



ANUNCIO

DOÑA MACARENA GARCÍA MUÑOZ, ALCALDESA-PRESIDENTA ACCIDENTAL DEL AYUNTAMIENTO DE EL VISO DEL ALCOR

HAGO SABER: Que por Resolución nº 2025-1338, de fecha 5 de mayo de 2025, de la Alcaldía Accidental por D^a. Macarena García Muñoz, se ha aprobado el Plan Estratégico del Comercio de El Viso del Alcor para el periodo 2025-2026.

“PLAN ESTRATÉGICO DEL COMERCIO DE EL VISO DEL ALCOR 2025-2026

Se considera imprescindible el apoyo público al comercio local y empresarial, para ello el Ayuntamiento de El Viso del Alcor ha llevado a cabo diferentes medidas que favorecen al tejido económico ayudando a incentivar el consumo, promoviendo el emprendimiento, así como el mantenimiento y la mejora de la actividad comercial y de servicios, su transformación digital, etc...

Hasta ahora se ha venido trabajando sin una hoja de ruta, por ello, se crea la necesidad de la elaboración de un plan estratégico de comercio fundamental para el desarrollo y promoción del sector comercial de un municipio. Estos planes se encargan de diseñar y elaborar una hoja de ruta clara y práctica que sirven como herramienta para trazar una estrategia de actuación que dinamiza y promueve el comercio local.

Visto el Informe-propuesta de la Técnico de Desarrollo Local de fecha 5 de mayo de 2025.

Por todo ello, en uso de las atribuciones conferidas por el artículo 21 de la Ley 7/85, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local y disposiciones concordantes, dicto la siguiente:

RESOLUCIÓN

PRIMERO.- Aprobar el Plan Estratégico del Comercio de El Viso del Alcor para el periodo 2025-2026, que se adjunta a la presente.

SEGUNDO.- Publicar dicho Plan en el Boletín Oficial de la Provincia, en el Portal de Transparencia y Sede Electrónica, para general conocimiento.

TERCERO.- Elevase este acuerdo al Pleno de la Corporación , proponiéndose su ratificación, en la primera sesión que se celebre.

LA ALCALDESA-ACCIDENTAL

MACARENA GARCÍA MUÑOZ.

MACARENA GARCÍA MUÑOZ (1 de 1)
ALCALDESA ACCIDENTAL
Fecha Firma: 06/05/2025
HASH: ac70aa0e320de130486f9dd3dfe610c3

Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 1 de 62

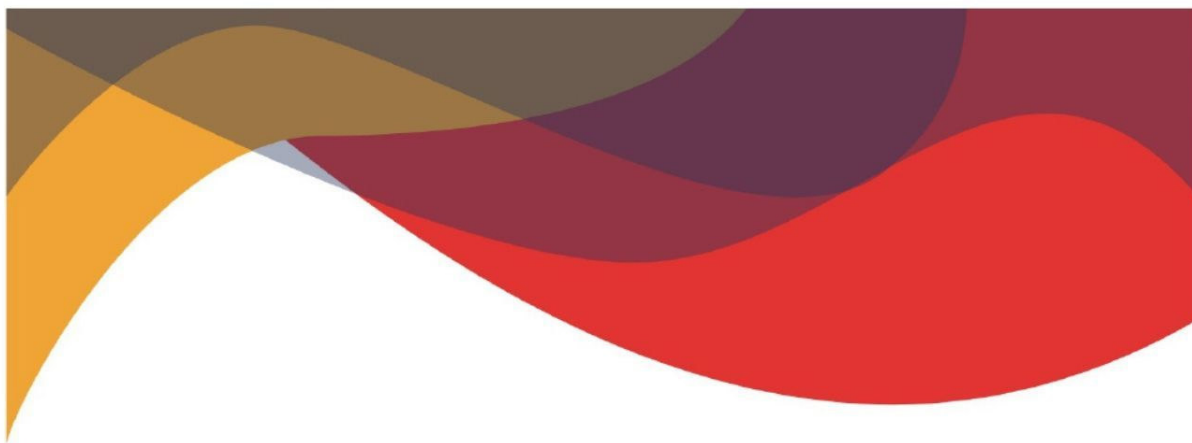




DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE”



Cód. Validación: 9EKNSF5L77JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 2 de 62



PLAN ESTRATÉGICO DEL COMERCIO

EL VISO DEL ALCOR
2025-2026



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 3 de 62



ÍNDICE

1. Introducción y Justificación Institucional.....	2
2. Estudio y Diagnóstico de la Situación Comercial.....	3
2.1 Contexto territorial y socioeconómico.....	4
2.2 Caracterización de la oferta comercial local.....	4
2.3 Distribución geográfica y urbanismo comercial.....	6
2.4 Demanda comercial y hábitos de consumo (perspectiva de la clientela).....	9
2.5 Normativa comercial local vigente.....	11
2.6 Iniciativas municipales previas de promoción y dinamización comercial (2018–2024).....	12
Campañas de fomento del consumo local.....	12
Eventos gastronómicos, culturales y de ocio vinculados al comercio.....	15
2.7 Análisis DAFO del comercio municipal.....	18
3. Modelo Comercial Municipal Propuesto.....	20
4. Objetivos Generales y Específicos del Plan.....	23
5. Plan de Actuaciones 2025–2026.....	25
5.1 Línea 1. Dinamización Comercial Continuada.....	25
5.2 Línea 2. Campañas Promocionales Estacionales.....	27
5.3 Línea 3. Transformación Digital y Comercio Electrónico.....	29
5.4 Línea 4. Movilidad, Accesibilidad y Transporte.....	32
5.5 Línea 5. Mejora del Mercadillo Municipal (Infraestructura y Servicios).....	34
5.6 Línea 6. Comercio + Ocio: Sinergias Socioculturales.....	37
5.7 Línea 7. Mejora del Entorno Urbano Comercial.....	40
5.8 Línea 8. Fomento del Consumo Local y Sensibilización.....	43
6. Calendario de Actuaciones (2025–2026).....	45
7. Recursos, Presupuesto y Financiación.....	49
8. Modelo de Gobernanza, Seguimiento y Evaluación del Plan.....	53
8.1 Coordinación institucional y participación de agentes:.....	53
8.2 Seguimiento y gestión del Plan:.....	54
8.3 Indicadores de evaluación.....	54
9. Conclusión.....	58



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 4 de 62



□ **Introducción y Justificación Institucional**

El presente Plan Básico de Dinamización Comercial de El Viso del Alcor (2025–2026) se elabora como un instrumento estratégico para revitalizar y fortalecer el tejido comercial local de nuestro municipio. Se trata de un documento técnico-administrativo, concebido para su aprobación mediante Resolución de Alcaldía, que orientará las políticas municipales de comercio durante el periodo 2025-2026.

Este Plan está alineado con la Agenda Urbana 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, en particular con aquellos relacionados con el desarrollo económico local sostenible. En concreto, contribuye a los ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) y 12 (Producción y consumo responsables): fomentando el comercio de proximidad y el empleo local, impulsando un centro urbano vivo e inclusivo, y promoviendo el consumo de productos locales que reduce desplazamientos a grandes superficies. Asimismo, incorpora la perspectiva de sostenibilidad social y económica, en línea con las directrices de la Agenda Urbana Española y con los planes andaluces de comercio, reconociendo el papel del pequeño comercio como elemento clave de cohesión social y calidad de vida urbana.

Desde una perspectiva institucional, el Ayuntamiento de El Viso del Alcor asume con este Plan su compromiso de apoyo al comercio minorista local, sector que constituye un pilar fundamental de la economía municipal y un servicio esencial para la ciudadanía. El Plan se enmarca dentro de las competencias municipales en promoción económica local y comercio interior, de acuerdo con la Ley 7/1985 Reguladora de las Bases de Régimen Local y la normativa estatal y autonómica vigente en materia de comercio. En particular, se ha tenido en cuenta el Texto Refundido de la Ley de Comercio de Andalucía, aprobado por Decreto Legislativo 1/2012 de 20 de marzo, y el Texto Refundido de la Ley de Comercio Ambulante de Andalucía, aprobado por Decreto Legislativo 2/2012 de 20 de marzo, así como sus desarrollos posteriores. De igual forma, el Plan se elabora en consonancia con las ordenanzas municipales vigentes, entre ellas la Ordenanza Reguladora del Comercio Ambulante en el término municipal de El Viso del Alcor (recientemente actualizada en 2025 para adecuarse a la normativa autonómica) y las ordenanzas fiscales asociadas (p. ej. tasas por ocupación de la vía



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 5 de 62



pública en el mercadillo), así como con las directrices del Consejo Andaluz de Comercio en materia de equipamientos comerciales.

En resumen, este Plan ofrece una justificación institucional sólida: responde al compromiso municipal con la planificación estratégica del comercio local, se alinea con objetivos de desarrollo sostenible de ámbito nacional e internacional, y se sustenta en el marco legal vigente. Todo ello garantiza que sus medidas tengan legitimidad, coherencia con políticas supra-municipales y capacidad para ser financiadas y ejecutadas con seguridad jurídica.

Misión: Impulsar el **comercio local de proximidad** en El Viso del Alcor, fortaleciendo su competitividad, modernización y atractivo, para incrementar su contribución al desarrollo económico sostenible del municipio y al bienestar social de la ciudadanía.

Visión: Alcanzar un **modelo de comercio urbano vibrante, innovador y sostenible**, donde el centro de El Viso del Alcor funcione como un **centro comercial abierto** de referencia en la comarca. Se aspira a un comercio local dinámico, capaz de satisfacer las necesidades de la población y atraer visitantes, complementando la oferta de las grandes superficies con **experiencias de compra únicas** ligadas a la identidad visueña (gastronomía tradicional, trato cercano, productos locales de calidad).

Valores: Este Plan se guía por valores fundamentales como la **sostenibilidad** (económica, social y ambiental, en línea con la Agenda 2030), la **proximidad** y calidad en el servicio, la **colaboración** público-privada y la participación ciudadana, la **innovación** (adaptación tecnológica y nuevas ideas de negocio), la **igualdad de oportunidades** (apoyo a pymes, emprendedores, mujeres empresarias) y la **identidad local** (puesta en valor de nuestras tradiciones comerciales y gastronómicas). Todos estos valores impregnan las actuaciones propuestas, buscando un equilibrio entre modernidad y respeto a la idiosincrasia comercial de El Viso del Alcor.

▣ **Estudio y Diagnóstico de la Situación Comercial**

Para definir las actuaciones de futuro, se parte de un análisis de la situación actual del comercio en El Viso del Alcor. A continuación se presenta el diagnóstico, que incluye el contexto territorial, la oferta y demanda comercial existente, el equilibrio entre formatos comerciales, aspectos de urbanismo comercial e infraestructuras, un resumen



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 6 de 62



de las iniciativas de dinamización comercial desarrolladas, y el marco normativo local aplicable.

2.1 Contexto territorial y socioeconómico

El Viso del Alcor es un municipio de tamaño medio ubicado en la comarca de Los Alcores (provincia de Sevilla), con **19.310 habitantes** según el padrón municipal de 2024. Se sitúa a unos 25 km de la capital sevillana, en un entorno semi-rural. Su economía local combina el sector industrial ligero, los servicios y un tejido importante de **comercio minorista y hostelería**. El comercio visueño juega un papel fundamental como proveedor de bienes cotidianos para la población y como generador de empleo local.

El municipio cuenta con un **centro histórico** compacto y barrios residenciales en crecimiento. Esta dimensión urbana manejable permite que, en general, las distancias internas sean caminables, favoreciendo los desplazamientos a pie de vecinos entre sus domicilios y las zonas comerciales. No obstante, la cercanía de grandes núcleos comerciales en localidades vecinas y en Sevilla capital ha influido en los hábitos de compra de la población, como se detalla más adelante.

2.2 Caracterización de la oferta comercial local

En El Viso del Alcor se estima que operan aproximadamente **350 a 400 negocios locales activos**, considerando todo tipo de establecimientos (comercio minorista, hostelería, servicios personales, etc.). Más de 400 empresas y autónomos locales se inscribieron en el directorio municipal digital compraenelviso.com en 2021, lo que da una idea del volumen total de actividades económicas (si bien no todas corresponden estrictamente a comercio minorista tradicional). En cuanto a los comercios detallistas stricto sensu (tiendas de alimentación, moda, hogar, etc.), su número rondaría el centenar largo, complementados por alrededor de 80 establecimientos de hostelería (bares, restaurantes, cafeterías) y numerosos pequeños negocios de servicios (peluquerías, centros de estética, talleres, academias, etc.).

El tejido comercial visueño se caracteriza mayoritariamente por **microempresas de carácter familiar y autónomos**, con plantillas muy reducidas (1 a 3 empleados típicamente) y un marcado trato personalizado hacia el cliente. Los sectores de



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 7 de 62



actividad representados cubren de forma diversificada las necesidades cotidianas de la población local. Destacan:

- **Alimentación:** panaderías, carnicerías, fruterías, pescaderías, ultramarinos y pequeños supermercados de barrio. También el comercio alimentario especializado en productos locales (confiterías tradicionales, etc.).
- **Hostelería y ocio gastronómico:** bares, restaurantes y cafeterías, algunos de ellos con productos típicos muy arraigados (p. ej. la gastronomía del menudo).
- **Moda y complementos:** boutiques de ropa y calzado para diferentes públicos (infantil, adulto), tiendas de accesorios y regalo.
- **Equipamiento del hogar y ferretería:** establecimientos de ferretería, electrodomésticos, bazares y decoración.
- **Salud y cuidado personal:** farmacias, parafarmacias, ópticas, peluquerías y centros de estética.
- **Servicios varios:** talleres mecánicos, papelerías/librerías, servicios profesionales, academias, etc.

