del municipio y lograr la adecuada cohesión e inclusión de todas las personas independientemente de su condición física e intelectual.</p>
	
AGENTES IMPLICADOS	• Ayuntamiento de Adra
CRONOGRAMA	De marzo a octubre de 2023.
IMPORTE	84.700,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

- **ACTUACIÓN 14: Implantación de contenedores orgánicos en el entorno del Mercado Municipal de Adra.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 5:	Potenciar la actividad comercial del Mercado Municipal.
ACTUACIÓN 14:	Implantación de contenedores orgánicos en el entorno del Mercado Municipal de Adra.
JUSTIFICACIÓN:	Es necesario potenciar una imagen de sostenibilidad del comercio local realizando actuaciones que mejoren la calidad ambiental y la economía circular en el centro urbano de Adra, sensibilizando a la población residente y visitante de que el comercio local es una alternativa más sostenible.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Con esta actuación se pretende dotar de al menos 6 contenedores para residuos orgánicos que se colocarán en las inmediaciones y entorno del Mercado Municipal de Adra.</p> <p>Gracias a este tipo de contenedores, que permiten separar los residuos orgánicos, se contribuirá a la disminución de vertidos, disminuir los gases de efecto invernadero al haber menos residuos, generar compost, ayudar a producir biogás, reducir el uso de fertilizantes químicos y abonos inorgánicos, mejorar la calidad del aire y la cantidad y calidad de otros productos reciclados al no tener materia orgánica.</p> <div style="text-align: center;">  </div>
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra
CRONOGRAMA	De septiembre a octubre de 2023.
IMPORTE	18.150,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	<p>80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto "Adra Comercio Digital", para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).</p>
PRIORIDAD	Prioridad media (3).

○ **ACTUACIÓN 15: Implantación de red Wifi inteligente en el Mercado de Adra y su entorno.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 5:	Potenciar la actividad comercial del Mercado Municipal.
ACTUACIÓN 15:	Implantación de red Wifi inteligente en el Mercado de Adra y su entorno.
JUSTIFICACIÓN:	Es necesario mejorar la experiencia de compra de los habitantes de Adra y de sus turistas. Para ello es vital el uso de Internet y las TIC. Con esta actuación no sólo se implementará una red Wifi en el Mercado de Adra y su entorno que permita la conexión a Internet de comerciantes y visitantes, sino que también incorporará herramientas y soluciones digitales para que tanto los comercios como visitantes mejoren su experiencia de compra accediendo a servicios a través de Internet.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Esta actuación consiste en la puesta en marcha de una red WiFi gestionada con tecnologías avanzadas que permitan no sólo el beneficio de los comercios del Mercado Municipal, sino también establecer relación con los clientes y potenciales consumidores, así como obtener información relevante para la relación con los potenciales consumidores. La tecnología que se implementará contendrá herramientas de diagnóstico remoto que permiten, en tiempo real, resolver problemas a través de Internet.</p> <p>Con ella los diferentes actores podrán publicar contenidos según el alcance establecido para cada uno:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comerciante. El canal le permitirá comunicar a los clientes toda la información referente a los productos y servicios ofrecidos en el puesto del mercado. ➤ Proveedores de productos. A través del canal, proveedores de productos podrán promocionar sus novedades ofrecidas en el establecimiento, pudiendo incorporar en el canal sus propias campañas de marketing. ➤ Terceros. Con la idea de dinamizar el canal y suministrar información de servicio público, se abrirán espacios para la emisión de mensajes institucionales y de información de carácter general como noticias, tiempo, recomendaciones, etc.
AGENTES IMPLICADOS	• Ayuntamiento de Adra
CRONOGRAMA	De febrero a marzo de 2023.
IMPORTE	9.075,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).
PRIORIDAD	Prioridad media (3).

- **MEDIDA 6: Captación de emprendedores**
 - **ACTUACIÓN 16: Plan de relevo generacional.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 6:	Captación de emprendedores.
ACTUACIÓN 16:	Plan de relevo generacional.
JUSTIFICACIÓN:	El envejecimiento de la población y la existencia de comercios tradicionales en el núcleo urbano sin posibilidad de relevo generacional hace necesaria la puesta en marcha de acciones que pongan en contacto a estos comercios con potenciales emprendedores que continúen desarrollando la actividad comercial.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Esta actuación se desarrollará a través de las siguientes acciones:</p> <p>1.-Detección de Empresas sin Relevo.- Se realizará, con el apoyo de los agentes implicados, un registro o censo de los establecimientos comerciales con escasas posibilidades de relevo generacional para la creación de un Banco de Empresas sin Relevo Generacional.</p> <p>2.- Difusión del Banco de Empresas sin Relevo Generacional en el municipio y en los espacios y entidades con posibilidades de generación de emprendedores.</p> <p>3.-Diagnóstico y Plan de Relevo Generacional.- Una vez que un emprendedor se interese por un negocio del Banco de Empresas sin Relevo Generacional, se realizará un Diagnóstico de la situación en la que se encuentra el establecimiento para su continuidad empresarial, incidiendo en posibles mejoras en el modelo de negocio, la estrategia comercial, etc. Para ello se facilitará un Manual de Relevo Generacional del Comercio (adecuación del modelo de negocio, modelo y condiciones de traspaso óptimas u otras medidas similares). Asimismo, se realizarán acciones para poner en marcha convenios de colaboración que permitan la generación de incentivos fiscales para el nuevo relevo generacional (IBI, basuras, etc.).</p>
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra • Emprendedores de la provincia de Almería (aunque priorizando a los de la zona de actuación). • Responsables de los establecimientos comerciales de la zona de actuación.
CRONOGRAMA	De mayo de 2023 a diciembre de 2024.
IMPORTE	45.000,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	Pendiente de búsqueda de financiación.
PRIORIDAD	Prioridad media (3).

- **ACTUACIÓN 17: Implantación de plataforma inteligente para captación de emprendedores en zonas comerciales con locales vacíos.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 6:	Captación de emprendedores.
ACTUACIÓN 17:	Implantación de plataforma inteligente para captación de emprendedores en zonas comerciales con locales vacíos.
JUSTIFICACIÓN:	La existencia de locales vacíos en la zona turístico-comercial del núcleo urbano es una oportunidad de generar nuevos negocios comerciales, impulsando el emprendimiento e incrementando la actividad comercial del núcleo urbano de Adra.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Con esta actuación se pretende poner en marcha una plataforma inteligente destinada a facilitar la identificación de locales comerciales vacíos en el entorno comercial, así como detallar sus características. El objetivo es visibilizar nichos de negocio en el sector comercial, mediante la aportación de información básica a potenciales emprendedores a través de una Web-App en la que se ofrezcan datos relevantes a emprendedores relativos a la superficie del espacio, tipología de comercios aledaños y posibles usos, entre otra información.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De marzo a junio de 2023.
IMPORTE	36.300,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

○ **ACTUACIÓN 18: Atracción de emprendedores e inversores.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 6:	Captación de emprendedores.
ACTUACIÓN 18:	Red de prescriptores para la atracción de emprendedores e inversores.
JUSTIFICACIÓN:	La competencia generada por territorios cercanos, como El Ejido o Roquetas de Mar, para la captación de inversores y emprendedores hace necesario un plan que permita dar a conocer los atractivos, oportunidades y potencialidades de Adra para atraer a inversores y emprendedores al municipio.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Esta actuación consiste en crear una red de prescriptores coordinados en la tarea de atraer o captar a inversores y emprendedores para su instalación en Adra. Para ello se realizará un sistema de comercialización que aporte, a estos inversores y emprendedores, la información y la orientación comercial suficiente para la implantación en el municipio.</p> <p>Algunas de las acciones que se llevarán a cabo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseñar el plan de atracción de emprendedores e inversores en función de los atractivos, oportunidades y potencialidades del territorio. ➤ Elaborar un Dossier de Comercialización y entregar a los prescriptores, para que sea una carta de presentación para atraer a emprendedores e inversores. ➤ Realizar Campañas y Acciones específicas de Comunicación a desarrollar en diferentes medios y espacios para fomentar y canalizar la demanda de inversores y emprendedores hacia el municipio de Adra.
AGENTES IMPLICADOS	Mapa de agentes del comercio de Adra.
CRONOGRAMA	De mayo de 2023 a diciembre de 2024.
IMPORTE	57.800,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	Pendiente de búsqueda de financiación
PRIORIDAD	Prioridad media (3).

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: el fomento de la modernización y la innovación de las pymes comerciales

- **MEDIDA 7: Transformación digital de los comercios de Adra.**
 - **ACTUACIÓN 19: Diagnóstico de madurez tecnológica a los comercios de Adra.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 7:	Transformación digital de los comercios de Adra.
ACTUACIÓN 19:	Diagnóstico de madurez tecnológica a los comercios de Adra.
JUSTIFICACIÓN:	Con motivo del contexto de crisis sanitaria derivada de la COVID-19, la transformación digital ha tomado fuerza y el cambio ha pasado a ser más necesario que nunca. Muchos negocios se están viendo obligados a actualizarse a pasos agigantados, entendiéndose a la perfección que sólo aquellos suficientemente ágiles y con la habilidad de adaptarse a este nuevo marco podrán alcanzar el éxito.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Esta actuación consiste en prestar un servicio de diagnóstico tecnológico a través de una herramienta de gestión que permita determinar las capacidades tecnológicas de los comercios, enfatizando las fortalezas y marcando los retos por alcanzar, y recurriendo para ello al análisis de la cadena de valor, examinando de forma sistemática todas las actividades que la PYME desempeña y cómo interactúan entre sí. Posteriormente se realiza un informe de su situación tecnológica y se le compara con el mercado y su competencia para ver decisiones de mejora e innovación. Este diagnóstico tecnológico se estructurará en al menos seis ejes clave que deben verse impactados en este proceso, como son: estrategia y cultura digital; experiencia del cliente; organización, comunicación y talento; productos y servicios; infraestructura y tecnología, y procesos.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De mayo a diciembre de 2023.
IMPORTE	22.385,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

○ **ACTUACIÓN 20: Soporte y asistencia técnica a la digitalización de los comercios de Adra.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 7:	Transformación digital de los comercios de Adra.
ACTUACIÓN 20:	Soporte y asistencia técnica a la digitalización de los comercios de Adra.
JUSTIFICACIÓN:	Con motivo del contexto de crisis sanitaria derivada de la COVID-19, la transformación digital ha tomado fuerza y el cambio ha pasado a ser más necesario que nunca. Muchos negocios se están viendo obligados a actualizarse a pasos agigantados, entendiéndose a la perfección que solo aquellos suficientemente ágiles y con la habilidad de adaptarse a este nuevo marco podrán alcanzar el éxito.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Esta actuación consiste en poner a disposición de los comercios de Adra un consultor experto en transformación tecnológica y conocedor de distintas herramientas para realizar un proceso de transformación digital, ayudando a los comercios de la zona a la implantación de las herramientas y soluciones digitales más adecuadas para su negocio, así como búsqueda de financiación como el Kit Digital. El consultor resolverá, en una atención temprana y de primer nivel, el uso de las herramientas y la tramitación de las ayudas del Kit Digital, contribuyendo a garantizar su éxito de implantación y uso.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De mayo a diciembre de 2023.
IMPORTE	36.300,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).
PRIORIDAD	Prioridad media (3).