Esta oferta, aunque variada, tiene **ciertas carencias en subsectores específicos:** por ejemplo, se detecta una oferta limitada en electrónica y grandes electrodomésticos, escasez de tiendas de moda juvenil o de tallas especiales, entre otros. Estas lagunas obligan a menudo a los vecinos a desplazarse a municipios cercanos o a Sevilla capital para determinadas compras especializadas. Este diagnóstico sectorial pone de manifiesto la necesidad de **diversificar la oferta comercial local**, atrayendo nuevas actividades que cubran nichos actualmente desatendidos, para reducir la fuga de gasto.

En términos de formatos comerciales, en El Viso del Alcor **predomina claramente el comercio tradicional de proximidad**. No existen grandes superficies comerciales (hipermercados o centros comerciales) dentro del término municipal, más allá de algunos supermercados medianos. Esto significa que el comercio local no compite con grandes cadenas en el propio municipio, pero a la vez muchos consumidores recurren a



Cód. Validación: 9EKN5F5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 8 de 62



esas grandes superficies en localidades vecinas para ciertas compras de volumen o de marcas específicas. El equilibrio entre formatos se traduce así en un **pequeño comercio local muy cercano y personalizado** frente a un retail de gran formato ubicado fuera del municipio. Este Plan buscará fórmulas para hacer el comercio visueño competitivo en aquello en lo que puede destacar (calidad, cercanía, especialización) y complementar aquello que no ofrece, minimizando la **evasión de gasto** hacia otros centros comerciales externos o hacia el comercio electrónico.

2.3 Distribución geográfica y urbanismo comercial

La mayor concentración de comercios en El Viso del Alcor se da en el **centro urbano**, especialmente a lo largo de las calles **Rosario, Real, Corredera, Avenida de Andalucía** y **aledañas**, que conforman el eje comercial tradicional del pueblo. En esta zona céntrica se ubican muchas tiendas de diversos sectores, bancos, y servicios, generando un entorno de calles comerciales con bastante tránsito peatonal.

Además del centro, existen **otros núcleos comerciales**, por ejemplo, en el Mercado de Abastos, en el se concentra comercio de alimentación fresca y bares; también hay pequeños centros de barrio con tiendas de proximidad en distintas calles y barrios del municipio. No obstante, fuera del casco histórico la distribución comercial es más dispersa, con establecimientos aislados insertos en zonas residenciales.

El **Mercado Municipal de Abastos “Santa Marta”**, ubicado en la calle Corredera y calle Real, actúa como un polo de atracción por las mañanas para la compra de alimentos frescos. Su entorno (Plaza de abastos y calles adyacentes) reúne carnicerías, fruterías, pescaderías y pequeños bares, y atrae a muchos vecinos en su horario matinal. Por las tardes, la actividad comercial se concentra sobre todo en el eje del centro histórico mencionado, donde el paseo vespertino lleva a la población a las tiendas de moda, bares de tapas, etc.

En general, **la trama urbana visueña favorece el acceso peatonal** a los comercios (debido a la escala humana del municipio). Sin embargo, presenta retos en **movilidad y aparcamiento**: la accesibilidad en coche es más problemática en las calles estrechas del centro, y la falta de suficientes plazas de estacionamiento cercanas a las zonas comerciales ha sido señalada como un inconveniente por los usuarios. Este aspecto de



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 9 de 62



urbanismo comercial (movilidad, estacionamiento, señalización de zonas comerciales) será atendido en el Plan dada su importancia para facilitar las compras.

Otro elemento clave del urbanismo comercial local es el **mercadillo municipal ambulante** que se celebra semanalmente. Tradicionalmente se ubicaba en el entorno del Parque de la Constitución, barrio de la Huerta el Tuno y recinto de la Cruz de Mayo, pero **en 2024 se decidió trasladarlo a la calle Carmen Amaya**, buscando un espacio más adecuado y seguro para los puestos y los visitantes, con mejor ordenación del tráfico y accesos. El mercadillo tiene autorización para **alrededor de 32 puestos de venta** semanales, ofreciendo una variedad de productos típicos: textil, calzado, complementos, artículos para el hogar, frutas y verduras, encurtidos, frutos secos, etc. La mayoría de vendedores son comerciantes ambulantes profesionales que acuden también a otros mercadillos de la provincia siguiendo un calendario semanal.

El mercadillo de los martes constituye un **evento comercial y social destacado** cada semana. Se estima que acuden cientos de personas cada martes, no solo vecinos de El Viso sino también visitantes de localidades cercanas (Mairena del Alcor, Carmona, etc.), dado que se ha consolidado como una cita comarcal. Para muchos visueños, especialmente personas mayores, el día de mercadillo es importante por la **variedad de oferta y precios económicos** que encuentran, complementando al comercio fijo. Además, la celebración del mercadillo genera indirectamente movimiento en otros comercios y bares de la zona ese día, aportando vida al pueblo entre semana.

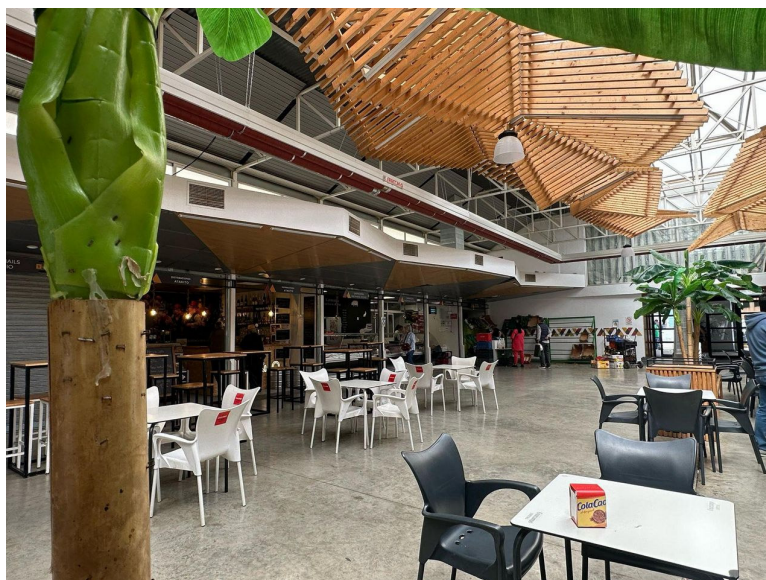
Pese a su éxito, el mercadillo presenta también **desafíos urbanísticos y de servicios**: actualmente se monta en la vía pública, sin instalaciones fijas de apoyo (no hay tomas de electricidad ni suministro de agua municipales para los puestos, los vendedores se autoabastecen). **No dispone de aseos públicos** provisionales en el recinto, lo que supone una carencia tanto para comerciantes como para visitantes (que deben recurrir a bares cercanos). Asimismo, carece de elementos de sombra o cubiertas; en días de verano o lluvia, las inclemencias afectan notablemente la comodidad en el mercadillo. Otro punto crítico es la **movilidad y aparcamiento** en torno al mercadillo: el cierre de calles y la afluencia masiva de coches los martes genera saturación de estacionamiento y dificultades de tráfico en la zona. Finalmente, se han detectado algunos puestos vacantes o oferta repetitiva, reflejando la necesidad de **renovación y diversificación** en la oferta ambulante para mantener el atractivo.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 10 de 62



Por otra parte, el Mercado de Abastos Santa Marta, como infraestructura de comercio fijo, ha sido objeto de mejoras recientes en su edificio. En 2018 se realizaron obras de modernización de las instalaciones por importe de 144.628 € (cofinanciados con fondos FEDER de la UE) para renovar puestos, mejorar la accesibilidad, iluminación y climatización, adaptando el mercado a las exigencias actuales de calidad y seguridad alimentaria. Gracias a esa inversión, el mercado de abastos ofrece hoy buenas condiciones higiénico-sanitarias y comodidad para vendedores y compradores. Sin embargo, enfrenta **desafíos comunes a muchos mercados tradicionales**: en la actualidad, no todos sus puestos o módulos están ocupados (tras jubilaciones o cese de antiguos detallistas algunos han quedado vacantes sin relevo generacional), por lo que existe riesgo de infrautilización si no se dinamiza su ocupación. También se observa que su **clientela está envejeciendo**, principalmente personas de mediana y tercera edad— mientras que las generaciones jóvenes frecuentan menos el mercado, quizá por hábitos de compra distintos o por incompatibilidad de horarios. Esto indica la necesidad de fidelizar a nuevos públicos mediante estrategias adaptadas (promociones, ampliación de horarios, eventos en el mercado, etc.). Otra cuestión es la **promoción insuficiente**: muchos vecinos pueden desconocer toda la oferta del mercado o no lo tienen en su rutina de compra. Mejorar la comunicación y programación de actividades en el mercado podría elevar su atractivo. Finalmente, en cuanto a horarios, actualmente el mercado opera solo en horario de mañana (cerrando al mediodía), lo cual limita la posibilidad de compra para quienes trabajan en horario comercial; estudiar aperturas vespertinas ocasionales o en días especiales podría ser beneficioso.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 11 de 62



Imagen del interior de la Plaza de Abastos “Santa Marta”

En síntesis, desde el punto de vista de **urbanismo comercial**, El Viso del Alcor presenta un **entorno urbano cercano y humanizado**, favorable para el comercio de calle, pero con áreas de mejora en **infraestructuras de apoyo** (sombra, aseos, señalética en el mercadillo; equipamientos y ocupación en el mercado de abastos) y en **accesibilidad** (movilidad y estacionamiento en zonas comerciales, eliminación de barreras arquitectónicas en itinerarios peatonales, etc.). Estas cuestiones físicas influyen en la comodidad de la experiencia de compra y serán abordadas en las actuaciones del Plan.

2.4 Demanda comercial y hábitos de consumo (perspectiva de la clientela)

Como parte del diagnóstico, el Ayuntamiento realizó en el primer trimestre de 2025 una **encuesta ciudadana sobre la percepción y hábitos de consumo** relativos al comercio local. En dicha encuesta, difundida tanto presencialmente como por medios digitales, los vecinos opinaron sobre las fortalezas y áreas de mejora del comercio visueño. Los hallazgos principales fueron:

- **Valoración positiva de la atención y cercanía:** la mayoría de encuestados aprecia la **atención personalizada** y el trato de confianza que brindan los comerciantes locales. También se destaca la **calidad de ciertos productos** (especialmente en alimentación fresca y repostería tradicional). Muchos vecinos indicaron que realizan compras frecuentes en tiendas del pueblo (pan, carne, fruta y otros artículos diarios) y quieren seguir apoyando al comercio visueño, reconociendo su importancia para la economía local.
- **Motivos para comprar fuera:** Paralelamente, se identificaron varias **barreras o motivos por los que algunos consumidores optan por comercios de fuera** (grandes superficies o compras online). Los factores más mencionados fueron:
 - Precio** – existe la percepción de que ciertos productos son más caros en las tiendas pequeñas que en las grandes superficies;
 - Variedad y disponibilidad** – se echa en falta una gama más amplia de productos o determinadas marcas en el comercio local, obligando a ir a grandes centros para encontrar todo lo necesario;



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 12 de 62



Horarios – algunos encuestados señalaron que ciertos comercios locales tienen horarios poco amplios o inconvenientes (por ejemplo, cierran al mediodía o no abren alguna tarde), lo que dificulta la compra a quienes trabajan en horario estándar.

- **Problemas de aparcamiento y transporte:** Una queja recurrente fue la **falta de aparcamiento** cerca de las zonas comerciales. Muchos ciudadanos indicaron que la dificultad para estacionar cerca de las tiendas les desanima y, en ocasiones, les hace preferir desplazarse a centros comerciales con parking amplio. Comentarios como “hacen falta más aparcamientos”, “facilitar aparcar en el centro” se repitieron con frecuencia. Ligado a esto, también surgió la idea de mejorar el **transporte público local** o contar con algún sistema de **lanzadera interna** (microbús urbano) que conecte barrios y centro, pensando especialmente en personas mayores sin coche.
- **Publicidad y promoción insuficiente:** Muchos encuestados perciben que **falta difusión de las ofertas y productos** de los comercios visueños. Es posible que parte de la población no esté al tanto de nuevas tiendas o de qué ofrece cada establecimiento. Se sugirió intensificar las campañas de marketing local, el uso de redes sociales, ferias de muestras, etc., para que el comercio local “se dé más a conocer” y pueda **competir en visibilidad** con las grandes cadenas.
- **Digitalización y venta online:** Varios participantes demandaron una **mayor digitalización del comercio local**. En particular, mostraron interés en la posibilidad de **comprar online con entrega a domicilio** en los comercios locales, así como en la creación de una **plataforma web/app de venta conjunta** de los negocios del pueblo. Esto sugiere que existe un segmento de consumidores dispuesto a utilizar servicios digitales locales (por ejemplo, una página web municipal de comercio donde ver catálogos o hacer pedidos). El hecho de que la plataforma *compraenelviso.com* se haya puesto en marcha es un buen punto de partida, pero actualmente se encuentra inactiva y según los encuestados debería evolucionar hacia funciones más transaccionales (no solo directorio, sino también permitir compras o pedidos).



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 13 de 62



- **Otros comentarios:** Algunos encuestados mencionaron **aspectos de atención al cliente a mejorar** en ciertos comercios (por ejemplo, políticas de devolución demasiado estrictas –solo cambian por vales, no reembolsan– lo cual desanima a algunos clientes). Igualmente, se aludió a la necesidad de una **oferta más moderna en algunos sectores** como la moda (por ejemplo, más disponibilidad de tallas grandes o ropa juvenil) para cubrir los gustos y necesidades de toda la población.

Por último, cabe destacar que en las respuestas abiertas hubo quien enfatizó la importancia de la **concienciación social**: es decir, **educar en el valor de apoyar al comercio local** aunque a veces el precio sea ligeramente mayor, porque ello redundaría en beneficio del pueblo (empleo, calles con vida, servicio cercano, etc.). Esto muestra que existe sensibilidad hacia el concepto de compra local responsable, que el Ayuntamiento puede capitalizar mediante campañas de sensibilización.

En conclusión, la encuesta ciudadana confirmó algunas cuestiones que ya se intuían en el diagnóstico técnico: el comercio local es **apreciado por su calidad y cercanía**, pero para mejorarlo habría que **facilitar el acceso** (más aparcamientos, mejor transporte interno), **aumentar su visibilidad y modernización** (más publicidad, venta online), **ampliar la variedad y adaptarse al cliente actual** (horarios más cómodos, mejores políticas de servicio postventa, etc.). Estos inputs ciudadanos se han tenido muy en cuenta en la definición de los objetivos y líneas estratégicas del Plan, para asegurar que las acciones a emprender respondan a demandas reales de la población.

2.5 Normativa comercial local vigente

El marco normativo que regula la actividad comercial en El Viso del Alcor viene dado por la legislación estatal y autonómica, además de las ordenanzas municipales. A nivel autonómico destacan el **Texto Refundido de la Ley de Comercio de Andalucía (Decreto Legislativo 1/2012)** y el **Texto Refundido de la Ley de Comercio Ambulante de Andalucía (Decreto Legislativo 2/2012)**, normas que establecen las bases para la ordenación del comercio minorista y ambulante en la región. Asimismo, la Junta de Andalucía, a través de la Consejería competente, emite **directrices y planes de comercio** (como el Plan de Comercio Interior de Andalucía, o las directrices del



Cód. Validación: 9EKN5F5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 14 de 62



Consejo Andaluz de Comercio sobre equipamientos comerciales) que sirven de referencia para los municipios.

En el ámbito local, el Ayuntamiento de El Viso del Alcor cuenta con varias **ordenanzas municipales relacionadas con el comercio**. En particular, está vigente la **Ordenanza Reguladora del Comercio Ambulante** en el municipio, que establece las condiciones para la celebración del mercadillo semanal: adjudicación de puestos (por autorización municipal, con pago de tasas), obligaciones de los vendedores (exhibir precios, mantener higiene, respetar horarios, etc.) y régimen sancionador en caso de incumplimientos, actualmente estas Ordenanzas están en trámites de modificación. Además, existen **ordenanzas fiscales** vinculadas al comercio, por ejemplo las tasas por ocupación de vía pública para los puestos del mercadillo, las tasas de mercado de abastos, y otras (basura industrial, etc.), cuya política de bonificaciones o exenciones también puede incidir en la actividad comercial.

Por último, cabe mencionar que el Ayuntamiento, dentro de sus competencias en desarrollo local, puede aprobar **planes y programas de comercio** (como el presente Plan) y que estos instrumentos se acogen a las líneas de subvención de administraciones superiores. La adecuación del Plan a la normativa vigente garantiza que sus actuaciones se implementarán con seguridad jurídica y, en su caso, con las autorizaciones necesarias de otros organismos (p. ej. cortes de tráfico para eventos, informes de impacto comercial si fueran requeridos para ciertas actuaciones urbanísticas, etc.).

2.6 Iniciativas municipales previas de promoción y dinamización comercial (2018–2024)

En los últimos años, la Delegación de Desarrollo Local y Comercio del Ayuntamiento ha impulsado diversas **campañas y eventos** para fomentar el comercio de proximidad en El Viso del Alcor. Antes de este Plan 2025–2026, se cuenta con un bagaje importante de actuaciones, cuyos resultados orientan las nuevas medidas. A continuación se resumen las principales **campañas de promoción del comercio local y eventos dinamizadores** realizados recientemente, con sus logros más destacados:

Campañas de fomento del consumo local

Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 15 de 62





- **“Compra con Eurovisos” (2020–2021):** Programa innovador lanzado en Navidad 2020, en el que por cada compra en comercios locales adheridos, los clientes podían ganar Eurovisos (tarjetas monedero de uso exclusivo en el comercio local). El objetivo era estimular las compras navideñas en El Viso, generando riqueza y empleo en el municipio a la vez que se premiaba la fidelidad de los clientes. La campaña tuvo gran éxito, con **105 comercios participantes en 2020** y **88 en 2021**, movilizando presupuestos de **36.000 €** (en 2020) y **8.808 €** (en 2021) respectivamente. Estos recursos se destinaron a emitir los Eurovisos que luego se canjearon en los negocios locales, logrando un **retorno económico directo** al comercio visueño y cumpliendo objetivos como dar visibilidad a los establecimientos y fomentar el consumo local.

- **Campañas de Navidad – Sorteos y “Rasca y Gana” (2022):** Tras la experiencia de Eurovisos, en la Navidad 2022 se optó por una campaña de tarjetas “rasca y gana”. En la campaña “Rasca de Navidad 2022”, los clientes obtenían un boleto rasca por sus compras en los comercios adheridos, con opción a premios directos y descuentos. Participaron **88 comercios locales**, con un presupuesto municipal de **7.927,97 €** para cubrir los premios e incentivos otorgados. Esta acción contribuyó a dinamizar las ventas en la temporada navideña, repartiendo numerosos premios pequeños que animaban a seguir comprando en el municipio.

- **Bonos de Comercio (2024):** A comienzos de 2024 se lanzó una iniciativa de **“bonos descuento”** para compras en establecimientos locales, aprovechando líneas de subvención externas tras la pandemia. Los clientes podían adquirir bonos subvencionados (por ejemplo, pagar 5 € por un vale de 10 € en compras), financiados en parte por fondos municipales/provinciales. Esta medida buscó estimular el consumo tras las Navidades y paliar los efectos de la inflación, facilitando compras a menor coste en el comercio visueño. Los resultados fueron positivos: en la campaña participaron 35 comercios adheridos, se destinaron 28.800€ en bonos, el número de compras realizadas en los comercios adheridos durante la campaña fue de 840 compras y el importe total de las compras ascendió a 56.224,99€. Estas cifras evidencian un impacto directo en



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 16 de 62



las ventas locales durante el periodo de descuentos globales, ayudando al comercio visueño a **competir con las grandes superficies y el comercio electrónico**.

- **Campaña “Black Friday” (anual desde 2019):** Cada mes de noviembre, el Ayuntamiento organiza una campaña de apoyo al comercio local durante la semana del Black Friday. Los comercios adheridos ofrecen descuentos especiales y se señalizan con globos y cartelería promocional, incentivando a los visueños a realizar sus compras prenavideñas en el pueblo. Para fomentar la participación, se realizan sorteos de premios entre los clientes: estos depositan sus tickets de compra (por importe mínimo, p. ej. $\geq 20\text{€}$) en una urna ubicada en un punto céntrico (el Mercado de Abastos), lo que también atrae público a este espacio. Los resultados han sido positivos: en el **Black Friday 2021** participaron 47 comercios y unos 917 clientes (con actividades complementarias como ludoteca infantil en el mercado) y se destinaron **1.584,75 €** en premios sorteados; en **Black Friday 2022** la campaña se amplió y en **Black Friday 2024** se adhirieron 32 comercios, lográndose un volumen de ventas inducidas de **26.901,18 €** en dichos establecimientos, para lo cual el Ayuntamiento aportó **1.389,29 €** en premios sorteados. Estas cifras evidencian un impacto directo en las ventas locales durante el periodo de descuentos globales, ayudando al comercio visueño a **competir con las grandes superficies y el comercio electrónico**.

- **Concurso de Escaparates Navideños:** Adicionalmente, en algunas campañas de Navidad se ha celebrado un concurso de decoración de escaparates entre los comercios, con premios a las mejores ambientaciones. Esta actividad fomenta la implicación de los comerciantes en embellecer sus locales y aporta atractivo visual a las calles en fiestas, atrayendo la atención de vecinos y visitantes.

En conjunto, **estas campañas comerciales** (Eurovisos, Rasca, Bonos, Black Friday, etc.) han supuesto una **inversión municipal significativa** en apoyo directo al comercio, logrando altas tasas de participación (en torno a 80–100 establecimientos en las campañas principales) y buena acogida por la ciudadanía. Sus objetivos comunes han sido: **fomentar el consumo local, visibilizar la oferta** de nuestros comercios, **fidelizar**



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 17 de 62



clientela y contrarrestar la fuga de gasto hacia otros municipios o canales online. Los aprendizajes de estas experiencias se incorporan ahora al Plan 2025–2026 para darles continuidad y mejorarlas.

Eventos gastronómicos, culturales y de ocio vinculados al comercio

- **Ruta de la Tapa (2018–2019):** Evento gastronómico en el que diversos bares y restaurantes de la localidad ofrecían tapas especiales, y el público recorría los establecimientos sellando un “tapaporte” para entrar en sorteos. La **III Ruta de la Tapa (2019)** contó con **19 establecimientos participantes** (incluyendo 3 confiterías con tapas dulces), desarrollándose durante dos fines de semana de noviembre. Se establecieron premios atractivos según los sellos conseguidos en el pasaporte (desde vales de consumo en la ruta hasta estuches de productos gourmet y experiencias de ocio), y se incentivó la interacción en redes sociales regalando premios adicionales a quienes compartieran fotos de sus tapas. La Ruta de la Tapa tuvo **gran aceptación popular**, atrajo visitantes de localidades cercanas y generó un aumento notable de la actividad en los bares participantes. Además, mostró capacidad de innovación incorporando tapas aptas para celíacos, mostrando sensibilidad hacia colectivos diversos. Tras el paréntesis obligado por la pandemia, se valora retomar esta iniciativa en el futuro como fórmula exitosa de promoción conjunta de gastronomía y comercio local.
- **Ruta del Menudo (2020):** Siguiendo la estela de las rutas gastronómicas, en 2020 se organizó la **I Ruta del Menudo**, dedicada a este plato tradicional visueño. Tuvo lugar los fines de semana del 27 de febrero al 8 de marzo de 2020 (justo antes del inicio de la pandemia). Participaron **15 establecimientos hosteleros**, que ofrecieron un total de 20 variedades de menudo (en dos categorías: tradicional e innovador). El objetivo fue poner en valor nuestra gastronomía típica y seña de identidad local, generando incluso nuevas recetas en torno al menudo. Esta primera edición tuvo muy buena acogida por vecinos y visitantes, consolidando el menudo como reclamo turístico-gastronómico del pueblo. La iniciativa sirvió de base para acciones posteriores de promoción de este plato (vídeos, concurso, presencia en ferias como FITUR, etc.), bajo la marca **“Menudo es El Viso”**.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 18 de 62



- **Jornadas “Siente El Viso” (2023 y 2025):** En 2023 se puso en marcha un nuevo concepto de feria local multisectorial denominado **Jornadas Siente El Viso**, con el objetivo de resaltar distintos aspectos del municipio –gastronomía, cultura, tejido empresarial– en un evento único. La **I Jornada Siente El Viso** se celebró el 11 de marzo de 2023 en el Parque de la Constitución, con la participación de **15 comercios locales** que expusieron y vendieron sus productos en stands al aire libre, complementado con un **Concurso de Menudo** (cocinado por particulares) y actuaciones de grupos musicales locales. Se otorgaron premios en metálico a los mejores menudos (entre 50€ y 300€) para estimular la participación culinaria. Dada la buena acogida de esta primera edición, en 2025 se realizó la **II Jornada Siente El Viso** (15 de marzo de 2025, nuevamente en el Parque de la Constitución), ampliando contenidos: se organizó un concurso de menudo con la participación de 9 cocineros aficionados (con un jurado compuesto por un crítico gastronómico de renombre en redes sociales y expertos locales), y se entregaron premios de 300€, 200€ y 100€ a los tres primeros lugares. Para amenizar el evento se contrató la actuación de agrupaciones carnavalescas (chirigotas) destacadas –como “Los Calaítas”, ganadores del Carnaval de Cádiz, además de una chirigota local– logrando atraer a numeroso público. También se incorporó un globo aerostático cautivo patrocinado por la Diputación, instalado en el parking público del Sequero, que fue un atractivo singular. La jornada contó con servicio de bar gestionado por una hermandad local, que obtuvo importantes ingresos por la afluencia de visitantes, y se repartieron materiales promocionales (camisetas y cucharas de madera con QR del vídeo “Menudo es El Viso”) para fidelizar al público. El presupuesto municipal de la edición 2025 ascendió a 12.807,64 €, reflejando la apuesta decidida por convertir Siente El Viso en un evento referente de comercio+ocio en la comarca. Estas jornadas han demostrado ser una herramienta eficaz para **combinar la promoción comercial** (permitiendo a las tiendas locales salir a la calle a exhibir sus productos) con el **ocio familiar** y la puesta en valor de nuestras tradiciones.
- **Otros eventos y ferias puntuales:** Adicionalmente, el Ayuntamiento ha apoyado u organizado ocasionalmente **mercadillos temáticos, ferias de artesanía o**



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 19 de 62



coleccionismo, etc., generalmente en colaboración con asociaciones locales. También ha llevado la promoción del comercio y la gastronomía visueña fuera del municipio: por ejemplo, con la presentación del vídeo “12 meses, 12 menudos en El Viso” en FITUR 2025, edición de folletos gastronómicos y turísticos, señalización de rutas culinarias, o presencia en ferias de turismo provinciales. Todas estas acciones proyectan la imagen de El Viso del Alcor como destino de comercio cercano y experiencia gastronómica.