○ **ACTUACIÓN 21: Soporte y asistencia técnica a los comercios de Adra.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 7:	Transformación digital de los comercios de Adra.
ACTUACIÓN 21:	Implementación de herramienta tecnológica CRM.
JUSTIFICACIÓN:	El cambio de hábitos de los consumidores y la normalización de las TIC en todos los ámbitos de la vida provocan la necesidad de cambiar y modernizar la forma en que los comercios se relacionan con sus clientes. Así, el uso de las hojas de cálculo en Excel para almacenar los datos de los clientes, los correos electrónicos independientes y las tarjetas de visita han quedado en el pasado, y es necesaria la implementación de herramientas que faciliten la gestión de los clientes y, con ello, incrementar la actividad comercial y las ventas.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Esta actuación consiste en la implementación de una herramienta tecnológica CRM para la mejora de la atención, relación de cliente y su fidelización, mediante el uso de nuevas tecnologías y técnica de analítica avanzada. La herramienta, concretamente la Cloud CRM toolbar, está compuesta por las aplicaciones para gestión de leads, gestión de clientes, comunicaciones eficientes, gestión de oportunidades o reportes automáticos. Asimismo, se incluirán aplicaciones de marketing social y electrónico para administrar redes sociales, planificación y supervisión, así como para la creación de campañas publicitarias a través de correo electrónico. Las herramientas podrán ser accesibles desde cualquier dispositivo conectado a Internet.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De mayo a octubre de 2023.
IMPORTE	36.300,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

- **MEDIDA 8: Implementación de soluciones tecnológicas.**
- **ACTUACIÓN 22: Implementación de herramienta de Business Intelligence.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 8:	Implementación de soluciones tecnológicas.
ACTUACIÓN 22:	Implementación de herramienta de Business Intelligence.
JUSTIFICACIÓN:	Esta actuación contribuye a resolver la problemática existente en el comercio de Adra, que no ha emprendido suficientemente el camino de la digitalización, necesitando adoptar herramientas que permitan realizar una transición de lo analógico a lo digital, modernizando sus relaciones con clientes, aprovechar las herramientas de CRM, Big Data, wifi inteligente que existen, para poder adaptar sus productos y servicios a las necesidades de los clientes y de un público objetivo tanto local como nacional.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Esta actuación consiste en la puesta en marcha e implementación de una herramienta tecnológica de Business Intelligence para la realización de autodiagnósticos sobre la viabilidad del negocio. Esta herramienta permitirá recoger toda la información de carácter económico y financiero relativa al comercio, con la finalidad de determinar su viabilidad económica y el cumplimiento de las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez necesarias para su supervivencia en el largo plazo.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De mayo a diciembre de 2023.
IMPORTE	12.705,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).
PRIORIDAD	Prioridad baja (4).

- **ACTUACIÓN 23: Implementación de herramienta tecnológica para la gestión interna del negocio, ventas y relación con proveedores.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 8:	Implementación de soluciones tecnológicas.
ACTUACIÓN 23:	Implementación de herramienta tecnológica para la gestión interna del negocio, ventas y relación con proveedores.
JUSTIFICACIÓN:	Esta actuación contribuye a resolver la problemática existente en el comercio de Adra, que no ha emprendido suficientemente el camino de la digitalización, necesitando adoptar herramientas que permitan realizar una transición de lo analógico a lo digital, modernizando sus relaciones con clientes, aprovechar las herramientas de CRM, Big Data, wifi inteligente que existen, para poder adaptar sus productos y servicios a las necesidades de los clientes y de un público objetivo tanto local como nacional.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Esta actuación consiste en la implementación de una solución, la Cloud TPV POS toolbar, para la gestión interna del negocio, ventas y relación con proveedores. Esta solución está compuesta por un paquete de aplicaciones con las siguientes funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Punto de venta que ingresa automáticamente cualquier transacción en las existencias. – Ver en tiempo real la disponibilidad de productos sin perder tiempo y su conexión con la web de comercio electrónico y su integración con el inventario. – Integrar con el sistema de comercio electrónico, lo que permite al comercio ser un negocio verdaderamente multicanal. – Permitir la creación de un sitio web profesional fácilmente, con comercio electrónico y accesible desde distintos dispositivos. – Integrar diversas soluciones de marketing, así como un chat en vivo. – Soporta diversos modos de pago y fácil integración con proveedores de envíos. – Generación de facturas automática basadas en presupuestos y facturas recurrentes. – Envío de facturas a los clientes desde la aplicación, envío de propuestas de venta automatizando la autorización y el pago y gestión de listas de precios y descuentos. – Gestionar fácilmente las órdenes de proveedores y órdenes de compra mejorando la cadena de suministro y el rendimiento de inventarios. – Automatizar el flujo de compras y envío automático de solicitudes a los proveedores en función de los niveles de existencias. – Mejorar el rendimiento de las compras e inventarios con reglas de aprovisionamiento en función de los niveles de existencias, normas logísticas, órdenes de venta, órdenes de fabricación previstas etc. – Permitir diferentes métodos de reabastecimiento para cada producto dependiendo de las estrategias de fabricación y entrega. – Permitir gestionar la trazabilidad del producto en múltiples almacenes en línea con distintas soluciones y facilidades para el comercio.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De mayo a diciembre de 2023.
IMPORTE	38.720,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	<p>80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).</p>
PRIORIDAD	Prioridad baja (4).

- **ACTUACIÓN 24: Implementación de aplicación tecnológica para avanzar en la gestión y recogida de pedidos omnicanal.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 8:	Implementación de soluciones tecnológicas.
ACTUACIÓN 24:	Implementación de aplicación tecnológica para avanzar en la gestión y recogida de pedidos omnicanal.
JUSTIFICACIÓN:	Esta actuación contribuye a resolver la problemática existente en el comercio de Adra, que no ha emprendido suficientemente el camino de la digitalización, necesitando adoptar herramientas que permitan realizar una transición de lo analógico a lo digital, modernizando sus relaciones con clientes, aprovechar las herramientas de CRM, Big Data, wifi inteligente que existen, para poder adaptar sus productos y servicios a las necesidades de los clientes y de un público objetivo tanto local como nacional.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Esta actuación consiste en la implementación de una aplicación tecnológica para avanzar en la gestión y recogida de pedidos omnicanal (web, telefónico, WhatsApp,...). Esta aplicación consiste en una tienda de comercio electrónico accesible a través de diferentes dispositivos que permite: <ul style="list-style-type: none"> – Personalización del sitio. – Totalmente integrada con la aplicación de inventario. – Soportar diversos modos de pago. – Integración con las empresas de logística. – Gestión de la entrega a dominio de los productos adquiridos en el comercio. – Permite un seguimiento del pedido para conocer en cada momento la situación del mismo.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De mayo a diciembre de 2023.
IMPORTE	29.040,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

- **MEDIDA 9: Digitalización del Mercado Municipal de Adra.**
 - **ACTUACIÓN 25: Actualización de la Web del Mercado de Adra y dinamización de las redes sociales.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 9:	Digitalización del Mercado Municipal de Adra.
ACTUACIÓN 25:	Actualización de la Web del Mercado de Adra y dinamización de las redes sociales.
JUSTIFICACIÓN:	Esta actuación favorecerá el acceso de la ciudadanía y visitantes al mercado municipal a los servicios informativos municipales, mejorará la experiencia de compra y facilitará la conexión de los clientes con sus proveedores. Todo ello con objeto de provocar un incremento de las ventas y una optimización del canal de suministros y distribución de los productos.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Esta actuación consiste en realizar la actualización de la página Web del Mercado Municipal de Adra para que ofrezca, entre otros, los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realización de los trámites para optar a un puesto comercial en el mercado municipal. ➤ Información referente al mercado (historia, servicios que ofrece, noticias, actividades, eventos, blog, recetas típicas de la región,...). ➤ Mapa interactivo para localizar los diferentes puestos del mercado y visualización de los mismos según la actividad comercial que desarrollen (fruterías, carnicerías, pescaderías, etc.). ➤ Escaparate de los comercios presentes en el mercado, con toda la información de cada uno de los puestos y accesos a sus propias páginas Web. <p>De forma complementaria se realizarán acciones de dinamización del mercado municipal en redes sociales.</p>
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Comercios del Mercado Municipal de Adra
CRONOGRAMA	De mayo a octubre de 2023.
IMPORTE	10.285,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	<p>80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).</p>
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

- **ACTUACIÓN 26: Adquisición y puesta en marcha de pantalla LED con software en el Mercado de Adra.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 9:	Digitalización del Mercado Municipal de Adra.
ACTUACIÓN 26:	Adquisición y puesta en marcha de pantalla LED con software en el Mercado de Adra.
JUSTIFICACIÓN:	Esta actuación está dirigida a modernizar el espacio municipal del mercado a través del suministro y colocación de una pantalla que permita a los visitantes obtener información publicitaria y/o promocional de los diferentes productos ofertados, asimismo información municipal y, en particular, relativas al mercado municipal y sus comercios.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Esta actuación consiste en la adquisición y puesta en marcha de una pantalla LED con software que favorezca la transformación del área comercial, mejorando la experiencia de compra en el Mercado de Adra.</p> <p>Se realizarán las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Suministro de pantalla LED que permita la transformación del área comercial, mejorando la experiencia de compra. ➤ Licencia de uso de la aplicación para la creación, gestión y emisión de contenidos y la gestión remota de la pantalla. <p>La conexión de la pantalla se llevará a cabo a través de la instalación del cableado necesario, y se implantará un software que permitirá, al personal asignado a dicho servicio, tanto su custodia como el control de las emisiones informativas, publicitarias, promocionales o municipales que se estimen convenientes.</p>
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Comercios del Mercado Municipal de Adra
CRONOGRAMA	De febrero a marzo de 2023.
IMPORTE	11.495,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	<p>80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea</p> <p>20% financiada por el Ayuntamiento de Adra</p> <p>(Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).</p>
PRIORIDAD	Prioridad media (3).

○ **ACTUACIÓN 27: Implantación de sistema de adjudicación de turnos para atención al público.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 3: incremento de la actividad comercial	
MEDIDA 9:	Digitalización del Mercado Municipal de Adra.
ACTUACIÓN 27:	Implantación de sistema de adjudicación de turnos para atención al público.
JUSTIFICACIÓN:	Esta actuación está dirigida a modernizar el espacio municipal del mercado y a mejorar la experiencia de compra de los clientes del mercado.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Una de las mejoras tecnológicas que se aplicará en el mercado municipal es la instalación de un sistema de gestión de turnos. De esta forma, cuando un cliente llega al mercado, encontrará un expendedor de tickets, pulsará un botón en la pantalla táctil y obtendrá un ticket con su número de espera.</p> <p>Habrà una pantalla informativa con el estado de atención de las mesas y cuando llegue su turno aparecerá en pantalla su número y puesto de atención a la que dirigirse junto con un sonido para avisar.</p> <p>Posteriormente, el comprador será atendido en el puesto correspondiente y, tras la misma, la persona que lo atendió cerrará su turno y clasificará su atención.</p> <p>Las características de este sistema para la adjudicación de turnos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Es modular y escalable ➤ Usa hardware estándar fácil de implantar ➤ Estadísticas del sistema de colas ➤ Proporciona datos estadísticos ➤ Permite gestión multicolas <p>Las ventajas que proporciona un sistema de adjudicación de turnos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Mejora la imagen del mercado (más moderno y tecnológico) – El sistema de tickets reduce los tiempos de atención – Permite una atención más personalizada y reduce costes
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Comercios del Mercado Municipal de Adra
CRONOGRAMA	De enero a mayo de 2024.
IMPORTE	25.000,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	Pendiente de búsqueda de financiación.
PRIORIDAD	Prioridad baja (4).