Mercadillo de los Martes de El Viso del Alcor

*En síntesis, los antecedentes muestran una **trayectoria activa del Ayuntamiento** en materia de dinamización comercial: campañas promocionales innovadoras, eventos que combinan comercio y gastronomía, y un esfuerzo continuo por promocionar la “marca” local. Esta experiencia previa sienta las bases del Plan 2025–2026, indicando qué fórmulas han funcionado bien (para consolidarlas) y qué aspectos presentan margen de mejora.*



Cód. Validación: 9EKN5F5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 20 de 62



A partir de todo lo anterior (datos socioeconómicos, características del tejido comercial y opiniones ciudadanas) se pueden identificar las **principales problemáticas a resolver** y las **fortalezas/oportunidades a aprovechar** en la dinamización comercial de El Viso del Alcor:

2.7 Análisis DAFO del comercio municipal.

Debilidades / Problemáticas detectadas:

- **Fuga de gasto local:** Pese a la oferta existente, una parte del consumo de los visueños se realiza fuera del municipio (en grandes superficies de otras localidades o mediante compras online). Esto resta volumen de negocio a los comercios locales y dificulta su viabilidad y crecimiento.
- **Dificultades de acceso y movilidad:** La carencia de suficientes plazas de aparcamiento en las zonas comerciales y la ausencia de un transporte público urbano limitan la comodidad de comprar en el pueblo, especialmente para vecinos de barrios más alejados o con movilidad reducida.
- **Tejido comercial fragmentado y poco asociado:** No existe una asociación de comerciantes fuerte y activa; los intentos previos de asociacionismo empresarial han tenido limitada continuidad. Esto dificulta emprender acciones colectivas de mayor calado y defender intereses comunes (por ejemplo, acordar horarios comerciales unificados en campañas, etc.), recayendo el peso de la dinamización casi exclusivamente en la iniciativa municipal.
- **Insuficiente modernización digital:** Muchos pequeños comercios aún no tienen presencia activa en Internet, redes sociales o plataformas de venta electrónica. La plataforma municipal *compraenelviso.com* está infrautilizada y debe potenciarse. Esta falta de digitalización hace perder cuota de mercado, especialmente entre clientes jóvenes habituados a la compra online.
- **Infraestructuras mejorables:** Equipamientos comerciales clave presentan carencias: el mercadillo carece de dotaciones básicas (toldos para sombra, aseos), el mercado de abastos tiene puestos vacíos y requiere animación, y las



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 21 de 62



calles comerciales podrían estar más cuidadas y equipadas (iluminación, señalética comercial, mobiliario urbano, zonas de descanso, peatonalización, plan de sombras...) para generar un entorno de compra más atractivo.

- **Oferta limitada en ciertos ámbitos:** Como se indicó, hay segmentos de consumo no bien cubiertos localmente (moda juvenil, electrónica, etc.), lo que provoca la marcha de clientes a otros lugares. También algunos negocios locales mantienen **horarios poco amplios**, restando competitividad frente a supermercados o tiendas online 24h.
- **Promoción dispersa:** Aunque se han hecho campañas exitosas, no existe una **marca unificada** de comercio local ni una comunicación continuada en el tiempo. La promoción tiende a ser puntual (ligada a campañas concretas) más que sostenida durante todo el año, por lo que se diluye el mensaje en periodos valle.

Fortalezas / Oportunidades identificadas:

- **Conciencia ciudadana en aumento:** Se percibe un **apoyo creciente de la población hacia lo local**, especialmente tras la pandemia que revalorizó el comercio cercano. Las campañas municipales han calado y existe buena predisposición de comerciantes y clientes a participar en actividades de dinamización. Esto es un caldo de cultivo positivo para nuevas acciones.
- **Calidad y diferenciación:** El Viso del Alcor cuenta con **productos propios de calidad** (repostería tradicional, gastronomía del menudo, etc.) y comercios con mucha tradición que generan confianza. Estos elementos de autenticidad pueden potenciarse como factor diferenciador frente a la oferta estandarizada de las franquicias o grandes cadenas de otros lugares.
- **Entorno urbano humano y acogedor:** El carácter de pequeña ciudad de El Viso, con escala mediana, permite moverse a pie fácilmente y mantiene un trato cercano entre vecinos. No sufre el anonimato de las urbes grandes. Esto facilita iniciativas como comercio en la calle, rutas comerciales, etc., con buena participación comunitaria.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 22 de 62



- **SopORTE institucional y financiación disponible:** El Ayuntamiento ha demostrado voluntad política y capacidad técnica para apoyar al sector (como evidencia el historial de campañas). Además, en el horizonte inmediato existen convocatorias de **subvenciones de otras administraciones** alineadas con estos objetivos –por ejemplo, ayudas de la Junta de Andalucía para modernización del comercio y la artesanía (planes de mejora de mercados, comercio ambulante, transformación digital, etc.) o fondos europeos Next Generation orientados a la modernización del comercio minorista– que suponen una **oportunidad de cofinanciación** de las actuaciones del Plan.

- **Sinergias turismo-comercio:** El auge del **turismo de cercanía y rural** (en el que la comarca de Los Alcores tiene potencial) puede beneficiar al comercio local si se logran integrar las rutas turísticas, eventos culturales y la promoción de compras. Por ejemplo, paquetes de “experiencia visueña” que combinen visita patrimonial, tapeo y compras en tiendas típicas podrían atraer visitantes de día que dejen gasto en los comercios.

- **Mejoras urbanas en curso:** Acciones que ya se están ejecutando, como la modernización del mercado de abastos (realizada en 2018) y la prevista instalación de toldos y aseos en el mercadillo (pendiente de realizar), así como proyectos de regeneración urbana en el centro, la implementación del bus urbano o la creación de nuevas zonas de aparcamiento en el centro urbano, pueden crear **condiciones físicas más favorables** para el desarrollo comercial en los próximos años.

Con estas premisas, el Plan 2025–2026 puede enfocarse a **corregir las debilidades detectadas** (falta de modernización, problemas de movilidad, etc.) y a **explotar las fortalezas y oportunidades** (apoyo social, subvenciones disponibles, singularidades locales). A continuación, se definen el modelo comercial deseado, los objetivos que se pretenden lograr y las líneas estratégicas de actuación que darán respuesta a este diagnóstico.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 23 de 62



□ **Modelo Comercial Municipal Propuesto**

Del diagnóstico realizado se desprende la necesidad de evolucionar hacia un **modelo de comercio urbano integrado, competitivo y sostenible** para El Viso del Alcor. El **modelo comercial municipal propuesto** se puede resumir en los siguientes puntos clave:

- **Centro Comercial Abierto:** Se concibe el casco urbano de El Viso como un “**centro comercial abierto**”, es decir, un conjunto de calles y plazas comerciales que funcionen de forma cohesionada, ofreciendo al consumidor una experiencia integral comparable a la de un centro comercial cerrado, pero con las ventajas del entorno tradicional (trato humano, ambiente al aire libre, identidad local). Esto implica mejorar la señalización, la imagen y la accesibilidad de las zonas comerciales, así como coordinar acciones conjuntas entre los negocios.
- **Comercio de proximidad competitivo y especializado:** El modelo apuesta por un **comercio de proximidad fuerte**, capaz de competir enfatizando sus ventajas diferenciales: la calidad del producto (especialmente en ámbitos como la alimentación fresca y la gastronomía local), la atención personalizada y experta, y la singularidad de la oferta (productos artesanales, tradicionales, locales o difíciles de encontrar en grandes superficies). Se promoverá la **especialización** en nichos concretos (por ejemplo, productos gourmet, moda específica, artesanía local) que complementen la oferta de las grandes cadenas, de manera que comprar en El Viso sea una opción atractiva por lo **único** que aquí se encuentra.
- **Integración con ocio, turismo y cultura:** El comercio local no se ve aislado, sino plenamente integrado con otras actividades del municipio. El modelo propone **unir comercio con ocio y turismo**, de forma que visitar las tiendas vaya acompañado de disfrutar de la hostelería, de asistir a eventos culturales o de ocio y de conocer el patrimonio local. Esta integración aporta valor añadido a la experiencia de compra y amplía el mercado potencial (turistas, excursionistas gastronómicos, etc.), generando sinergias positivas entre sectores.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 24 de 62



- **Transformación digital y multicanalidad:** Un pilar fundamental del modelo es la **modernización tecnológica** del comercio visueño. Se busca que los negocios locales operen en **multicanal**: manteniendo su tienda física como eje, pero complementándola con presencia online (redes sociales, plataforma e-commerce, servicio a domicilio). El modelo propone una **plataforma digital municipal** compartida (evolución de compraenelviso.com hacia un centro comercial virtual) que agrupe la oferta local y facilite a los clientes comprar o informarse por Internet. Así, el pequeño comercio podrá competir mejor reteniendo a clientes jóvenes y conectados, sin perder su esencia local.

- **Colaboración y asociacionismo:** Para implementar este modelo, se fomenta la **colaboración entre comerciantes** y entre éstos y el Ayuntamiento. La creación de una **Mesa o Consejo Local de Comercio** permitirá canalizar esa cooperación, así como reactivar la asociación de comerciantes. El modelo comercial ideal implica un **sector organizado** que pueda emprender campañas conjuntas, compartir servicios (por ejemplo, reparto a domicilio mancomunado, promociones cruzadas entre tiendas) y tener una voz colectiva en la toma de decisiones municipales que afectan al comercio.

- **Sostenibilidad y cohesión social:** El modelo defiende un comercio local que contribuya a la **sostenibilidad social y ambiental** del municipio. Esto significa favorecer la inclusión (que personas mayores o con discapacidad puedan seguir comprando en su barrio mediante entornos accesibles y servicios de apoyo), la igualdad (muchos comercios locales son liderados por mujeres, a las que se apoyará en su empoderamiento económico) y la reducción del impacto ambiental (el comercio de cercanía disminuye desplazamientos motorizados y emisiones). Un comercio local fuerte también redunda en **cohesión social**: mantiene vivas las calles, ofrece puntos de encuentro vecinal y genera empleo local de calidad.

En resumen, el modelo comercial propuesto para El Viso del Alcor es el de un **ecosistema de pequeño comercio urbano, fuertemente arraigado en la localidad pero adaptado a los nuevos tiempos**. Un modelo donde tradición y modernidad conviven: se aprovecha el patrimonio comercial existente (tiendas históricas, productos típicos) y se



Cód. Validación: 9EKN5F5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 25 de 62



le suma innovación (tecnología, nuevos negocios) para lograr un comercio **más atractivo tanto para los visueños como para visitantes**, y capaz de sostenerse económicamente en el largo plazo. Este modelo servirá de guía conceptual para las actuaciones concretas del Plan.

□ **Objetivos Generales y Específicos del Plan**

El Plan Básico de Dinamización Comercial de El Viso del Alcor (2025–2026) persigue un **objetivo general fundamental: fortalecer y revitalizar el comercio local de proximidad**, haciéndolo más competitivo, atractivo y sostenible, de modo que incremente su contribución al desarrollo económico del municipio y al bienestar de la ciudadanía.

Este objetivo general se desglosa en una serie de **objetivos específicos** que abarcan distintos ámbitos de actuación:

- **Fomentar el consumo en el comercio local** por parte de la población visueña, reduciendo la evasión de gasto a otros municipios o canales externos. Se busca incrementar la cuota de mercado local, fidelizando a los clientes actuales y recuperando a aquellos que hoy realizan ciertas compras fuera del pueblo
- **Dinamizar la actividad comercial a lo largo de todo el año** mediante campañas, eventos y actuaciones que atraigan público a las zonas comerciales, especialmente en periodos clave (campañas de Navidad, rebajas, etc.), logrando un incremento de las ventas y una mayor visibilidad de los establecimientos locales.
- **Modernizar e innovar el comercio de El Viso**, promoviendo la transformación digital de los negocios (uso de nuevas tecnologías, venta online, marketing digital) y la adopción de prácticas comerciales modernas (mejora de escaparates, métodos de pago avanzados, formación en atención al cliente), para adaptarse a las tendencias actuales de consumo sin perder la identidad.
- **Mejorar las infraestructuras y el entorno urbano comercial**, dotando a los espacios comerciales (calles, mercadillo, mercado de abastos) de equipamientos



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 26 de 62



adecuados (toldos, mobiliario, señalización, iluminación, aseos, accesibilidad) que hagan la experiencia de compra más cómoda, atractiva y segura tanto para comerciantes como para clientes.

- **Facilitar la accesibilidad al comercio local** mediante acciones en materia de movilidad: aumento y ordenación de aparcamientos en zonas comerciales, promoción del transporte público, puesta en marcha de transporte público urbano o lanzaderas hacia el centro en días punta, mejora de itinerarios peatonales accesibles, etc., de modo que todos los vecinos puedan acceder fácilmente a los comercios, tengan o no vehículo privado.
- **Promover la complementariedad “comercio + ocio + turismo”**, integrando la oferta comercial con actividades culturales, gastronómicas y de ocio que enriquezcan la experiencia del comprador y atraigan visitantes de fuera. Esto incluye organizar ferias, rutas gastronómicas, mercados temáticos, descuentos o tickets de acceso a actividades de ocio por compras en comercio local, eventos en la calle, etc., que generen sinergias entre el comercio y otros sectores (hostelería, turismo, cultura).
- **Apoyar al comerciante local y al emprendedor**, ofreciendo formación, asesoramiento y ayudas para el pequeño empresario. Se busca facilitar la puesta en marcha de nuevos negocios que cubran vacíos detectados, incentivar el relevo generacional en comercios tradicionales, fomentar la cooperación entre negocios (asociacionismo, creación de un centro comercial abierto virtual) y explorar incentivos fiscales o subvenciones locales para quien invierta en mejoras o nuevas aperturas.
- **Asegurar la sostenibilidad y la cohesión social** en el desarrollo comercial: esto implica incorporar la inclusión social (por ejemplo, facilitar que personas mayores o con dificultades de movilidad puedan seguir comprando en el pueblo mediante servicios de entrega a domicilio o transporte adaptado), la igualdad de género (visibilizando y apoyando a las mujeres empresarias, que son numerosas en el comercio local) y la sostenibilidad ambiental (reduciendo desplazamientos gracias al comercio de cercanía, bus urbano o promoviendo



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 27 de 62



bolsas reutilizables, etc.). En suma, que el crecimiento comercial vaya de la mano de mejoras sociales y ambientales.

- **Evaluar y comunicar resultados**, estableciendo indicadores concretos para monitorizar el progreso del Plan y **mecanismos de seguimiento** (por ejemplo, una comisión o Mesa de Comercio que revise anualmente las acciones, encuestas de satisfacción periódicas a comerciantes y consumidores, etc.), asegurando la transparencia y la mejora continua durante la implementación.

Estos objetivos específicos guiarán todas las líneas de acción propuestas. Cabe señalar que están interrelacionados: el éxito en uno de ellos (por ejemplo, modernización digital) refuerza a otros (como la capacidad de atraer consumo joven, mejorar la competitividad, etc.). En conjunto, dibujan el panorama de lo que se quiere lograr con este Plan: un comercio local más fuerte, moderno, atractivo y sostenible en El Viso del Alcor.

□ **Plan de Actuaciones 2025–2026**

Para alcanzar los objetivos planteados, el Plan se articula en varias **líneas estratégicas de actuación**, que agrupan las medidas concretas a ejecutar. Cada línea estratégica aborda un ámbito clave de la dinamización comercial y comprende un conjunto de programas, proyectos o acciones específicas. A continuación se desarrollan estas líneas estratégicas:

5.1 Línea 1. Dinamización Comercial Continuada

Objetivo: Mantener animado el tejido comercial de forma permanente, más allá de las grandes campañas puntuales, de modo que siempre esté pasando algo en pro del comercio local. Se trata de generar un **calendario regular de micro-acciones y servicios de apoyo** que incentiven las compras en el día a día, logrando que los consumidores perciban un comercio dinámico, activo y en renovación constante durante todo el año.

Principales **actuaciones previstas** en esta línea:



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 28 de 62



- **Programa anual de eventos en la vía pública:** Organización periódica de **actividades en calles comerciales** para atraer público de forma constante. Ejemplos: pequeños **mercados artesanales mensuales**, demostraciones o degustaciones de productos en la calle, actuaciones musicales en tardes de compras, o jornadas de tiendas abiertas en horario especial (shopping nights en verano). Una acción concreta sería instaurar un **“Día del Comercio Local” mensual**, en el que los negocios saquen algún stand o producto a la calle con promociones especiales, acompañado de animación (pasacalles, música ambiental). Esto crearía el hábito en la ciudadanía de encontrar novedades frecuentemente al pasear por el centro.

- **Ferias y muestras sectoriales de menor escala:** Además de los grandes eventos bienales, organizar **ferias comerciales específicas** de menor formato enfocadas a distintos sectores o temáticas. Por ejemplo, una **Feria del Stock y Oportunidades** (un outlet local al final de cada temporada, donde las tiendas liquiden excedentes con descuentos atractivos durante un fin de semana); o una **Muestra de Nuevos Comercios y Emprendedores**, ofreciendo stands gratuitos a negocios locales recientes para que se den a conocer. Estas ferias más especializadas podrían realizarse con frecuencia anual o semestral, en colaboración con los propios comerciantes, utilizando espacios públicos (plazas peatonales, el Pabellón Municipal para ferias interiores, etc.) con infraestructura ligera (carpas modulares proporcionadas por el Ayuntamiento).

- **Impulso del asociacionismo y redes de cooperación:** Fomentar la creación o reactivación de una **Asociación de Comerciantes** activa en El Viso. El Ayuntamiento prestará apoyo logístico y administrativo para su constitución/funcionamiento (espacios para reuniones, asistencia jurídica, etc.). Asimismo, se realizarán **reuniones periódicas con los comerciantes** (sean o no asociación formal) para escuchar propuestas y coordinar acciones conjuntas: por ejemplo, acordar **horarios especiales en festivos**, lanzar **campanñas compartidas entre varios negocios** (como cupones cruzados: al comprar en X tienda obtienes un vale descuento para Y bar, etc.). También se promoverán redes de colaboración **comercio-hostelería** para potenciarse mutuamente (p. ej.,



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 29 de 62



acuerdos para que los bares recomienden tiendas locales y viceversa, o que en restaurantes se publiciten eventos comerciales próximos).

- **Formación continua y profesionalización del sector:** Implementar un **plan formativo anual para comerciantes** y su personal, que incluya talleres y cursos prácticos sobre: técnicas de venta y atención al cliente, escaparatismo creativo según temporadas, marketing básico, idiomas para el comercio (pensando en atención a turistas), uso de herramientas digitales sencillas, etc. También formación en gestión empresarial, fiscalidad, relevo generacional y sucesión de negocios familiares. Estas capacitaciones se podrían impartir en el Centro de Empresas municipal o de forma online, en colaboración con la Cámara de Comercio de Sevilla o asociaciones empresariales. El objetivo es elevar la **profesionalidad** del comerciante visueño y dotarlo de nuevas habilidades para competir.

- **Dinamización del comercio en barrios periféricos:** Aunque gran parte de las acciones se centra en el centro urbano, no se debe descuidar el **comercio de barrio** en las zonas residenciales más alejadas. Se llevará algunas actividades de dinamización a distintas barriadas, para que los beneficios lleguen a todo el municipio. Por ejemplo, organizar una **“Fiesta del Comercio” en una plaza de barrio** específico, invitando a los pequeños negocios de esa zona a exponer sus productos en la calle e implicando también a asociaciones vecinales. O montar **mercadillos vecinales itinerantes** en distintos puntos, combinados con actividades lúdicas, de modo que cada barrio tenga su día de impulso comercial.

5.2 Línea 2. Campañas Promocionales Estacionales

Objetivo: Mantener y potenciar las **campañas de promoción de ventas en momentos clave del año**, aprovechando la tradición de campañas exitosas (Navidad, rebajas, etc.) pero introduciendo mejoras e innovaciones para mantener el interés del público.

Acciones principales dentro de esta línea:



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 30 de 62



- **Campaña de Navidad “Compra en El Viso”:** Consolidar una gran campaña navideña anual que incentive las compras de diciembre en los comercios locales. A la vista de las experiencias previas, se valorará **alternar o combinar distintos formatos promocionales** cada año para no repetirse y sorprender al cliente. Por ejemplo, en 2025 se podría retomar el sistema de **Eurovisos** (tarjetas-regalo locales) si hay disponibilidad presupuestaria o apoyo de patrocinadores, o crear una campaña en la que se vincule la compra en comercio local con la obtención de vales descuento o acceso gratuito a actividades de ocio; en 2026 volver al formato del **“Rasca y Gana”** con premios directos; en años sucesivos, plantear sorteos de mayor envergadura (viajes, electrodomésticos, etc.) entre quienes compren en El Viso. El denominador común será una **imagen unificada** de campaña (un eslogan reconocible, decoración navideña en calles y comercios apoyada por el Ayuntamiento) y una **difusión amplia**. Se procurará implicar también al **Mercado de Abastos** en la campaña navideña (por ejemplo, sorteos especiales para clientes del mercado). El objetivo es que el mayor porcentaje posible del **gasto navideño** de las familias (regalos, alimentación de fiestas) se quede en el municipio.

- **Campañas de Rebajas y Black Friday:** Mantener y potenciar la campaña de **Black Friday** cada noviembre, dado su éxito creciente. Se seguirá apoyando a los comercios para que ofrezcan descuentos atractivos, proporcionándoles material promocional (globos, carteles identificativos) y organizando sorteos de premios entre los compradores como aliciente. Asimismo, se estudiará realizar acciones similares en otras épocas de rebajas: por ejemplo, en las **rebajas de verano (julio)** o durante la **campaña de Reyes Magos** a inicios de enero. Una idea concreta es un sorteo de “Reyes Locales” donde los premiados reciban reembolsadas sus compras (hasta un cierto importe) entre aquellos que compren en tiendas del pueblo durante la semana de Reyes. El fin es también **animar las ventas en enero**, un mes tradicionalmente flojo tras las fiestas.

- **Campañas temáticas o sectoriales durante el año:** Implementar campañas puntuales enfocadas a sectores específicos o fechas concretas fuera de la Navidad. Por ejemplo: una **“Semana del Comercio de Moda”** en primavera, con pasarelas o desfiles locales y descuentos especiales en boutiques,



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 31 de 62



complementada con un concurso de escaparates primaverales; una **“Campaña de Vuelta al Cole”** cada septiembre, con promociones en librerías, papelerías, tiendas de uniformes y deportes, sorteando lotes de material escolar entre los clientes; campañas por **San Valentín** o **Día de la Madre/Padre**, incentivando a comprar los regalos en El Viso mediante sorteos (p. ej., sortear una cena romántica en un restaurante local entre quienes compren en floristerías o joyerías del pueblo por San Valentín). Estas campañas se coordinarán de cerca con los comercios del ramo implicado para maximizar la participación y el atractivo.

- **Marketing y publicidad local unificados:** Acompañar cada campaña de un **despliegue fuerte de comunicación** en medios locales y redes sociales. El Ayuntamiento destinará parte del presupuesto a difusión: cartelería en calles y edificios municipales, anuncios en la radio local, folletos/buzoneo si procede, y uso intensivo de canales digitales (web compraenelviso.com, perfiles de Facebook/Instagram del Ayuntamiento, WhatsApp municipal, etc.) con identidad visual y hashtag propio de la campaña. La idea es que ninguna campaña pase desapercibida: la ciudadanía debe estar bien informada de las promociones en marcha para poder participar. Igualmente, se aprovechará la base de datos de contactos de consumidores recopilados en campañas previas (por ejemplo, los participantes en sorteos) para enviarles información de nuevas campañas, cumpliendo la normativa de protección de datos.

5.3 Línea 3. Transformación Digital y Comercio Electrónico

Objetivo: Dar un **salto cualitativo en la presencia digital** del comercio visueño, ampliando su alcance más allá del formato físico tradicional. Esta línea estratégica busca que el comercio local integre las nuevas tecnologías en su forma de operar, mejorando su visibilidad online y abriendo canales de venta alternativos que complementen la tienda física.

Acciones contempladas en este eje:



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 32 de 62



- **Potenciación y reactivación de la plataforma compraenelviso.com:** Esta web municipal, lanzada en 2021 con la adhesión inicial de más de 400 empresas locales, debe evolucionar para convertirse en un verdadero **Centro Comercial Virtual de El Viso**. Se plantea realizar una renovación de la plataforma con mejoras como: actualización constante de los datos de todos los comercios (horarios, contacto, ubicación en mapa), incorporación de un **buscador de productos/servicios** para que cualquier ciudadano encuentre fácilmente dónde venden lo que busca en el pueblo, creación de una sección de **ofertas y cupones** (donde los comerciantes puedan publicar promociones vigentes), y –si es viable técnicamente– añadir funcionalidad de **venta online** (carrito de compra unificado o, al menos, un sistema de pedidos en línea que cada comercio gestione). El objetivo es que compraenelviso.com pase de ser un simple directorio a una herramienta útil y viva, que incluso permita realizar compras o reservas. El Ayuntamiento estudiará cofinanciar la integración de un módulo de comercio electrónico, aprovechando programas de ayudas a la digitalización (por ejemplo, fondos Next Generation del Ministerio de Industria y Comercio orientados a modernización digital del comercio).