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial

- **MEDIDA 10: Dinamización del comercio del municipio.**
 - **ACTUACIÓN 28: Campaña de sensibilización Adra Comercio Sostenible.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial	
MEDIDA 10:	Dinamización del comercio del municipio.
ACTUACIÓN 28:	Campaña de sensibilización Adra Comercio Sostenible.
JUSTIFICACIÓN:	El comercio urbano de proximidad es un referente de sostenibilidad, considerado como generadores de vida de los centros urbanos por su capacidad de generar continuo tránsito por sus calles, siendo elementos vertebradores del barrio, como modelo económico sostenible que potencia el sistema productivo local al generar sinergias económico-sociales en su entorno inmediato, por lo que a su función económica hay que añadirle su importante función social.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Con esta actuación se pretende llevar a cabo una o varias campañas de sensibilización a residentes y visitantes a consumir en el comercio local (promoción, visitas al Mercado Municipal, Showcoking, visualización del producto local...).
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De abril a octubre de 2023.
IMPORTE	90.750,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Ciudad de Compras”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas).
PRIORIDAD	Máxima prioridad (1).

○ **ACTUACIÓN 29: Acciones de dinamización para captación de clientes.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial	
MEDIDA 10:	Dinamización del comercio del municipio.
ACTUACIÓN 29:	Acciones de dinamización para captación de clientes.
JUSTIFICACIÓN:	El comercio urbano de proximidad es un referente de sostenibilidad, considerado como generadores de vida de los centros urbanos por su capacidad de generar continuo tránsito por sus calles, siendo elementos vertebradores del barrio, como modelo económico sostenible que potencia el sistema productivo local al generar sinergias económico-sociales en su entorno inmediato, por lo que a su función económica hay que añadirle su importante función social.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Esta actuación consiste en realizar acciones de dinamización en el Centro Comercial Abierto y el entorno del Mercado para fomentar la captación de clientes. El impulso al tejido comercial local debe estar acompañado de acciones que aumenten el flujo de población y turistas en las zonas de influencia comerciales, para lo que es importante la realización de eventos y actividades que dinamicen, desde el punto de vista cultural, artístico y con perspectiva de género y diversidad. Con esta actuación se pretende potenciar las compras, y para ello se organizarán y desarrollarán una serie de actividades a pie de calle que contribuyan a potenciar las ventas.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	Diciembre de 2023.
IMPORTE	42.350,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

- **ACTUACIÓN 30: Campaña a través de medios digitales y audiovisuales para potenciar el comercio local.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial	
MEDIDA 10:	Dinamización del comercio del municipio.
ACTUACIÓN 30:	Campaña a través de medios digitales y audiovisuales para potenciar el comercio local.
JUSTIFICACIÓN:	El comercio urbano de proximidad es un referente de sostenibilidad, considerado como generadores de vida de los centros urbanos por su capacidad de generar continuo tránsito por sus calles, siendo elementos vertebradores del barrio, como modelo económico sostenible que potencia el sistema productivo local al generar sinergias económico-sociales en su entorno inmediato, por lo que a su función económica hay que añadirle su importante función social.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Esta actuación consiste en diseñar y realizar una campaña a través de medios digitales y audiovisuales para potenciar el comercio local, visibilizando acciones de transformación digital ligadas a otras actuaciones del Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra.</p> <p>Esta actuación comenzará con el diseño de la campaña, en la que podrán incluir diferentes formatos, como por ejemplo publicidad y publirreportajes en el medio digital, dada la facilidad de vincular estas acciones de difusión con las Webs desarrolladas y las redes sociales, así como la facilidad de actualizar los datos para que se adecúen a la situación temporal.</p> <p>Las principales acciones son la de realizar una campaña publicitaria de banner, radio, o cualquier otra alternativa en diarios digitales, compra de espacios Web o publirreportajes para visibilizar la transformación digital del comercio local y compartir experiencias de éxito. Igualmente se publicitarán todas aquellas actuaciones relacionadas con el impulso al Plan de Comercio o el propio desarrollo del mismo.</p>
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De marzo a octubre de 2023.
IMPORTE	9.075,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	<p>80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra</p> <p>(Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).</p>
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

- **MEDIDA 11: Estrategia digital de dinamización comercial.**
- **ACTUACIÓN 31: Estrategia de comunicación digital.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial	
MEDIDA 11:	Estrategia digital de dinamización comercial.
ACTUACIÓN 31:	Estrategia de comunicación digital.
JUSTIFICACIÓN:	La tecnología ya estaba transformando el sector comercial y el turístico antes de la irrupción del Covid-19, tanto por parte del sector (marketing digital, aplicaciones móviles, Big Data, robótica...), como en el consumidor, con mayor capacidad de decisión desde Internet y en su estancia en el destino turístico o comercial, siendo cada vez más proactivo y con mayor capacidad de generar contenidos (valoraciones y recomendaciones). Por ello esta intervención tiene el objetivo de dinamizar el comercio del municipio de Adra mediante una campaña de comunicación sirviéndose de soportes y herramientas digitales.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Esta actuación consiste en diseñar y ejecutar una estrategia de comunicación digital eficiente para captar y fidelizar consumidores (residentes y turistas) en el comercio urbano de Adra mediante la generación de contenidos multimedia para la promoción comercial, así como otras herramientas tecnológicas que impulsen la zona de turismo de compras: QRs, RRSS, campañas de SEM Google adwords, Facebook Ads e Instagram ADS durante las campañas comerciales para atraer visitantes, etc.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De enero a diciembre de 2023.
IMPORTE	48.400,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Ciudad de Compras”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas).
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

- **ACTUACIÓN 32: Guía y recursos de estrategias de transformación tecnológica en el comercio local.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial	
MEDIDA 11:	Estrategia digital de dinamización comercial.
ACTUACIÓN 32:	Guía y recursos de estrategias de transformación tecnológica en el comercio local.
JUSTIFICACIÓN:	<p>Si hay una palabra que define el tiempo que vivimos es “cambio”. Y es que afrontamos cada día nuevas formas de vivir y trabajar, sea voluntariamente, por un afán de mejora continua, o también en ocasiones forzados por las circunstancias, como ha sido el caso de la crisis sanitaria del COVID-19, que ha funcionado como un catalizador de modificaciones sustanciales en diversas áreas.</p> <p>Para afrontar estos importantes retos, se pondrá al alcance de los comercios una sencilla herramienta que ayude a consolidar el salto digital, y para ello es necesario comunicar de una manera adecuada y constante de esta situación para conseguir que la población interiorice este mensaje tan importante para todos.</p>
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Esta actuación consiste en elaborar una guía y recursos de estrategias de transformación tecnológica en el comercio local.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De febrero a abril de 2023.
IMPORTE	10.285,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	<p>80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra</p> <p>(Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).</p>
PRIORIDAD	Prioridad baja (4).

- **ACTUACIÓN 33: Difusión de los servicios y actividades de la Oficina Acelera Pyme Cámara Almería entre los comercios de Adra.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial	
MEDIDA 11:	Estrategia digital de dinamización comercial.
ACTUACIÓN 33:	Difusión de los servicios y actividades de la Oficina Acelera Pyme Cámara Almería entre los comercios de Adra.
JUSTIFICACIÓN:	<p>El Programa Acelera pyme es la iniciativa del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital destinada a construir el ecosistema de referencia de la transformación digital de las pymes.</p> <p>Está desarrollado por Red.es, entidad dependiente de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, y se enmarca en el Plan de Digitalización de Pymes 2021 – 2025, que cuenta con más de 4.000 millones de euros de presupuesto.</p> <p>Se ha creado, a partir de la firma de un convenio con Cámara de España y otros agentes, una red de Oficinas Acelera pyme (“OAPs”) la cual es el punto de encuentro físico y virtual para el apoyo de todas las pymes, autónomos y emprendedores del país, cuyo objetivo es impulsar la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas (incluidas las de nueva creación), autónomos y emprendedores. A su vez, realizan labores de sensibilización sobre las ventajas y metodologías innovadoras para optimizar el funcionamiento de sus negocios, mediante la incorporación de las TIC).</p> <p>La Cámara de Comercio de Almería es una de las entidades que forman parte de dicha red de Oficinas Acelera Pyme y presta los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Servicio de atención presencial, que incluye un asesoramiento y la resolución de consultas de los usuarios acerca de los nuevos procesos de transformación digital. ➤ Servicio de atención remota, para resolver cuestiones a las pymes en materia de transformación digital. ➤ Jornadas técnicas en las que se tratan temas determinados, vinculados con la transformación digital. ➤ Talleres prácticos, relacionados con la incorporación de las TIC en los procesos productivos de las pymes. ➤ Servicios tecnológicos y de infraestructuras, certificado/ validación de productos, procesos, desarrollos, etc. ➤ Fomento de las relaciones entre agentes del ecosistema. ➤ Información sobre acceso a la financiación pública y privada.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Difundir entre los comercios de Adra la existencia de la Oficina Acelera Pyme de la Cámara de Comercio de Almería para que el sector comercial pueda aprovechar los servicios y recursos que proporciona esta oficina.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara de Comercio de Almería • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De marzo de 2023 a diciembre de 2024.
IMPORTE	GRATUITA
FUENTES DE FINANCIACIÓN	La Oficina Acelera Pyme de la Cámara de Comercio de Almería está financiada por el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España.
PRIORIDAD	Prioridad media (3).

- **MEDIDA 12: Adquisición de nuevas competencias y habilidades para la dinamización comercial.**
- **ACTUACIÓN 34: Sensibilización y formación teórico/práctica para los comercios en marketing digital.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial	
MEDIDA 12:	Adquisición de nuevas competencias y habilidades para la dinamización comercial.
ACTUACIÓN 34:	Sensibilización y formación teórico/práctica para los comercios en marketing digital.
JUSTIFICACIÓN:	La publicidad digital está ganando cada vez más terreno en las empresas en general, siendo los diferentes formatos de publicidad digital cada vez más protagonistas de las estrategias de marketing.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Esta actuación consiste en realizar acciones de sensibilización y formación teórica y práctica para los comercios en materia de conocimiento y uso de nuevos medios de publicidad en digital, aprovechamiento de las redes sociales y recursos online. Con esta actuación se pretende capacitar a los autónomos, pymes y micropymes comerciales de Adra en la utilización práctica y teórica de los formatos siguientes: Publicidad nativa, Email Marketing, Social Ads, Display, Retargeting online, SEM, Mobile Ads, Vídeo online, etc.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De marzo a junio de 2023.
IMPORTE	15.125,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra (Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Comercio Digital”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización).
PRIORIDAD	Prioridad alta (2).