- **Formación en competencias digitales:** Paralelamente, se ofrecerán **cursos y asesorías personalizadas** para que los comerciantes aprendan a gestionar su presencia online. Desde lo básico (crear y mantener perfiles atractivos en redes sociales, uso de WhatsApp Business) hasta lo avanzado (fotografía de producto, marketing digital segmentado, gestión de tienda virtual). Se buscará colaborar con la Cámara de Comercio de Sevilla en programas tipo “Diagnóstico de Innovación Comercial” ya realizados en otros municipios, o con el programa Kit Digital estatal, para facilitar consultorías individuales. El fin es lograr que **la mayoría de los comercios locales estén activos en Internet:** que al término del Plan los negocios visueños cuenten con perfil actualizado en Google/Maps, redes sociales alimentadas periódicamente, y en muchos casos algún sistema de venta o reserva online. Esto permitirá atraer especialmente al segmento joven y retener a clientes que de otro modo optarían por grandes plataformas.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 33 de 62



- **Campaña “Digitaliza tu Comercio”:** Lanzar una campaña municipal de sensibilización y apoyo para animar a los negocios locales a dar el salto digital. Por ejemplo, ofrecer un **“kit de digitalización”** que incluya: asesoramiento gratuito para crear o mejorar su ficha en Google My Business (de modo que aparezcan correctamente en búsquedas con horario, fotos, reseñas), integración en la plataforma compraenelviso.com con un mini-catálogo de sus productos/servicios, y la instalación de **códigos QR en sus escaparates** que enlacen a sus páginas web o redes sociales (para que los clientes puedan obtener información fuera de horario). Esta campaña podría promocionarse con algún **reconocimiento municipal** tipo “Comercio digitalmente preparado”, otorgando un distintivo o sello a aquellos negocios que implementen ciertas mejoras (p. ej., que tengan venta online, que usen activamente redes, etc.).

- **Sistema local de reparto a domicilio o puntos de recogida:** Explorar la viabilidad de implementar un servicio compartido de **delivery local** para los comercios. Por ejemplo, crear una **cooperativa de repartidores locales** o establecer convenios con empresas de mensajería de la zona, de modo que los comercios que no pueden realizar repartos por sí mismos tengan la opción de ofrecer **entrega a domicilio dentro del municipio** en plazos cortos. Alternativamente, habilitar un **punto de recogida centralizado** (quizá en el propio mercado de abastos u otra instalación municipal) donde los comercios puedan dejar los pedidos preparados y los clientes recogerlos en un horario amplio. Esta logística de última milla daría al comercio local una ventaja equiparable a la de las plataformas online, brindando comodidad al comprador (especialmente útil para personas con movilidad limitada o con poco tiempo).

- **Digitalización de la gestión municipal del comercio:** Aprovechar la tecnología también para mejorar la interacción entre el Ayuntamiento y los comerciantes. Implantar **canales de comunicación electrónica ágiles** con los negocios: por ejemplo, mantener un grupo de difusión (WhatsApp o Telegram) de la Delegación de Comercio para avisos y notificaciones rápidas (campañas, plazos de ayudas, eventos próximos), o enviar una **newsletter** periódica por email con información de interés (subvenciones disponibles, normativa actualizada, formación, etc.). Asimismo, modernizar los trámites administrativos



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 34 de 62



relacionados con comercio: facilitar que **licencias de apertura, renovaciones de autorizaciones de mercadillo, solicitudes de ayudas** y otros trámites puedan gestionarse online vía sede electrónica de forma más rápida. Esto reducirá cargas administrativas y demostrará a los comerciantes que la administración local se moderniza a la par que les pide a ellos que lo hagan.

En conjunto, esta línea estratégica pretende que durante 2025–2026 el comercio visueño dé un salto adelante en **presencia digital**: que cualquier persona con un móvil pueda encontrar fácilmente lo que ofrecen nuestras tiendas, contactar, reservar o incluso comprar desde casa, y recibir un servicio de entrega local eficaz. La digitalización será un factor clave de sostenibilidad futura del sector comercial, complementando la venta física e involucrando a nuevos segmentos de clientes.

5.4 Línea 4. Movilidad, Accesibilidad y Transporte

Objetivo: Mejorar la **movilidad urbana asociada a las zonas comerciales** para hacer el comercio local más accesible y cómodo, tanto para residentes como para visitantes. Se plantean medidas para facilitar el acceso de los consumidores a los establecimientos, ya sea en coche, transporte público, bicicleta o a pie, eliminando barreras que actualmente desincentivan las compras en el pueblo.

Principales actuaciones:

- **Plan de aparcamientos en zonas comerciales:** Elaborar un estudio y ejecutar un plan de acción para **incrementar y optimizar las plazas de aparcamiento** disponibles cerca de las áreas comerciales clave (centro histórico y mercado de abastos). Acciones concretas podrían ser: habilitar solares municipales o en convenio con propietarios privados como **aparcamientos disuasorios** gratuitos o de bajo coste cerca del centro (por ejemplo, en los alrededores del casco urbano a 5 minutos a pie de la zona comercial, debidamente señalizados), adquisición de solares en el centro urbano para habilitar nuevas zonas de aparcamiento; implantar en las calles comerciales más saturadas un sistema de **estacionamiento rotatorio** (tipo zona azul gratuita con disco horario o zona ORA de bajo coste con límite de 60–90 minutos) para asegurar la rotación de vehículos y que más clientes puedan aparcar; mejorar la **señalización hacia los aparcamientos existentes** (indicando claramente las ubicaciones de parking



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 35 de 62



público para que los conductores las encuentren fácilmente). A medio plazo, se puede estudiar la viabilidad de construir algún pequeño parking en altura o subterráneo si hubiera opciones de financiación externa, aunque en este Plan básico se priorizarán soluciones inmediatas y de bajo coste.

- **Mejora del transporte público local:** Analizar la posibilidad de establecer un **servicio de transporte urbano** que conecte los distintos barrios residenciales con el centro y con el mercadillo, al menos en días y horas de mayor afluencia comercial. Por ejemplo, implementar una **línea circular de microbús** que funcione los martes por la mañana (mercadillo) y sábados por la mañana (día de mayor compra semanal) con paradas en Santa Marta – Centro – Polígonos industriales – barriadas periféricas, facilitando que personas sin vehículo puedan acercarse a comprar. Si un servicio permanente de autobús urbano no fuera viable económicamente de inmediato, considerar servicios puntuales de **lanzaderas en eventos** (por ejemplo, disponer de un minibús lanzadera desde zonas alejadas cada hora durante un evento tipo feria de comercio). En paralelo, negociar con el Consorcio de Transportes el refuerzo de las líneas interurbanas existentes en días punta (p. ej., mayor frecuencia de autobuses Mairena–El Viso los martes de mercadillo). Un transporte más accesible beneficiará especialmente a población mayor, jóvenes y familias, fomentando su autonomía para consumir localmente.
-
- **Itinerarios peatonales accesibles:** Acondicionar y mejorar las **rutras peatonales** que conectan los distintos barrios con las principales zonas comerciales. Esto incluye reparar y ensanchar aceras donde sea necesario, eliminar barreras arquitectónicas (bordillos altos, escalones) que dificulten el paso de personas con movilidad reducida o carritos de bebé, y mejorar la iluminación en calles de acceso para incrementar la seguridad nocturna. Se busca promover que **ir caminando al centro sea agradable y seguro**. Incluso se puede crear un **“circuito peatonal comercial”** señalizado, marcando un recorrido óptimo para pasear por las tiendas (con mapas o hitos que indiquen “Ruta de Compras” y los puntos comerciales de interés). Además, se estudiará la instalación de



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 36 de 62



aparca-bicicletas seguros cerca del mercado de abastos y en calles comerciales, para incentivar la movilidad en bicicleta o patinete eléctrico dentro del pueblo.



- **Distribución urbana de mercancías:** Abordar también la logística de aprovisionamiento a los comercios, para minimizar molestias. Coordinar **horarios y zonas de carga/descarga** para proveedores de forma que no congestionen las vías en horas comerciales clave. Si se peatonaliza alguna calle en ciertos horarios comerciales (por ejemplo, durante eventos o fines de semana), asegurar que existan zonas cercanas donde los proveedores puedan operar sin entorpecer ni dañar la experiencia de compra del cliente.

- **Señalética comercial y turística:** Instalar o renovar la **señalización vial y turística** relacionada con el comercio. Por ejemplo, colocar carteles en las entradas del pueblo indicando “Centro Comercial Urbano” o “Mercadillo – todos los martes” con flechas direccionales, de modo que visitantes ocasionales o nuevos residentes sepan dónde se ubican las zonas comerciales. También, en el interior del municipio, instalar **paneles informativos** en puntos estratégicos (p. ej., Plaza del Ayuntamiento, Mercado, parque de la constitución) con un **mapa de los comercios**, localización de aparcamientos, días/horas de mercadillo, etc., a modo de directorio público que facilite orientarse al comprador.

En definitiva, esta línea persigue un entorno urbano **amigable para el comprador**, donde llegar en coche no sea un calvario, moverse a pie sea agradable y accesible, y ningún vecino deje de comprar en el pueblo por problemas de transporte o aparcamiento. Mejorar la movilidad y accesibilidad redundará en más visitantes a tiendas y mercados, y por ende en más ventas para el comercio local.

5.5 Línea 5. Mejora del Mercadillo Municipal (Infraestructura y Servicios)

Objetivo: Modernizar y mejorar las condiciones materiales del **mercadillo ambulante de los martes**, dado su peso en el panorama comercial local, para incrementar su atractivo, comodidad y seguridad tanto para vendedores como para compradores.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 37 de 62



Principales actuaciones previstas:

- **Instalación de toldos/sombrillas en el recinto del mercadillo:** Se proyecta dotar al mercadillo de un sistema de **toldos o lonas** que proporcione sombra sobre los puestos y pasillos principales. Esto podría realizarse mediante la colocación de lonas tensadas ancladas a postes o fachadas (dependiendo de la ubicación definitiva en Calle Carmen Amaya u otro recinto), cubriendo las áreas de mayor concentración de puestos. La solución técnica deberá ser desmontable o retráctil, dado que se usa solo una vez por semana, o bien estructuras fijas ligeras que permanezcan todo el año sin estorbar cuando no hay mercadillo. El objetivo es mitigar el **intenso sol veraniego andaluz**, mejorando el confort de comerciantes y clientes, lo cual podría incluso prolongar la estancia y aumentar las ventas en épocas de calor. Esta actuación requerirá proyecto técnico y dotación presupuestaria; se buscará financiación externa, por ejemplo a través de las subvenciones de la Junta de Andalucía para **adecuación de espacios de comercio ambulante**, que precisamente contemplan la instalación de infraestructuras de sombra en mercadillos.
- **Instalación de aseos públicos portátiles:** En paralelo, se prevé la colocación de **baños públicos temporales** durante el horario del mercadillo. La opción más sencilla es adquirir servicios de **WC químicos portátiles** (cabinas) que se sitúen en uno o dos puntos estratégicos cada martes. Alternativamente, estudiar habilitar algún local municipal cercano (p. ej. un centro cívico) cuyos aseos puedan abrirse esas horas. No obstante, la primera opción (cabinas portátiles) es más independiente y práctica. Con varios baños (al menos uno adaptado a personas con discapacidad) se cubriría esta necesidad básica, mejorando la experiencia tanto de vendedores (que pasan muchas horas en sus puestos) como de visitantes. Se incluirá la limpieza y mantenimiento de estos aseos en el operativo del mercadillo (personal de limpieza al finalizar).
- **Ordenación y señalización interna del mercadillo:** Aprovechando la nueva ubicación, se elaborará un plano optimizado de distribución de puestos, agrupándolos por sectores si es posible (ej.: textil juntos, alimentación en zona específica) para facilitar al público la localización de lo que busca. Cada puesto



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 38 de 62



estará **numerado y con placa identificativa** (exigencia legal según la Ordenanza y la Ley de Comercio Ambulante) y el Ayuntamiento proporcionará señalización vertical indicando entradas, salidas, recorridos y normas. Igualmente, se implementarán medidas de seguridad: disponer extintores portátiles en puntos estratégicos, un botiquín de primeros auxilios gestionado por personal municipal, y un plan de emergencia coordinado con Policía Local (corte de calles, vías de evacuación, etc., cuestiones que ya se contemplan pero se reforzarán por escrito).

- **Refuerzo de limpieza y gestión de residuos:** Se reforzará el servicio de limpieza municipal el día del mercadillo. Se colocarán contenedores o bidones específicos para uso de los vendedores (desechos plásticos, cajas de cartón, etc.) durante la mañana, y se realizará una limpieza intensiva inmediatamente al finalizar el mercadillo, de modo que las calles queden en perfecto estado. Además, se sensibilizará a los comerciantes ambulantes sobre la obligación de recoger sus residuos (algo ya reflejado en la normativa) y se vigilará su cumplimiento, aplicando sanciones si fuera necesario. Un espacio limpio y ordenado mejora la imagen del mercadillo ante vecinos y visitantes.
- **Promoción del mercadillo:** No solo se actuará en infraestructura física, sino también en **promoción y comunicación** del mercadillo como atractivo comercial. Se llevará a cabo una campaña publicitaria en redes sociales municipales y radio comarcal anunciando **“Los martes, Mercadillo en El Viso”** destacando sus atractivos (variedad, precios, ambiente). También se podrían editar folletos informativos para repartir en municipios vecinos, invitando a visitar el mercadillo. Incluso se puede crear una **imagen de marca del mercadillo** (un logo y eslogan identificativo) para usar en la señalética y comunicaciones. Un mercadillo modernizado y bien promocionado puede atraer más visitantes, lo que también **beneficia al comercio sedentario** (muchas personas que vienen al mercadillo luego toman café o compran en tiendas fijas cercanas).