○ **ACTUACIÓN 35: Programa formativo de capacitación empresarial.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial	
MEDIDA 12:	Adquisición de nuevas competencias y habilidades para la dinamización comercial.
ACTUACIÓN 35:	Programa formativo de capacitación empresarial.
JUSTIFICACIÓN:	Se ha detectado la falta de conocimiento de idiomas entre los comerciantes de Adra, que les impide atender adecuadamente la amplia presencia de turistas extranjeros en el municipio. Para paliar esta carencia se ve precisos desarrollar un programa formativo en idiomas a los empleados y autónomos del sector comercial del municipio.
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	<p>Con esta actuación se llevará a cabo un programa de formación en idiomas a empleados y autónomos del sector del comercio como pilar fundamental para proveer capital humano competente que permita ofrecer un servicio óptimo al consumidor final. Su desarrollo radica en impartir cursos presenciales en relación al tipo de turista que más demanda los servicios ofrecidos.</p> <p>En espacios facilitados por el Ayuntamiento de Adra o socios colaboradores, se dispondrá de los ponentes de formación pertinentes para el desarrollo de los cursos con éxito (agrupando por nivel de conocimiento de la lengua), satisfaciendo las necesidades demandadas por el sector comercial y turístico.</p>
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuntamiento de Adra • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De abril a octubre de 2023.
IMPORTE	30.250,00 € IVA INCLUIDO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	<p>80% financiada a través de fondos Next Generation de la Unión Europea 20% financiada por el Ayuntamiento de Adra</p> <p>(Esta actuación está incluida en el Proyecto “Adra Ciudad de Compras”, para cuya ejecución se ha solicitado una ayuda al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas).</p>
PRIORIDAD	Prioridad media (3).

- **ACTUACIÓN 36: Organización de sesiones de networking entre proveedores de soluciones tecnológicas y el sector comercial de Adra.**

LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial	
MEDIDA 12:	Adquisición de nuevas competencias y habilidades para la dinamización comercial.
ACTUACIÓN 36:	Organización de sesiones de networking entre proveedores de soluciones tecnológicas y el sector comercial de Adra.
JUSTIFICACIÓN:	<p>El Programa Acelera pyme es la iniciativa del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital destinada a construir el ecosistema de referencia de la transformación digital de las pymes.</p> <p>Está desarrollado por Red.es, entidad dependiente de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, y se enmarca en el Plan de Digitalización de Pymes 2021 – 2025, que cuenta con más de 4.000 millones de euros de presupuesto.</p> <p>Se ha creado, a partir de la firma de un convenio con Cámara de España y otros agentes, una red de Oficinas Acelera pyme (“OAPs”) la cual es el punto de encuentro físico y virtual para el apoyo de todas las pymes, autónomos y emprendedores del país, cuyo objetivo es impulsar la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas (incluidas las de nueva creación), autónomos y emprendedores. A su vez, realizan labores de sensibilización sobre las ventajas y metodologías innovadoras para optimizar el funcionamiento de sus negocios, mediante la incorporación de las TIC).</p> <p>La Cámara de Comercio de Almería es una de las entidades que forman parte de dicha red de Oficinas Acelera Pyme. Una de las actuaciones que realiza es la organización de actuaciones grupales de sensibilización y apoyo a pymes sobre metodologías y tecnologías innovadoras.</p>
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACTUACIÓN:	Con esta actuación se realizarán actuaciones de networking entre proveedores de soluciones tecnológicas y el sector comercial de Adra, para que los comerciantes puedan conocer las soluciones digitales que existen en el mercado y cuáles pueden ajustarse mejor a las necesidades de su negocio.
AGENTES IMPLICADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara de Comercio de Almería • Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra
CRONOGRAMA	De abril a octubre de 2023.
IMPORTE	GRATUITO
FUENTES DE FINANCIACIÓN	La Oficina Acelera Pyme de la Cámara de Comercio de Almería está financiada por el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España.
PRIORIDAD	Prioridad media (3).

OBJ. ESTRATÉGICO	L. ESTRATÉGICA	MEDIDAS	ACTUACIONES
Posicionar el centro urbano de Adra como un destino comercial de referencia	LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio	M.1: Adecuación, renovación y mejora de los espacios turístico-comerciales.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.1: Adecuación urbanística de ejes y áreas turístico-comerciales. ○ A.2: Renovación de la señalética turístico-comercial. ○ A.3: Mejora del paisaje urbano de las zonas turístico-comerciales.
		M.2: Mejora de la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular en el centro.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.4: Reducción y recogida selectiva de residuos en la zona turístico-comercial. ○ A.5: Iluminación eficiente de la zona turístico comercial.
		M.3: Utilización de las TIC como reclamo turístico-comercial.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.6: Sensorización del sistema de recogida de residuos y medición de la calidad del aire. ○ A.7: Ampliación de la red Wifi en la zona turístico-comercial.
		M.4: Fomento de la actividad comercial.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.8: Desarrollo y actualización de portales y herramientas turístico-comerciales. ○ A.9: Implementación de una plataforma móvil y dispositivos inteligentes.
		M.5: Potenciar la actividad comercial del Mercado Municipal.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.10: Instalación de puestos de venta temporales de pop-up. ○ A.11: Simplificación en los trámites para los nuevos comercios. ○ A.12: Acciones de mentoring para los comerciantes.
		M.6: Captación de emprendedores.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.13: Mejora de la accesibilidad en el entorno del Mercado Municipal de Adra. ○ A.14: Implantación de contenedores orgánicos en el entorno del Mercado. ○ A.15: Implantación de red Wifi inteligente en el Mercado de Adra y su entorno.
		M.7: Transformación digital de los comercios de Adra.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.16: Plan de relevo generacional. ○ A.17: Implantación de plataforma para captación de emprendedores en locales vacíos. ○ A.18: Red de prescriptores para atracción de emprendedores e inversores.
		M.8: Implementación de soluciones tecnológicas.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.19: Diagnóstico de madurez tecnológica a los comercios de Adra. ○ A.20: Soporte y asistencia técnica a la digitalización de los comercios de Adra. ○ A.21: Implementación de herramienta tecnológica CRM.
		M.9: Digitalización del Mercado de Adra.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.22: Implementación de herramienta de Business Intelligence. ○ A.23: Implementación de herramienta para la gestión interna del negocio. ○ A.24: Implementación de herramienta para la gestión y recogida de pedidos omnicanal.
		M.10: Dinamización del comercio del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.25: Actualización de la Web del Mercado de Adra y dinamización de las redes sociales. ○ A.26: Adquisición y puesta en marcha de pantalla LED con software en el Mercado. ○ A.27: Implantación de un sistema de adjudicación de turnos para atención al público.
		M.11: Estrategia digital de dinamización comercial.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.28: Campaña de sensibilización Adra Comercio Sostenible. ○ A.29: Acciones de dinamización para captación de clientes. ○ A.30: Campaña a través de medios digitales y audiovisuales para potenciar el comercio.
		M.12: Adquisición de nuevas competencias y habilidades para la dinamización comercial.	<ul style="list-style-type: none"> ○ A.31: Estrategia de comunicación digital. ○ A.32: Guía y recursos de estrategias de transformación digital en el comercio local. ○ A.33: Difusión de la Oficina Acelera Pyme Cámara Almería entre los comercios de Adra.

A continuación, se efectúa un análisis de impacto-viabilidad, agrupando las actuaciones según el impacto o prioridad que tienen (máxima prioridad, prioridad alta, prioridad media y prioridad baja) e indicando el coste de la puesta en marcha de cada bloque. Este análisis permite priorizar las actuaciones que se han identificado como de máxima prioridad o de máxima y alta prioridad en función de los recursos disponibles.

PRIORIDAD	ACTUACIÓN	Nº DE ACTUACIÓN
Máxima prioridad	Adecuación urbanística de ejes y áreas turístico-comerciales.	1
	Renovación de la señalética turístico-comercial.	2
	Reducción y recogida selectiva de residuos en la zona turístico-comercial.	4
	Iluminación eficiente de la zona turístico-comercial.	5
	Simplificación en los trámites para los nuevos comercios.	11
	Campaña de sensibilización Adra Comercio Sostenible.	28
	PRESUPUESTO: 1.397.550 €	
Prioridad alta	Mejora del paisaje urbano de las zonas turístico-comerciales.	3
	Desarrollo y actualización de portales y herramientas turístico-comerciales.	8
	Instalación de puestos de venta temporales de pop-up.	10
	Mejora de la accesibilidad en el entorno del Mercado Municipal de Adra.	13
	Plataforma inteligente para captación de emprendedores a locales vacíos.	17
	Diagnóstico de madurez tecnológica a los comercios de Adra.	19
	Implementación de herramienta tecnológica CRM.	21
	Aplicación para avanzar en la gestión y recogida de pedidos omnicanal.	24
	Actualización de la Web del Mercado y dinamización de las redes sociales.	25
	Acciones de dinamización para captación de clientes.	29
	Campaña digital y audiovisual para potenciar el comercio local.	30
	Estrategia de comunicación digital.	31
	Sensibilización y formación para los comercios en marketing digital.	34
Programa formativo de capacitación empresarial.	35	
	PRESUPUESTO: 612.970 €	
Prioridad media	Implementación de una plataforma móvil y dispositivos inteligentes.	9
	Acciones de mentoring en los comercios.	12
	Implantación de contenedores orgánicos en el entorno del Mercado.	14
	Implantación de red Wifi inteligente en el Mercado de Adra y su entorno.	15
	Plan de relevo generacional.	16
	Red de prescriptores para la atracción de emprendedores e inversores.	18
	SopORTE y asistencia técnica a la digitalización de los comercios de Adra.	20
	Adquisición y puesta en marcha de pantalla LED con software en el Mercado.	26
	Difusión de la Oficina Acelera Pyme Cámara Almería entre los comercios.	33
Networking entre proveedores de soluciones tecnológ. y el sector comercial.	36	
	PRESUPUESTO: 287.820 €	
Prioridad baja	Sensorización del sist. de recogida de residuos y medición de calidad del aire.	6
	Ampliación de la red Wifi en la zona turístico-comercial.	7
	Implementación de herramienta de Business Intelligence.	22
	Implementación de herramienta para la gestión interna del negocio.	23
	Implantación de sistema de adjudicación de turnos para atención al público.	27
	Guía y recursos de estrategias de transformación tecnológica en el comercio.	32
	PRESUPUESTO: 201.660 €	

3.5. EL CALENDARIO DE LAS ACTUACIONES

ACTUACIONES	2023												2024											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
L1	1: Adecuación urbanística de ejes y áreas turístico-comerciales.																							
	2: Renovación de la señalética turístico-comercial.																							
	3: Mejora del paisaje urbano de las zonas turístico-comerciales.																							
	4: Reducción y recogida selectiva de residuos en la zona turístico-comercial.																							
	5: Iluminación eficiente de la zona turístico comercial.																							
	6: Sensorización de la recogida de residuos y medición de la calidad del aire.																							
	7: Ampliación de la red Wifi en la zona turístico-comercial.																							
	8: Desarrollo y actualización de portales y herramientas turístico-comerciales.																							
	9: Implementación de una plataforma móvil y dispositivos inteligentes.																							
L2	10: Instalación de puestos de venta temporales de pop-up.																							
	11: Simplificación en los trámites para los nuevos comercios.																							
	12: Acciones de mentoring para los comerciantes.																							
	13: Mejora de la accesibilidad en el entorno del Mercado Municipal de Adra.																							
	14: Implantación de contenedores orgánicos en el entorno del Mercado.																							
	15: Implantación de red Wifi inteligente en el Mercado de Adra y su entorno.																							
	16: Plan de relevo generacional.																							
	17: Plataforma para captación de emprendedores en locales vacíos.																							
	18: Red de prescriptores para atracción de emprendedores e inversores.																							
L3	19: Diagnóstico de madurez tecnológica a los comercios de Adra.																							
	20: Soporte y asistencia técnica a la digitalización de los comercios de Adra.																							
	21: Implementación de herramienta tecnológica CRM.																							
	22: Implementación de herramienta de Business Intelligence.																							
	23: Implementación de herramienta para la gestión interna del negocio.																							
	24: Herramienta para la gestión y recogida de pedidos omnicanal.																							
	25: Actualización de la Web del Mercado y dinamización de las redes sociales.																							
	26: Puesta en marcha de pantalla LED con software en el Mercado.																							
	27: Sistema de adjudicación de turnos para atención al público.																							
L4	28: Campaña de sensibilización Adra Comercio Sostenible.																							
	29: Acciones de dinamización para captación de clientes.																							
	30: Campaña digital y audiovisual para potenciar el comercio.																							
	31: Estrategia de comunicación digital.																							
	32: Guía y recursos de estrategias de transformación digital en el comercio local.																							
	33: Difusión de la Oficina Acelera Pyme entre los comercios de Adra.																							
	34: Sensibilización y formación para los comercios en marketing digital.																							
	35: Programa formativo de capacitación digital.																							
	36: Sesiones de networking para el sector comercial de Adra.																							

3.6. PREVISIÓN DE GASTOS Y FINANCIACIÓN DEL PLAN DE ACTUACIONES

En este apartado se define el marco económico-financiero adecuado a las necesidades detectadas en el Estudio-diagnóstico y a las posibilidades de acceso a fuentes de financiación para poder ejecutar las actuaciones incluidas en el Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra. Este marco, en forma de presupuesto, determina la viabilidad financiera de la puesta en marcha de las actuaciones recogidas en el Plan.

Cabe destacar que el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España prevé programas específicos de apoyo al sector comercio (por ejemplo, ayudas para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización), además de programas en otros ámbitos, de los que también podrán participar o beneficiarse los actores vinculados al comercio (eficiencia energética, digitalización, agenda urbana, etc).

En este sentido, el Ayuntamiento de Adra ha solicitado ayudas al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de los fondos Next Generation dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas con el proyecto denominado “Adra Ciudad de Compras” y también se solicitaron ayudas para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización mediante el proyecto “Adra Digital”, con el objetivo de modernizar el comercio local de la ciudad de Adra mediante soluciones de transformación e innovación digital.

Estas ayudas no fueron aprobadas en la convocatoria de 2021 por falta de consignación presupuestaria, pero han vuelto a solicitarse en la convocatoria de 2022.

Así, el proyecto “Adra Ciudad de Compras” engloba 12 actuaciones, de las cuales 11 están incorporadas en este Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra. El proyecto tiene un presupuesto total de 1.551.000 euros y una previsión de ejecución entre enero y diciembre de 2023. De ser aprobado, este proyecto estará financiado en un 80% (1.240.800 euros) por el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y en el 20% restante (310.200 euros) por el Ayuntamiento de Adra.

El otro proyecto, “Adra Comercio Digital”, engloba 16 actuaciones, las cuales están incorporadas en este Plan de Comercio de Adra con un presupuesto de 341.500 euros y una previsión de ejecución

entre febrero y diciembre de 2023. De ser aprobado, este proyecto estará financiado en un 80% (273.200 euros) por el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y en el 20% restante (68.300 euros) por el Ayuntamiento de Adra.

Toda la previsión de gastos y de fuentes de financiación del Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra se ordena en los siguientes cuadros para tener una visión global por líneas estratégicas y actuaciones.

L. ESTRATÉGICA	IMPORTE DE GASTOS	FONDOS NEXT GENERATION	AYTO. DE ADRA	PENDIENTE DE FINANCIACIÓN
LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo- comercio	780.450 €	624.360 €	156.090 €	-
	72.600 €	58.080 €	14.520 €	-
	127.050 €	101.640 €	25.410 €	-
	363.000 €	290.400 €	72.600 €	-
	90.750 €	72.600 €	18.150 €	-
	42.350 €	33.880 €	8.470 €	-
	72.600 €	58.080 €	14.520 €	-
	61.710 €	49.368 €	12.342 €	-
	110.000 €	-	-	110.000 €
LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial	60.000 €	-	-	60.000 €
	SIN COSTE	-	-	-
	SIN COSTE	-	-	-
	84.700 €	67.760 €	16.940 €	-
	18.150 €	14.520 €	3.630 €	-
	9.075 €	7.260 €	1.815 €	-
	45.000 €	-	-	45.000 €
36.300 €	29.040 €	7.260 €	-	
57.800 €	-	-	57.800 €	
LÍNEA ESTRATÉGICA 3: innovación y modernización de las pymes comerciales	22.385 €	17.908 €	4.477 €	-
	36.300 €	29.040 €	7.260 €	-
	36.300 €	29.040 €	7.260 €	-
	12.705 €	10.164 €	2.541 €	-
	38.720 €	30.976 €	7.744 €	-
	29.040 €	23.232 €	5.808 €	-
	10.285 €	8.228 €	2.057 €	-
	11.495 €	9.196 €	2.299 €	-
25.000 €	-	-	25.000 €	
LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial	90.750 €	72.600 €	18.150 €	-
	42.350 €	33.880 €	8.470 €	-
	9.075 €	7.260 €	1.815 €	-
	48.400 €	38.720 €	9.680 €	-
	10.285 €	8.228 €	2.057 €	-
	GRATUITA	-	-	-
	15.125 €	12.100 €	3.025 €	-
	30.250 €	24.200 €	6.050 €	-
GRATUITA	-	-	-	
PRESUPUESTO	2.500.000 €	1.761.760 €	440.440 €	297.800 €

L. ESTRATÉGICA	ACTUACIONES	IMPORTE	FUENTES DE FINANCIACIÓN
LÍNEA ESTRATÉGICA 1: fortalecimiento del vínculo turismo-comercio	1: Adecuación urbanística de ejes y áreas turístico-comerciales.	780.450,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	2: Renovación de la señalética turístico-comercial.	72.600,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	3: Mejora del paisaje urbano de las zonas turístico-comerciales.	127.050,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	4: Reducción y recogida selectiva de residuos en la zona turístico-comercial.	363.000,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	5: Iluminación eficiente de la zona turístico comercial.	90.750,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	6: Sensorización del sistema de recogida de residuos y medición de la calidad del aire.	42.350,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	7: Ampliación de la red Wifi en la zona turístico-comercial.	72.600,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	8: Desarrollo y actualización de portales y herramientas turístico-comerciales.	61.710,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	9: Implementación de una plataforma móvil y dispositivos inteligentes.	110.000,00 €	Pendiente de búsqueda de financiación
LÍNEA ESTRATÉGICA 2: incremento de la actividad comercial	10: Instalación de puestos de venta temporales de pop-up.	60.000,00 €	Pendiente de búsqueda de financiación
	11: Simplificación en los trámites para los nuevos comercios.	SIN COSTE	SIN COSTE
	12: Acciones de mentoring para los comerciantes.	SIN COSTE	SIN COSTE
	13: Mejora de la accesibilidad en el entorno del Mercado Municipal de Adra.	84.700,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	14: Implantación de contenedores orgánicos en el entorno del Mercado.	18.150,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	15: Implantación de red Wifi inteligente en el Mercado de Adra y su entorno.	9.075,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	16: Plan de relevo generacional.	45.000,00 €	Pendiente de búsqueda de financiación
	17: Implantación de plataforma para captación de emprendedores en locales vacíos.	36.300,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	18: Red de prescriptores para atracción de emprendedores e inversores.	57.800,00 €	Pendiente de búsqueda de financiación
LÍNEA ESTRATÉGICA 3: innovación y modernización de las pymes comerciales	19: Diagnóstico de madurez tecnológica a los comercios de Adra.	22.385,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	20: Soporte y asistencia técnica a la digitalización de los comercios de Adra.	36.300,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	21: Implementación de herramienta tecnológica CRM.	36.300,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	22: Implementación de herramienta de Business Intelligence.	12.705,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	23: Implementación de herramienta para la gestión interna del negocio.	38.720,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	24: Implementación de herramienta para la gestión y recogida de pedidos omnicanal.	29.040,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	25: Actualización de la Web del Mercado de Adra y dinamización de las redes sociales.	10.285,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	26: Adquisición y puesta en marcha de pantalla LED con software en el Mercado.	11.495,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	27: Implantación de un sistema de adjudicación de turnos para atención al público.	25.000,00 €	Pendiente de búsqueda de financiación
LÍNEA ESTRATÉGICA 4: gestión participativa de la dinamización comercial	28: Campaña de sensibilización Adra Comercio Sostenible.	90.750,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	29: Acciones de dinamización para captación de clientes.	42.350,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	30: Campaña a través de medios digitales y audiovisuales para potenciar el comercio.	9.075,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	31: Estrategia de comunicación digital.	48.400,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	32: Guía y recursos de estrategias de transformación digital en el comercio local.	10.285,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	33: Difusión de la Oficina Acelera Pyme Cámara Almería entre los comercios de Adra.	GRATUITA	GRATUITA
	34: Sensibilización y formación teórico/práctica para los comercios en marketing digital.	15.125,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	35: Programa formativo de capacitación digital.	30.250,00 €	80% fondos Next Generation - 20% Ayto. de Adra
	36: Sesiones de networking para el sector comercial de Adra.	GRATUITA	GRATUITA

3.7. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN

El sistema de seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra, así como su realización técnica, será competencia del Ayuntamiento de Adra en primera instancia, pero también del resto de entidades que componen el Consejo Local de Comercio y Turismo y Empresas del Ayuntamiento de Adra y, en general, de todos los agentes que conforman el Mapa de Agentes del Comercio del municipio de Adra.

El sistema de seguimiento del Plan se pondrá en marcha al inicio del mismo, el cual se llevará a cabo mediante reuniones de coordinación y control de los miembros del Consejo. En estas reuniones se expondrá el estado del Plan y las principales conclusiones.

El proceso de seguimiento se realiza principalmente comparando continuamente la marcha de cada actuación o medida con lo que estaba planificado. Pero también mediante la observación, el debate, la realización de cuestionarios y entrevistas con los actores del territorio (comercios, consumidores, asociaciones, etc.), así como cualquier otro medio que permita medir el grado de ejecución de sus actuaciones y el nivel de satisfacción de los principales destinatarios para garantizar el cumplimiento eficaz y eficiente del plan.