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 39 de 62



Simulación de posibles toldos para el mercadillo de la calle Carmen Amaya

En resumen, esta línea estratégica busca convertir el **mercadillo de los martes** en un mercado ambulante de referencia en la comarca, con **mejores condiciones materiales** (sombra, aseos, orden, limpieza) y mayor calidad de servicio. Esto elevará su atractivo y su aportación a la economía local, potenciando además su integración con el resto del comercio del pueblo.

5.6 Línea 6. Comercio + Ocio: Sinergias Socioculturales

Objetivo: Integrar el comercio local con las actividades de ocio, cultura y gastronomía, para hacer que **ir de compras en El Viso sea una experiencia de ocio en sí misma**. Esta línea propone iniciativas donde comercio y diversión vayan de la mano, aumentando el atractivo de salir a comprar y generando flujo de personas por las zonas comerciales.

Acciones planteadas:

- **Eventos emblemáticos bienales (Siente El Viso u otros):** Dar continuidad en el tiempo a eventos integrales de municipio tipo Siente El Viso, que combinan feria comercial, gastronomía y espectáculos. Visto el éxito de 2023 y 2025, el Plan prevé apoyar la celebración de la **III Jornada Siente El Viso** en un futuro próximo (previsiblemente en 2027, fuera ya del periodo de este Plan pero



Cód. Validación: 9EKN5F5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 40 de 62



sentando las bases). Para 2026, con el fin de no dejar un año en blanco, se evaluará la posibilidad de organizar un evento similar adaptado: por ejemplo una **“Feria del Comercio y la Tapa 2026”** que combine stands de tiendas locales y una ruta/competición de tapas especial o celebrar de forma anual la jornada Siente El Viso. Estos eventos multitudinarios congregan a miles de personas y generan un gran impacto promocional. El Ayuntamiento reforzará su organización asegurando presupuesto (buscando cofinanciación de Diputación y patrocinadores privados locales) y ampliando actividades lúdicas (zona infantil para atraer a familias, exhibiciones deportivas, etc.). Se promoverá la **participación activa de los comercios**, animando a más tiendas a montar stand (aunque sea solo expositivo si no pueden vender in situ) para darse a conocer y captar nuevos clientes durante el evento.

- **Rutas gastronómicas y culturales:** Relanzar las rutas gastronómicas que tan buen resultado tuvieron. En particular, incorporar al calendario la **IV Ruta de la Tapa en 2025** (posiblemente en otoño, aprovechando el tirón post-verano) y la **II Ruta del Menudo** en 2026, consolidando esta última tras la exitosa primera edición de 2020. Estas rutas generan un flujo de personas moviéndose por bares y restaurantes, lo cual se puede **aprovechar para el comercio**: por ejemplo, entregando junto con el “tapaporte” cupones de descuento en tiendas, para que quien participe en la ruta gastronómica visite también comercios locales. También se pueden innovar con rutas temáticas nuevas: una **Ruta del Cóctel en verano** (promoviendo bares de copas y heladerías) o una **Ruta del Dulce Navideño en diciembre** (confiterías locales ofreciendo postres tradicionales y degustaciones). De igual forma, se planteará retomar **eventos culturales itinerantes** (ej. Noches del Patrimonio) incorporando mercado de artesanía local, de modo que cultura y compras se mezclen.
- **Noches en Blanco / Aperturas Extraordinarias:** Organizar una **“Noche en Blanco del Comercio”** una vez al año (por ejemplo en primavera o verano), donde las tiendas abran hasta medianoche en un ambiente festivo excepcional. Durante esa noche, se iluminarán especialmente las calles comerciales, habrá música en vivo, teatro o espectáculos callejeros, y los comercios ofrecerán



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 41 de 62



promociones y descuentos exclusivos a quienes compren en horario nocturno. Este formato ha funcionado en muchas ciudades para incentivar compras fuera del horario habitual y mostrar las tiendas de forma diferente. Se coordinará su fecha para que no coincida con otros eventos importantes y se promocionará como una noche especial de ocio y compras.

- **Ocio infantil vinculado a compras:** Desarrollar actividades que faciliten a las familias con niños realizar sus compras locales. Por ejemplo, en campañas como Navidad o Rebajas, habilitar una **ludoteca infantil temporal** (como ya se hizo en el Black Friday 2021) en alguna sala municipal céntrica, donde monitores entretengan a los niños durante un par de horas mientras los padres compran en las tiendas. También organizar **concursos infantiles** (de dibujo, relato corto) sobre temática del comercio local –por ejemplo “mi tienda favorita”– con premios, y exponer los trabajos en escaparates. Involucrar a las familias de esta manera atrae al público al centro y crea un ambiente amigable. Obtener vales descuento o entradas gratuitas, por compras en comercio local, a actividades de ocio como atracciones del parque navideño, espectáculos infantiles o pistas de hielo.
- **Colaboración con eventos festivos locales:** Integrar la promoción del comercio en fiestas populares ya existentes. Por ejemplo, en **eventos deportivos o culturales** de gran asistencia, incluir publicidad del comercio visueño en pantallas o megafonía; en la **Cabalgata de Reyes**, hacer que una de las carrozas sea patrocinada por los comerciantes locales que lancen vales de descuento o regalos promocionales al público. Se trata de **aprovechar cualquier concentración de público** en el municipio para recordarle la oferta comercial y atraerlo a consumir en nuestros negocios.
- **Turismo de compras:** En coordinación con la Delegación de Turismo, trabajar la idea de “**turismo de compras**” para El Viso del Alcor. Esto implica promocionar entre visitantes de fuera no solo el patrimonio o la gastronomía, sino también nuestras tiendas y productos locales. Se pueden organizar, por ejemplo, **visitas guiadas** que incluyan paradas en comercios emblemáticos (bares tradicionales, obradores de dulces típicos con degustación y venta,



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 42 de 62



talleres de artesanía, etc.). Incluso promocionar en oficinas de turismo de Sevilla o Carmona que El Viso ofrece un **mercadillo tradicional los martes** y un **mercado de abastos** de productos frescos y locales, para captar excursionistas interesados en experiencias auténticas.



Jornada Siente El Viso

En suma, esta línea estratégica pretende lograr que salir de compras en El Viso del Alcor sea **mucho más que una transacción comercial**: que se convierta en un **plan de ocio completo**. Al unir comercio con gastronomía, cultura y diversión, se enriquece la propuesta de valor del comercio local, se fideliza al cliente (que asocia la compra con pasar un buen rato) y se amplía el público objetivo (atrae también a quienes inicialmente venían por el evento y terminan descubriendo las tiendas). Comercio y ocio unidos generan un círculo virtuoso que refuerza el atractivo del municipio tanto para residentes como para visitantes.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 43 de 62



5.7 Línea 7. Mejora del Entorno Urbano Comercial

Objetivo: Embellecer y hacer más confortable el **entorno físico** en el que se desarrolla la actividad comercial, dado que la imagen y comodidades de las calles influyen mucho en la experiencia de compra y en la percepción que clientes y visitantes tienen del comercio local.

Acciones contempladas:

- **Plan de embellecimiento de calles comerciales:** Lanzar un programa para mejorar la **estética de las principales calles comerciales** (Corredera, Rosario, Real, Avda. Andalucía, etc.). Esto incluye la colocación de **ornamentación vegetal** (maceteros con flores, arbolado de alineación donde falte sombra natural), la renovación de pavimentos si alguno está deteriorado (pavimento antideslizante y homogéneo que facilite el paseo), la pintura y arreglo del mobiliario urbano (farolas, bancos, papeleras). También se propone continuar y ampliar la **iluminación ornamental** que se instala en ciertas campañas (como las luces navideñas): valorar mantener durante más tiempo (por ejemplo en verano) algún tipo de iluminación decorativa sutil en las calles peatonales, que haga más acogedor el paseo nocturno. Un ejemplo puede ser colocar guirnaldas de luces estilo feria en determinadas calles durante las noches de verano.

- **Señalética informativa y escaparates atractivos:** Además de la señalización direccional mencionada en la línea de movilidad, se contempla instalar **paneles informativos comerciales** en puntos clave con mapa de comercios, horarios del mercadillo, localización del mercado de abastos, etc. Incluso, si el presupuesto lo permite, colocar una **pantalla digital** en una plaza céntrica donde rotar anuncios de los comercios locales y eventos próximos, modernizando la forma de informar. Por otro lado, se incentivará a los comercios a mantener sus **escaparates cuidados y creativos**: el Ayuntamiento podría convocar anualmente un **Concurso de Escaparates** (no solo navideño, quizá temático en otra época del año) con premios atractivos, para estimular que todos esmeren la presentación exterior de sus tiendas, ya que unos escaparates vistosos embellecen la calle y atraen clientes.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 44 de 62



- **Espacios de descanso y amenities para visitantes:** Dotar a las áreas comerciales de **zonas de descanso y comodidades**. Por ejemplo, instalar más bancos en puntos estratégicos (plazas y tramos largos de calle comercial) para que personas mayores puedan sentarse durante sus compras; colocar fuentes de agua potable para uso público; asegurar la presencia de papeleras suficientes y fomentar su uso para mantener la limpieza. También considerar la instalación de **zonas de sombra** mediante pérgolas ligeras o toldos fijos en plazas muy soleadas. La idea es hacer más agradable la estancia prolongada en las calles comerciales.

- **Limpieza viaria intensiva y civismo:** Asegurar un **elevado nivel de limpieza** en las calles comerciales, ya que un entorno limpio invita a pasear y comprar. Se reforzará el barrido especialmente en fines de semana y tras eventos multitudinarios. Asimismo, se colocarán papeleras con dispensadores de bolsas para deposiciones caninas, acompañadas de **campañas de civismo** dirigidas a propietarios de mascotas y a la ciudadanía en general, para mantener limpias las aceras frente a comercios. La limpieza urbana influye en la imagen que percibe el cliente, por lo que se le dará importancia.

- **Seguridad ciudadana y vigilancia:** Aunque El Viso es un pueblo seguro, se estudiará la instalación de **cámaras de videovigilancia** en algunos puntos comerciales estratégicos (respetando la legalidad vigente, con fines de seguridad preventiva) para proteger contra robos o actos vandálicos nocturnos en tiendas. Igualmente, se promoverá la **presencia policial de proximidad** en horarios comerciales (patrullaje a pie en el centro), de modo que comerciantes y clientes tengan una sensación de seguridad y apoyo. Un entorno seguro es también un aliciente para el consumo.

- **Accesibilidad universal en los establecimientos:** Continuar impulsando la adaptación de los comercios y su entorno inmediato para **personas con discapacidad**. El Ayuntamiento ofrecerá asesoramiento (e incluso estudiará posibles subvenciones) para pequeñas obras de accesibilidad en locales comerciales: por ejemplo, instalar rampas o salvaescalones en entradas donde hay un peldaño, timbres a altura accesible, puertas de ancho adecuado, etc.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 45 de 62



También se asegurará que los espacios públicos comerciales (como el mercado de abastos) cumplan con la accesibilidad. El objetivo es que **todo cliente se sienta bienvenido** y pueda acceder sin impedimentos a las tiendas y mercadillos.

Esta línea de mejora urbana complementa a las demás haciendo que **“el continente esté a la altura del contenido”**: es decir, que unas calles agradables, limpias, seguras y bonitas sirvan de marco ideal para los comercios. Es un factor quizás intangible, pero muy poderoso para atraer paseantes y potenciales compradores, mejorando la experiencia global.

5.8 Línea 8. Fomento del Consumo Local y Sensibilización

Objetivo: Concienciar y fidelizar a la población en torno al comercio local, creando un sentimiento de orgullo y preferencia por lo nuestro. Se trata de promover un cambio cultural en favor del consumo de proximidad, complementando las medidas más tangibles con acciones de comunicación y educación que fortalezcan la demanda local de manera sostenida.