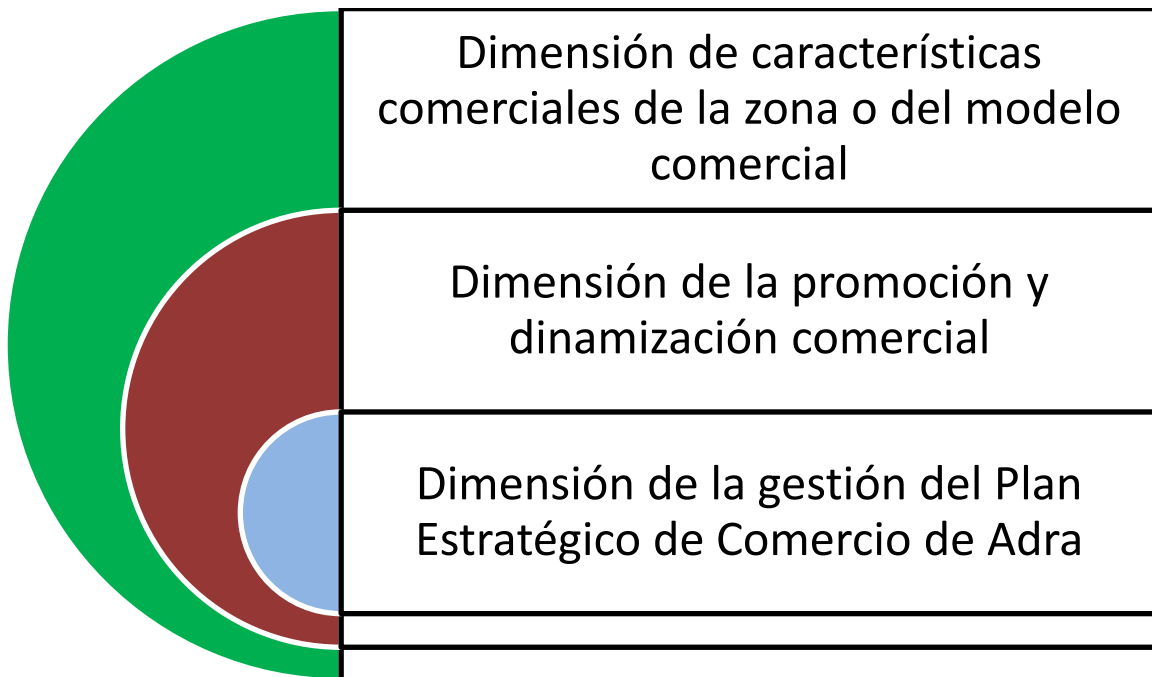
Para realizar el seguimiento del desarrollo y evaluación del Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra se ha optado por establecer un modelo de Cuadro de Mando, que es una herramienta de gestión que permite analizar toda la información relevante para ver la evolución del Plan y los resultados y, si es necesario, para poder redefinir las estrategias o instrumentos usados para lograr los objetivos.

El cuadro de mando es una herramienta que garantiza el buen funcionamiento del Plan Estratégico, y permite, por una parte, hacer un seguimiento del nivel de ejecución de las diferentes actuaciones y, por otra, fomentar la evaluación de los resultados de las actuaciones realizadas y del funcionamiento del modelo de gobernanza constituido para coordinar las actuaciones y analizar los resultados.

El cuadro de mando es la herramienta que va a permitir disponer de los datos de forma ordenada y sistematizada para evaluar y controlar la eficacia y la eficiencia de los recursos utilizados para acercarnos a los objetivos propuestos.

Para hacer el seguimiento del Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra se propone un modelo de cuadro de mando formado por una batería de indicadores que den respuesta a las diferentes dimensiones estratégicas del Plan. De este modo, se proponen indicadores en las tres principales dimensiones del Plan:

- **Dimensión de características comerciales de las zonas o ejes comerciales o del modelo comercial:** comportamiento de la oferta, demanda y de la gestión del entorno urbano con relación al posicionamiento futuro deseado.
- **Dimensión de la promoción y dinamización comercial:** acciones impulsadas en el marco del Plan Estratégico para valorar su ejecución e impacto.
- **Dimensión de la gestión del Plan Estratégico:** funcionamiento de los recursos y de la fórmula organizativa encargada de la gestión y eficacia y eficiencia en la ejecución.



Para cada una de las dimensiones, se proponen dos tipos de indicadores de gestión:

- a) indicadores de realización; para medir el grado de ejecución de las actuaciones;
- b) indicadores de resultado; para tener información sobre el nivel de consecución de los resultados esperados.

Algunos de los indicadores propuestos para cada una de las dimensiones son los siguientes:

1) DIMENSIÓN DE LA GESTIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

ID	INDICADOR PROPUESTO	TIEMPO DE MEDICI
1D01	Nº de reuniones realizadas por el Consejo Local con motivo del Plan	Cuatrimestral
1D02	Nº de actuaciones del Plan aprobadas para su ejecución	Cuatrimestral
1D03	Nº de actuaciones del Plan ejecutadas	Cuatrimestral
1D04	% de presupuesto aprobado para la realización del Plan sobre lo previsto	Cuatrimestral
1D04	% de presupuesto ejecutado sobre lo previsto en el Plan	Cuatrimestral
1D05	Nº de reuniones con los agentes detectados en el Mapa de agentes locales	Cuatrimestral
1D06	Nº de entidades que participan en la ejecución del Plan	Cuatrimestral
1D07	Grado de satisfacción de los participantes y beneficiarios del Plan	Cuatrimestral

2) DIMENSIÓN DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN COMERCIAL

ID	INDICADOR PROPUESTO	TEMPORALIZACIÓN
2D01	Nº de acciones de sensibilización realizadas.	Cuatrimestral
2D02	Nº de acciones de dinamización realizadas.	Cuatrimestral
2D03	Nº de materiales de promoción elaborados.	Semestral
2D04	Nº de guías y publicaciones entregadas.	Semestral
2D04	Nº de comercios implicados por actuación, acción y campaña	Semestral
2D05	Nº de eventos realizados	Cuatrimestral
2D06	Nº de tiendas pop-up creadas	Cuatrimestral
2D07	Nº de sesiones de networking realizadas.	Semestral
2D08	Nº de asistentes o visitantes por actuación, acción o evento.	Semestral
2D09	Grado de difusión de las actuaciones en los medios de comunicación.	Semestral
2D10	Inserción/presencia en redes sociales.	Trimestral
2D11	% de presupuesto aprobado para la promoción y dinamización	Semestral
2D12	% de presupuesto ejecutado para la promoción y dinamización	Semestral

3) DIMENSIÓN DE CARACTERÍSTICAS COMERCIALES DE LA ZONA O DEL MODELO COMERCIAL

ID	INDICADOR PROPUESTO	TEMPORALIZACIÓN
2D01	Nº de acciones de adecuación, renovación y mejora de los espacios turístico-comerciales realizadas.	Cuatrimestral
2D02	Nº de acciones de mejora de la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular realizadas.	Cuatrimestral
2D03	Nº de acciones de fomento de la actividad comercial realizadas.	Cuatrimestral
2D04	Nº de emprendedores captados y que inician su comercio en Adra.	Semestral
2D04	Nº de comercios que participan en actuaciones de modernización.	Semestral
2D05	% de presupuesto aprobado para la ejecución de estas acciones.	Semestral
2D06	% de presupuesto ejecutado.	Semestral
2D07	Inversión ejecutada en acciones de adecuación urbanístico-comercial.	Semestral
2D08	% de superficie afectada por actuaciones de adecuación urbanística.	Semestral
2D09	Superficie del municipio afectada por las actuaciones de adecuación urbanístico-comercial (m2).	Semestral
2D10	Nº de elementos de señalización comercial x 1.000 metros de calle comercial.	Semestral
2D11	% de comercios que han recibido formación, mentoring, etc.	Semestral
2D12	Superficie de espacios peatonales (m2) / 1.000 hab.	Semestral
2D13	Superficie de espacios de coexistencia (m2) / 1.000 hab.	Semestral
2D14	N.º de elementos de mobiliario urbano renovados.	Semestral
2D15	N.º de elementos de mobiliario urbano reparados.	Semestral
2D16	Volumen de residuos generados por zonas comerciales	Semestral

3.8. COMUNICACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO

El plan de comunicación del Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra tiene como objetivo general la valorización y difusión del Plan y de los fondos que cofinancien cada una de las actuaciones.

El plan de comunicación debe contribuir a la consecución del objetivo estratégico, es decir, posicionar el centro urbano de Adra como un destino comercial de referencia, y para ello se utilizarán las siguientes vías:

- Incrementar y dinamizar la actividad comercial, captando nuevos emprendedores en el sector comercial y consolidando los negocios ya existentes;
- Atraer a los habitantes y turistas al centro urbano de Adra para realizar sus compras;
- Aumentar el atractivo de Adra para los residentes y sus visitantes.

El **ámbito de implementación** del plan de comunicación dependerá de la ubicación de los destinatarios de cada una de las actuaciones, pero en términos generales podríamos establecer un ámbito de implementación mínimo que se correspondería con la comarca del Poniente Almeriense y un ámbito máximo que podría incorporar no sólo a toda la provincia de Almería, sino también a otros territorios de Andalucía, España o Europa en la medida en que se hagan acciones de promoción concretas en otros lugares fuera de la provincia almeriense, inclusive el extranjero.

En cuanto a los **destinatarios** del plan de comunicación, en primera instancia, tenemos que distinguir entre:

- Ciudadanía de Adra y turistas/visitantes
- Comercios
- Agentes del comercio (Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra, ASEMPAL, Cámara de Comercio de Adra, etc).

Como se comentaba anteriormente, algunas de las actuaciones pueden ir dirigidas a otros destinatarios ubicados en otros territorios, con el ánimo de atraer a los turistas, emprendedores e incluso inversores al municipio de Adra para instalar sus negocios, invertir o realizar sus compras.

Respecto a la **estrategia de comunicación**, esta hace referencia a la manera en que se deben llevar a cabo las acciones de divulgación del Plan. En este caso, la estrategia propuesta se define como activa o integral, dado que abarca todo el ciclo de ejecución del Plan, desde su fase de lanzamiento hasta su cierre y presentación de resultados. Para ello se propone una estrategia coordinada y cohesionada bajo unos principios rectores comunes, donde las líneas divulgativas a implementar estén íntimamente ligadas a las actuaciones del Plan. Se desarrollaría por tanto una estrategia de comunicación conjunta y coordinada bajo la clara premisa de optimización de recursos y esfuerzos a fin de aportar eficacia y eficiencia en la gestión de los recursos aportados a la comunicación del Plan.

En este sentido, la estrategia estará orientada desde un enfoque mixto de medios:

- por un lado, centrada en lo digital, haciendo énfasis en el desarrollo de las redes sociales y contenido digital,
- complementar la estrategia digital con publicidad en medios convencionales u otro tipo de acciones que se reservarán para determinadas acciones concretas y que tendrán como finalidad un enfoque de campaña masiva o global,
- por otro lado, apoyar la estrategia en las relaciones con los medios de comunicación y público destinatario en general, a través de la organización de eventos.

PLAN DE MEDIOS

Como primera medida de definición de la identidad del Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra se propone el **logo del Plan**, que permitirá desarrollar una imagen única y representativa del Plan de Comercio y que servirá de guía para todo el diseño gráfico posterior. Esta marca reflejará el objetivo estratégico y los valores del Plan.

Tras la definición de la identidad conviene elaborar un **“Manual de identidad visual corporativa”**, así como otro **material divulgativo y de comunicación** en formato digital y papel, personalizado según el colectivo destinatario al que se oriente, siguiendo la imagen y normas de comunicación establecidas para el Plan.

Un elemento promocional que podría aportar valor al plan de comunicación sería la realización de un **video promocional** del Plan Estratégico de Comercio de Adra, ya que serviría para mostrar de forma atractiva y audiovisual las características del Plan, sus principales objetivos así como el

proceso de implementación y la descripción de sus resultados. El vídeo debería ir dirigido no sólo a explicar el Plan, sino también a atraer a los colectivos destinatarios.

Por otra parte, la gestión de la **comunicación interna** es un factor muy importante para asegurar la homogeneidad y el correcto desarrollo de la estrategia de comunicación en las diferentes actuaciones del Plan. Se propone articular la comunicación interna a través de reuniones del Consejo Local de Comercio y Turismo y Empresas del Ayuntamiento de Adra, debidamente coordinadas y documentadas posteriormente a través de actas.

Y, por último, con respecto a la **comunicación externa**, se propone la utilización de diferentes medios:

a) E-mail marketing

Se pueden elaborar boletines digitales trimestrales, donde además de la información sobre las novedades y actuaciones del Plan, se puede añadir información de interés sobre la temática comercial. El boletín puede seguir la siguiente estructura:

- Novedades del proyecto;
- Resúmenes de actividades;
- Informes y otra documentación;
- Imágenes;
- Enlaces a redes sociales y vídeos.

b) Redes sociales

Con la finalidad de estar cerca del público objetivo y de ofrecer información a través de canales de comunicación digitales, entre las acciones divulgativas a realizar se puede desarrollar una estrategia de difusión y comunicación a través de las redes sociales de las entidades que integran el Mapa de agentes del comercio de Adra.

c) Página Web

Se puede crear un site dentro de la página Web del Ayuntamiento de Adra como herramienta de difusión del Plan, con descripción detallada y actualizada del programa de actuaciones y su desarrollo, localizaciones de las actividades, etc.

Este espacio online actuaría como punto de comunicación con los diferentes públicos del Plan. Desde este site se debería poder acceder a toda la información disponible del Plan.

d) Relaciones públicas

La puesta en marcha de la comunicación del Plan debiera articularse a través del gabinete o persona que ejerza las tareas de comunicación del Ayuntamiento, trasladando la información a los medios de manera periódica sobre las principales actividades del Plan, así como de las acciones de dinamización y formación que se realicen. La labor de este gabinete o personal de comunicación sería fundamentalmente la elaboración de notas de prensa según el avance del Plan o las necesidades del mismo. Esta labor de gestión de medios ha de centrarse en la prensa generalista escrita o digital así como especializada (revistas temáticas relacionadas con el comercio), y también se podría ampliar a otros medios de comunicación como la radio o la televisión.

e) Eventos

Se propone la celebración de, como mínimo, dos actos públicos principales: uno para dar a conocer a la ciudadanía el Plan Estratégico de Comercio Municipal del Ayuntamiento de Adra y otro de cierre.

En el primer evento se presentará el Plan y sus objetivos, así como las actuaciones que se pondrán en marcha. Se invitará a los agentes participantes, a la prensa y a otros organismos e instituciones tanto de Adra como de la provincia de Almería que estén implicadas de forma directa o indirecta en las actuaciones del Plan, así como a los principales grupos de destinatarios definidos en este plan de comunicación.

Posteriormente, a la finalización del Plan, se organizará el evento de cierre. Con esta jornada final se presentarán los resultados y actuaciones puestas en marcha durante la ejecución del mismo, presentando las actividades que han sido realizadas y los resultados alcanzados. Igualmente se invitará a los agentes participantes, organismos e instituciones vinculadas a las actuaciones del Plan, así como a los principales grupos destinatarios del plan.

Estas jornadas deberían realizarse en enclaves de interés, ya que supondrán momentos comunicativos de alta capacidad de difusión, por lo que se debe cuidar la programación y todos los detalles atendiendo a los principios horizontales y objetivos transversales de la estrategia (igualdad y no discriminación, sostenibilidad, participación, accesibilidad, transparencia, etc.).

4. MODELO DE GOBERNANZA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO

Como ya se ha comentado en otros apartados de este Plan, el Ayuntamiento de Adra inició en 2021 el proceso de constitución del Consejo Local de Comercio, Turismo y Empresas, como foro para el debate y diálogo entre los distintos grupos políticos con representación en el Ayuntamiento y los diferentes agentes sociales con intereses en el municipio.

Como resultado de este proceso, el 19 de enero de 2022 se firmó el Acta de Constitución del Consejo Local de Comercio y Turismo y Empresas del Ayuntamiento de Adra (CLCOTE), un órgano consultivo de participación ciudadana y asesoramiento en materia de comercio, turismo y empresas cuyo objetivo es la promoción y fomento del comercio local, el desarrollo económico, turístico, cultural y social y la consolidación de un modelo de ciudad sostenible. Inspirándose en los principios de participación ciudadana y defensa de los intereses generales de las pequeñas y medianas empresas locales, actúa como foro de debate, diálogo y consenso entre los representantes de los diferentes sectores y las instituciones públicas y privadas del municipio de Adra.

En este sentido, el CLCOTE desarrolla y amplía la colaboración que desde hacía varios años se estaba llevando a cabo entre el Ayuntamiento de Adra y los representantes del sector comercial, convirtiéndose en un instrumento de participación ciudadana y gestión en los asuntos sectoriales locales.

La elaboración del Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra está impulsada por este Consejo Local de Comercio, turismo y empresas, que integra a todos los grupos políticos del Ayuntamiento y los agentes de comercio del municipio, por lo que es un proyecto de consenso entre la Corporación Local y el sector comercial privado del municipio de Adra.

De este modo, el Consejo Local de Comercio, turismo y empresas, se configura como un órgano colegiado de participación, de carácter consultivo, informativo y de asesoramiento en el ámbito municipal, en materia de comercio, turismo y pymes, cuyos dictámenes, propuestas, informes o estudios no serán vinculantes para los órganos de gobierno municipales, de acuerdo con lo establecido en el artículo 69.2 de la Ley 7/85, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

Sus objetivos son:

1. Promover la participación del sector comercial, turístico y empresarial en los asuntos municipales que le afecten;
2. Coordinar las relaciones entre los comerciantes y pequeños y medianos empresarios y el Ayuntamiento;
3. Contribuir a crear una infraestructura comercial innovadora y competitiva en la ciudad, adaptada a los hábitos de los consumidores;
4. Potenciar el atractivo comercial, turístico y cultural de la ciudad, contribuyendo a la mejora en la calidad de vida y a la consolidación de un modelo de desarrollo económico sostenible.

Las funciones que tiene el Consejo Local de Comercio, turismo y empresas son:

- a. Emitir informes y formular propuestas relativas al sector
- b. Canalizar las iniciativas, sugerencias, problemática o necesidades de las pymes en materia comercial y turística que reciba el Consejo
- c. Potenciar acciones de cooperación entre las distintas organizaciones y administraciones para la promoción del comercio local, así como entre diversas concejalías del Ayuntamiento
- d. Ser oído y aportar ideas y sugerencias en los proyectos de iniciativa local que repercutan en la actividad turística y/o comercial.
- e. Cualquier otra actividad relacionada con la actividad comercial, turística, cultural o de ocio, que le fuera encomendada.

El ámbito de actuación del Consejo Local se extiende al término municipal de Adra, sin perjuicio de los contactos o colaboraciones con otros consejos o entes del mismo o diferente ámbito territorial, especialmente en el área del Poniente Almeriense.

El Consejo Local de Comercio y Turismo y Empresas del Ayuntamiento de Adra se reúne cada cuatrimestre mediante sesiones ordinarias, al margen de las sesiones extraordinarias que puedan celebrarse a petición de los miembros del Consejo.

Para el seguimiento de la ejecución del Plan Estratégico del Comercio Municipal de Adra se propone la creación de una comisión de trabajo dentro del Consejo Local que coordine y vele por la ejecución de las distintas actuaciones propuestas en el plan.

Como hemos visto, y a modo de conclusión, el sistema de gobernanza del Plan Estratégico de Comercio Municipal de Adra, que hace partícipes a los agentes clave implicados en el comercio del municipio, es un modelo óptimo que garantizará una buena ejecución y seguimiento de las actuaciones programadas.

ANEXOS: MODELOS DE CUESTIONARIOS

CUESTIONARIO A LOS CONSUMIDORES DE ADRA

El Ayuntamiento de Adra está en el proceso de elaborar un plan estratégico comercial para el municipio. Le agradeceríamos que nos dedicara unos minutos para contestar este cuestionario. Su opinión nos ayudará a conocer mejor la situación del sector comercial de Adra.

1. Edad:

- 0-18 18-25 25-35 35-50 50-65 más de 65

2. Sexo:

- Hombre Mujer

3. Situación laboral:

- Estudiante
 En desempleo
 Trabajando por cuenta ajena
 Trabajando por cuenta propia

4. Nivel de estudios:

- Sin estudios
 Estudios primarios
 Estudios secundarios
 Estudios universitarios

5. Número de personas que viven en el hogar: _____

6. Grado de conocimiento de los comercios existentes en Adra:

- Muy alto
 Alto
 Regular
 Bajo
 Nulo

Observaciones:

7. Valore de 0 a 5 la facilidad para encontrar información y publicidad de los comercios de Adra (0 muy difícil – 5 muy fácil): _____

8. Hábitos de compra:

- En primer lugar busco en Adra
 En primer lugar busco fuera de Adra
 Sólo busco fuera si no existe en Adra
 Sólo busco en Adra si no existe fuera

Observaciones:

9. Medios que utiliza para buscar los productos:

- Preguntar a amigos y familiares
- Internet y redes sociales
- Publicidad en buzones, vallas, etc
- Otros:

Observaciones:

10. Volumen de compras efectuadas en Adra:

- Todas las compras
- Muchas compras
- En torno a la mitad
- Pocas compras
- Ninguna compra

Observaciones:

11. Tipos de productos que compra en Adra:

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Alimentación | <input type="checkbox"/> Salud y belleza |
| <input type="checkbox"/> Moda | <input type="checkbox"/> Servicios |
| <input type="checkbox"/> Tecnología | <input type="checkbox"/> Ocio |
| <input type="checkbox"/> Hogar | <input type="checkbox"/> Otros: |

Observaciones:

12. ¿Qué tipo de artículos no encuentra en Adra?:

13. Razones para comprar fuera de Adra:

- Mejores precios
- Más variedad
- Mayor calidad de los productos
- Comodidad
- Otros:

Observaciones:

14. Principales desventajas de comprar fuera de Adra:

- Tiempo empleado en las compras
- Gastos de desplazamiento
- Devoluciones de productos
- Trato poco personalizado
- Otros:

Observaciones:

15. ¿Qué mejoraría del sector comercial de Adra?:

CUESTIONARIO A LOS COMERCIOS DE ADRA

El Ayuntamiento de Adra está en el proceso de elaborar un plan estratégico comercial para el municipio. Le agradeceríamos que nos dedicara unos minutos para contestar este cuestionario. Su opinión nos ayudará a conocer mejor la situación del sector comercial de Adra.

1. **Años de antigüedad del comercio:**

2. **Tipo de actividad que realiza el comercio:**

- Alimentación
- Moda/Textil
- Tecnología
- Hogar

- Salud y belleza
- Servicios
- Ocio
- Otros:

3. **Forma jurídica del comercio:**

- Empresa individual (persona física)
- Comunidad de bienes o Sociedad civil
- Cooperativa
- Sociedad Limitada
- Otros:

4. **Número de trabajadores en el negocio:** _____

5. **Número de establecimientos, tiendas o centros de trabajo del negocio:** _____

6. **Zona comercial de Adra en la que se encuentra el comercio:** _____

7. **Evolución del comercio tras la pandemia:**

- Positiva
- Negativa
- Neutra

Observaciones:

8. **Perfil principal de clientes:**

- Familias
- Jóvenes
- Jubilados
- Otros:

Observaciones:

9. **Procedencia mayoritaria de los clientes:**

- Local
- Provincial
- Regional
- Nacional

Extranjero

Observaciones:

10. Gasto medio por cliente: _____

11. Medios utilizados para promocionar su comercio:

- Página Web propia
- Publicidad en buzones, vallas, etc
- Prensa, revistas especializadas,...
- Redes sociales
- Otros:

Observaciones:

12. ¿Dispone de los siguientes servicios en su establecimiento?:

- Pedidos por teléfono
- Entrega a domicilio
- Ninguno de ellos

13. Utilización de las tecnologías de la información y comunicación:

- Diariamente
- De forma frecuente
- Algunas veces
- Rara vez
- Nunca

Observaciones:

14. Aplicaciones que utiliza a menudo en su negocio:

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Ordenador | <input type="checkbox"/> Datáfono | <input type="checkbox"/> Centralita telefónica |
| <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Lector código barras | <input type="checkbox"/> Fax |
| <input type="checkbox"/> Red inalámbrica WIFI | <input type="checkbox"/> PDA | <input type="checkbox"/> Sistemas domóticos |
| <input type="checkbox"/> TPV | <input type="checkbox"/> Comercio electrónico | <input type="checkbox"/> Otros: |

15. Razones para usar las tecnologías de la información y la comunicación:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Búsqueda de información | <input type="checkbox"/> Búsqueda y contratación de personal |
| <input type="checkbox"/> Realizar gestiones bancarias | <input type="checkbox"/> Ofertar nuevos productos y servicios |
| <input type="checkbox"/> Mejorar la relación con clientes | <input type="checkbox"/> Reducir costes |
| <input type="checkbox"/> Relaciones con proveedores | <input type="checkbox"/> Mejorar la calidad de los servicios |
| <input type="checkbox"/> Trámites con la administración | <input type="checkbox"/> Expandir el mercado |
| <input type="checkbox"/> Acciones de marketing | <input type="checkbox"/> Mejorar la imagen |
| <input type="checkbox"/> Analizar la competencia | <input type="checkbox"/> Captar a nuevos clientes |
| <input type="checkbox"/> Formación | <input type="checkbox"/> Otros: |

Observaciones:

16. Razones por las que no usa las tecnologías de la información y la comunicación:

- Falta de tiempo
- Falta de formación
- Falta de confianza y seguridad en las tecnologías
- Coste de implantación
- Desconocimiento de los beneficios
- Falta de interés
- Otros:

Observaciones:

17. Valoración general de la situación actual de su negocio:

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

Observaciones:

18. Evolución esperada de su negocio en los próximos meses:

- El negocio mejorará
- El negocio empeorará
- Se mantendrá igual
- NS/NC

Observaciones:

19. ¿Qué gastos son los más difíciles de asumir para su negocio?:

- Alquiler del local
- Pagos a proveedores
- Impuestos
- Suministros
- Otros:

Observaciones:

20. ¿Cuáles son los últimos cambios que ha realizado en su negocio?:

- Productos
- Cambios en los procesos
- Trabajadores
- Gestión
- Publicidad, imagen, marketing
- Otros:

Observaciones:

21. ¿El comercio pertenece a alguna asociación de comerciantes y/o empresarios?:

- NO
- SI

¿Cuál/Cuáles? _____

22. Valoración de su experiencia con la/s asociación/es:

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

Observaciones:

23. Tipo de actuaciones realizadas con la/s asociación/es:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Jornadas, talleres | <input type="checkbox"/> Campañas publicidad |
| <input type="checkbox"/> Formación | <input type="checkbox"/> Tarjetas fidelización |
| <input type="checkbox"/> Ferias, mercadillos | <input type="checkbox"/> Otros: |
| <input type="checkbox"/> Ventas cruzadas | |

Observaciones:

24. ¿Cuáles son los principales problemas de los comerciantes?:

25. ¿Qué tipos de comercios soportan los principales problemas?:

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Alimentación | <input type="checkbox"/> Salud y belleza |
| <input type="checkbox"/> Moda/Textil | <input type="checkbox"/> Servicios |
| <input type="checkbox"/> Tecnología | <input type="checkbox"/> Ocio |
| <input type="checkbox"/> Hogar | <input type="checkbox"/> Otros: |

Observaciones:

26. ¿Qué circunstancias dificultan la puesta en marcha de nuevos comercios en Adra?

27. ¿Qué obstáculos dificultan el desarrollo de los comercios?:

28. ¿Qué mejoras deberían realizarse en el sector comercial de Adra?:

29. Evalúa el grado de conformidad con los siguientes supuestos:

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
El sector comercial de Adra se sustenta en sistemas de venta tradicionales.				
La apuesta por la modernización, renovación e innovación es aún insuficiente en el sector comercial de Adra.				
El entramado urbanístico de Adra no facilita la actividad comercial.				
Los clientes eligen otras ofertas de consumo en centros comerciales y ciudades próximas antes que el comercio de Adra.				
El núcleo urbano de Adra es poco accesible para los medios de transporte.				
Se debería apostar por la formación para incrementar las competencias profesionales del empresariado y trabajadores del sector comercial.				
Se debería apostar por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para impulsar las ventas.				

CUESTIONARIO A LAS ASOCIACIONES DE COMERCIANTES

El Ayuntamiento de Adra está en el proceso de elaborar un plan estratégico comercial para el municipio. Le agradeceríamos que nos dedicara unos minutos para contestar este cuestionario. Su opinión nos ayudará a conocer mejor la situación del sector comercial de Adra.

1. CARACTERÍSTICAS DE LA ENTIDAD

- Tipo de asociación:
- Número de asociados:
- Evolución del número de comercios de la asociación:

2. RELACIONES DE LA ASOCIACIÓN

- Relaciones de la Asociación con el Ayuntamiento y con otras entidades públicas:

- Relaciones de la Asociación con otras asociaciones o entidades no lucrativas:

3. OBJETIVOS Y ACTUACIONES

- Describa brevemente los fines y objetivos de la Asociación:

- Describa las principales actuaciones y proyectos de la entidad de la Asociación:

- Seleccione qué tipo de actividades lleva a cabo su entidad:

- Jornadas, talleres, cursos
- Asesoramiento
- Organización de ferias, mercadillos,...
- Ventas cruzadas
- Otros:

Observaciones:

4. SITUACIÓN DE LOS COMERCIOS DE LA ASOCIACIÓN

- **¿Cuáles son los principales problemas de los comerciantes?:**

- **¿Qué circunstancias dificultan la puesta en marcha de nuevos comercios en Adra?:**

- **¿Qué obstáculos dificultan el desarrollo de los comercios?:**

- **¿Qué mejoras deberían realizarse en el sector comercial de Adra?:**

- **¿Cómo valora el grado de cooperación/asociacionismo de los comercios de Adra?:**

- **¿Qué tipos de comercios soportan los principales problemas?:**

- Alimentación
 Moda
 Tecnología
 Hogar

- Salud y belleza
 Servicios
 Ocio
 Otros:

Observaciones:

- **Evalúe el grado de conformidad con los siguientes supuestos:**

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
El apoyo que recibe la Asociación por parte del Ayuntamiento es suficiente				
El apoyo que recibe la Asociación por parte de las empresas/entidades privadas es suficiente				
Existen proyectos que no puede llevar a cabo la Asociación por falta de recursos				
Interesan nuevas fórmulas de cooperación que beneficien a los asociados				
Interesan nuevas fórmulas de comercialización que beneficien a los asociados				

- **Explique brevemente las necesidades de la Asociación y qué tipo de apoyo necesita:**

CERTIFICADO

EXPEDIENTE N°	ÓRGANO COLEGIADO	FECHA DE LA SESIÓN
11399/2025	La Junta de Gobierno Local	16/12/2025

DON JOSÉ M^a CEBALLOS CANTON, SECRETARIO DEL AYUNTAMIENTO DE ADRA (ALMERIA).

CERTIFICO.- Que la Junta de Gobierno Local del Ayuntamiento de Adra en sesión ordinaria celebrada en la fecha arriba indicada, adoptó entre otros el siguiente acuerdo, sin perjuicio de lo que resulte de la aprobación definitiva del presente acta:

EXPEDIENTE 11399/2025. PLANES ESTRATÉGICOS DE SUBVENCIONES PRÓRROGA DE LA VIGENCIA DEL PLAN DE COMERCIO MUNICIPAL

Favorable Tipo de votación: Unanimidad/Asentimiento

HECHOS Y FUNDAMENTOS DE DERECHO

PROPUESTA APROBACIÓN POR JUNTA DE GOBIERNO LOCAL

Con fecha 11 de diciembre de 2025 tiene entrada en el registro del Ayuntamiento de Adra con N° 2025-E-RC-10982, una instancia de la Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra, donde se solicita la aprobación por el Ayuntamiento de una prórroga de la vigencia del **PLAN DE COMERCIO MUNICIPAL DE ADRA 2022**.

Con fecha 5 de diciembre de 2025 la Junta Directiva de la Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra acuerdan por unanimidad, la aprobación de la prórroga de la vigencia del Plan de Comercio Municipal de Adra de 2022, hasta diciembre de 2028. Con el objetivo de dar el máximo cumplimiento a las actuaciones recogidas en el Plan y cumplir con los objetivos estratégicos definidos en el mismo.



Considerando que el Ayuntamiento de Adra tiene como objetivo potenciar el desarrollo y modernización del Centro Comercial Abierto de Adra y del sector comercial de nuestro municipio. Y contribuir a la mejora en la calidad de vida y a la consolidación de un modelo de desarrollo económico sostenible.

Vista la propuesta de resolución PR/2025/2784 de 12 de diciembre de 2025.

RESOLUCIÓN

Por todo ello, y conforme a la Resolución de Alcaldía de fecha 17 de agosto de 2023, de delegación de competencias en la Junta de Gobierno Local, se eleva a ésta la siguiente PROPUESTA DE ACUERDO:

1º Aprobar la prórroga de la vigencia del PLAN DE COMERCIO MUNICIPAL DE ADRA 2022, hasta diciembre de 2028, de acuerdo a la propuesta formulada por la Asociación de Comerciantes, Empresarios y CCA de Adra, con el objeto de dar un mayor cumplimiento a los objetivos estratégicos definidos en el Plan.

2º Remitir el expediente instruido al efecto.

3º Que se le notifique al interesado el presente acuerdo.

4º Facultar al Sr. Alcalde para la firma de cuantos actos se deriven de la ejecución del presente Acuerdo.

Y para que conste y surta efectos donde proceda expido el presente con el visto bueno del Sr. Alcalde-Presidente, D. Manuel Cortés Pérez, en Adra a *(fecha de la firma digital)*.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE





INSTANCIA

REGISTRO DE ENTRADA:

--

DATOS PERSONALES:

Apellidos y Nombre ASOCIACION DE COMERCIANTES DE ADRA	
Domicilio JACATIO 33	
Localidad ADRA	Teléfono 665942680
N.I.F. o D.N.I. G04517686	Expediente

EXPONGO:

Reunión de directiva de la Asociación de comerciantes el día 5 de diciembre 2025.
Se decide obtener la prórroga en vigencia del Plan Estratégico de comercio municipal de Adra 2022, hasta Diciembre 2028.
A la atención concejala de Comercio

SOLICITO:

Por tanto, solicitamos al Ayuntamiento la aprobación de dicha prórroga y poder conseguir objetivos del Plan Estratégico de comercio municipal de Adra y cumplir actuaciones estratégicas.

Fecha 11 - Diciembre - 2025	Firma del solicitante
--------------------------------	---------------------------

Sr. ALCALDE-PRESIDENTE DEL AYUNTAMIENTO DE ADRA (ALMERÍA)