Principales iniciativas:

- **Campaña permanente de comunicación (branding local):** Desarrollar una campaña institucional constante bajo un lema unificado, que resalte los **beneficios de comprar en el pueblo**. Mensajes como “Cuando compras aquí, ganamos todos” o similares, destacando que el dinero se reinvierte en la localidad, que se genera empleo para vecinos, que se mantiene vivo el centro urbano y que se contamina menos que desplazándose lejos. Esta campaña de **sensibilización** se difundirá durante todo el año en distintos formatos: publicaciones frecuentes en redes sociales municipales, cuñas en radio local, banderolas en farolas por las calles con el eslogan, artículos en prensa local contando historias de comerciantes (“poner cara” a quienes hay detrás de las tiendas para generar empatía), datos de impacto (ej. “por cada 100€ gastados en El Viso, X€ repercuten en la economía local”). El objetivo es **calar en la mentalidad ciudadana** para que, antes de irse a comprar fuera o por Internet, piensen en mirar primero en El Viso.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 46 de 62



- **Programa de fidelización local:** Estudiar la viabilidad de implantar una **tarjeta de fidelización de clientes locales**, a nivel municipal. Por ejemplo, una tarjeta (física o en formato app) donde los compradores acumulen puntos por las compras en comercios adheridos, canjeables luego por descuentos o regalos. Un sistema unificado de fidelización multi-tienda sería innovador y podría tener gran impacto en la retención de clientes, aunque conlleva complejidad técnica y de gestión (se podría empezar con un proyecto piloto con algunos comercios voluntarios). Alternativamente, si no es posible un sistema centralizado, fomentar que cada comercio implemente iniciativas de fidelización sencillas (tarjetas de sellos de cada tienda, descuentos por repetir compra) mediante formación y ejemplos, e intentar luego unificarlas. En cualquier caso, **premiar la fidelidad** del cliente local es clave para que siga eligiendo el comercio de proximidad.
- **Involucrar a la comunidad educativa:** Sembrar la semilla del consumo local en los más jóvenes. Para ello, se propondrá a los colegios e institutos actividades didácticas relacionadas con el comercio: **visitas escolares guiadas** al mercado de abastos o a tiendas tradicionales para que conozcan su funcionamiento; charlas sobre emprendimiento local y cómo surgen los negocios en el pueblo; concursos escolares (dibujo, redacción) sobre el comercio local con premios simbólicos (material escolar, libros) y exposición de los trabajos en el Ayuntamiento o en comercios. El objetivo es que desde niños valoren el comercio de proximidad y comprendan su importancia para la vida del pueblo.
- **Reconocimientos y distintivos al comercio:** Crear unos **Premios anuales al Comercio Local de El Viso**, a otorgar en una gala sencilla (quizá aprovechando algún evento como Siente El Viso o el Día del Comercio Andaluz en noviembre). Categorías posibles: Comercio más innovador, Comercio con mejor atención al cliente, Trayectoria comercial (negocio con más años de servicio), Iniciativa emprendedora del año, etc. La organización de estos premios, con nominaciones abiertas y jurado mixto (técnicos + voto popular online), motivará a los comerciantes a mejorar e introduce una dinámica positiva de



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
 Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
 Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 47 de 62



reconocimiento público. Además, los premiados pueden difundirse en medios, dando publicidad positiva al sector e inspirando a otros.

- **Apoyo económico y ayudas directas:** Dentro de las posibilidades presupuestarias, establecer **líneas de ayuda municipal** (aunque sean modestas) para incentivar mejoras en los comercios. Por ejemplo, subvencionar parcialmente la **renovación de rótulos o toldos** de fachada para homogenizar y embellecer la imagen comercial del centro; ofrecer **bonificaciones en tasas municipales** (basura, mercantil) a los comercios que abran en locales actualmente vacíos (incentivando así la ocupación de locales cerrados y la atracción de nuevas actividades donde ahora hay “persianas bajadas”); o ayudas a la contratación de desempleados locales en pequeños comercios (un tipo de “bono empleo local” que cubra parte del salario unos meses al contratar a alguien del pueblo). Estas medidas envían la señal de que el Ayuntamiento **apoya activamente** al comerciante en su esfuerzo por mejorar, además de aliviar ciertos costes.

- **Colaboración a nivel comarcal:** Aunque pueda parecer contraintuitivo, explorar alianzas con los municipios vecinos (Mairena del Alcor, Carmona, Alcalá) para **promocionar conjuntamente el comercio de la comarca de Los Alcores** frente a la capital u otras grandes superficies. Por ejemplo, intercambiar espacios en ferias comerciales: montar un stand conjunto “Comercio de Los Alcores” en ferias provinciales o turísticas, donde cada pueblo muestre su oferta singular (con El Viso destacando su menudo, su repostería, etc.). O coordinar calendarios de eventos comerciales para no solaparlos sino complementarlos (que no coincidan ferias importantes el mismo día en pueblos vecinos, para poder atraer público mutuo). Esta mirada colaborativa comarcal puede ampliar el mercado potencial para todos, sumando fuerzas en lugar de competir entre municipios cercanos.

En definitiva, el fomento del consumo local es una labor **educativa y de comunicación continua**. Más allá de ofertas o eventos concretos, se trata de **cultivar en los visueños el orgullo por lo local** y el hábito de “**mirar primero en El Viso**” antes de comprar



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 48 de 62



fuera. Esa será la base más sólida para la sostenibilidad a largo plazo del comercio de proximidad.

□ **Calendario de Actuaciones (2025–2026)**

A continuación se detalla la **planificación temporal** de las principales actuaciones del Plan, distribuidas en los años 2025 y 2026. Este calendario es orientativo y podrá ajustarse según las disponibilidades presupuestarias o circunstancias sobrevenidas, pero marca la hoja de ruta prevista:

□ **2025 – Puesta en marcha y primeras mejoras:**

- **1er Semestre 2025:** Aprobación formal del Plan (Resolución de Alcaldía). Constitución de la **Mesa de Comercio Local** e inicio de reuniones. Difusión inicial del Plan a todos los comerciantes (presentación pública). Evaluación de los resultados de la **II Jornada Siente El Viso 2025** (realizada en marzo). Lanzamiento de la campaña permanente de sensibilización “Compra en El Viso”.
- **2º Semestre 2025:** Organización de la **Ruta de la Tapa 2025** (por definir meses, probablemente en octubre). Puesta en marcha inicial de mejoras de movilidad: identificación y habilitación de al menos un **aparcamientos disuasorio temporal** en las afueras para uso en mercadillo y eventos. Tramitación y contratación de los **toldos para el mercadillo** (proceso de compra del suministro/instalación); instalación de los **aseos portátiles** en el mercadillo. Inicio del plan de **señalética comercial** (diseño de carteles y paneles informativos). Ejecución de la **campaña de Rebajas de verano 2025** (junio-julio) con sorteos de vales de compra tipo “Reyes Locales” para incentivar las ventas post-veraniegas.

Ejecución de la instalación de **toldos de sombra en el mercadillo** durante el verano (aprovechando agosto, de menor actividad, para obras si procede). Lanzamiento de la **versión renovada de**





compraenelviso.com con buscador de comercios y sección de ofertas (previsto para julio). Desarrollo de la **Campaña de Vuelta al Cole 2025** (finales de agosto/principios de septiembre) con promociones en comercios de material escolar y apoyo de las AMPAs locales. Continuación de obras de **embellecimiento urbano** de pequeña escala (colocación de maceteros, bancos en calles céntricas). Preparativos de **Black Friday 2025** (contacto con comercios en septiembre-octubre, diseño de material promocional, definición de premios).

Ejecución de la **Campaña Black Friday 2025** (noviembre) con evento lúdico en el mercado y sorteo de premios entre clientes. Montaje de la **Campaña de Navidad 2025**: decisión sobre el formato (por ejemplo, retorno de Eurovisos o rasca y gana) e inicio a principios de diciembre con encendido de alumbrado navideño, concurso de escaparates navideños y amplia difusión en medios. En diciembre, lanzamiento piloto de la **Tarjeta/Programa de Fidelización Local** con algunos comercios voluntarios para pruebas. Cierre del año con **evaluación 2025**: reunión de balance con los comerciantes, recopilación de indicadores iniciales (participación en eventos, ventas en campañas) y encuesta rápida de satisfacción para detectar ajustes necesarios.

Puesta en marcha de la primera campaña de descuento o entradas en actividad de ocio navideño vinculado a la compra en comercio local.

□ 2026 – Desarrollo y consolidación:

- **1er Trimestre 2026:** Ajustes al Plan incorporando feedback de 2025 (mejoras en organización de campañas, etc.). Campaña de **Reyes 2026** (enero) con sorteo de grandes premios entre compradores navideños, culminando la campaña iniciada en diciembre anterior. Inicio de **formación digital avanzada** para comercios (enero-febrero, curso de venta online y redes sociales avanzadas). **Campaña de San Valentín 2026:** promoción especial en comercios de regalos (floristerías, joyerías...) con sorteos de cenas románticas en restaurantes locales para



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 50 de 62



quienes compren en el pueblo. En marzo 2026, organizar un **evento de primavera** tipo Feria del Comercio y la Gastronomía 2026 (combinando stands de tiendas con ruta de tapas especial), para mantener vivo el concepto de Siente El Viso en el año intermedio, o realizar nuevamente y de forma anual las jornadas Siente El Viso.

- **2º Trimestre 2026:** Organización de la **Ruta del Menudo 2026** (posiblemente en dos fines de semana entre febrero y abril, aprovechando que no se realizaba desde 2020). **Promoción intensiva del “nuevo” mercadillo** con toldos instalados: campaña en radio comarcal y redes para dar a conocer las mejoras. **Campaña del Día de la Madre/Padre 2026** (mayo) con sorteos de cheques-regalo en tiendas de ciertos sectores (moda, regalos). Continuar con el plan de **embellecimiento urbano**: en primavera 2026, pintar fachadas de edificios municipales en calles comerciales, lanzar un concurso de murales artísticos en medianeras o persianas de locales vacíos para mejorar la estética urbana.
- **3er Trimestre 2026:** Verano 2026: celebración de la **“Noche en Blanco” del comercio local** (posiblemente en junio) con comercios abiertos hasta medianoche y programación cultural en la calle. Reforzar el ocio en verano: organizar un **cine de verano** en una plaza comercial (julio/agosto) en colaboración con comercios de hostelería. **Rebajas de verano 2026:** estudiar introducir la **“Feria del Stock 2026”** a mediados de julio, instalando carpas en una plaza donde los comercios liquiden mercancía rebajada durante un fin de semana. Revisar y mejorar compraenelviso.com: evaluar si se puede incorporar la pasarela de pago online según el uso que haya tenido hasta ahora, y actualizar el directorio de negocios con las nuevas aperturas de 2025-26. **Campaña de Vuelta al Cole 2026** (finales de agosto) en colaboración con AMPAs, repartiendo talonarios de descuento para material escolar a través de los colegios.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 51 de 62



- **4º Trimestre 2026: Black Friday 2026** (noviembre) continuando la fórmula de evento + sorteos, con posibles novedades basadas en la evaluación de 2025. **Navidad 2026:** según resultados de años previos, retomar la fórmula más efectiva (Eurovisos, Rasca o Bonos) o innovar con una nueva idea (por ejemplo un “Amigo invisible gigante” entre comercios y clientes). Montar alumbrado y decoración con antelación. Realizar una **encuesta final 2026** a ciudadanos y comerciantes para medir percepción de mejora en estos dos años. Culminación de obras y actuaciones pendientes: por ejemplo, si quedaba alguna mejora de accesibilidad o mobiliario urbano proyectada sin ejecutar, realizarla antes de fin de año con los remanentes. Cierre del año 2026 con **evaluación global del Plan:** recopilación de indicadores de 2025-26, grado de cumplimiento de objetivos, y redacción de un informe de resultados.

(Nota: Dado que la vigencia de este Plan se limita a 2025-2026, las actuaciones previstas para 2027 (como la III Jornada Siente El Viso) quedarían recogidas en planes posteriores. No obstante, durante 2026 se podrían dejar sentadas las bases o pre-proyectos de cara a ese horizonte.)

□ Recursos, Presupuesto y Financiación

Para llevar a cabo las líneas estratégicas descritas, el Plan cuenta con una previsión de recursos económicos y se plantea una estrategia de financiación combinada (fondos municipales y ayudas externas).

Presupuesto municipal asignado: Se destinará una partida presupuestaria anual específica para la ejecución de este Plan de Dinamización Comercial. A modo orientativo, se estima necesario un presupuesto municipal propio en torno a **60.000 € anuales** durante 2025–2026, desglosado aproximadamente de la siguiente forma:

Concepto de gasto	Importe anual estimado
-------------------	------------------------



Cód. Validación: 9EKN5F5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 52 de 62



Campañas promocionales y eventos (premios sorteos, organización Jornadas, publicidad, decoración)	25.000 €
Transformación digital y formación (mejoras web, cursos, asesorías)	5.000 €
Infraestructuras y mobiliario urbano (toldos mercadillo, señalética, bancos, embellecimiento)	20.000 €
Gastos operativos varios (limpieza extra tras eventos, servicio lanzadera, personal de apoyo temporal)	10.000 €

Estas cifras son orientativas y podrán ajustarse cada ejercicio en el Presupuesto General Municipal, buscando también optimizar gastos mediante patrocinios y ayudas externas (detalladas más abajo). En todo caso, reflejan una **apuesta inversora municipal** por el comercio local, tanto en gasto corriente (campañas, formación) como en pequeñas inversiones (infraestructuras ligeras).

Además de los gastos directos, el Ayuntamiento puede contribuir con **medidas fiscales favorables** que, aunque suponen renunciar a ingresos, incentivan la actividad comercial. Por ejemplo, mantener congeladas o reducir en 2025-26 ciertas tasas municipales que afectan al sector: la **tasa del mercadillo** (se podría bonificar parcialmente a vendedores que cumplan y asistan regularmente, para animar la plena ocupación de puestos), la **tasa por veladores** para bares (como apoyo a la hostelería local), o establecer bonificaciones en impuestos como el IAE/IBI para locales comerciales que realicen reformas de mejora. Estas medidas se valorarán con la Intervención municipal para incluirlas en las Ordenanzas Fiscales anuales según proceda.

Fuentes de financiación externa: Para complementar los recursos municipales, se acudirá activamente a convocatorias de **subvenciones y ayudas supramunicipales**. Algunas previstas son:

- Junta de Andalucía – Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo:**
Existe una línea de subvenciones en concurrencia competitiva para Ayuntamientos destinada a la “mejora, modernización y promoción del comercio y la artesanía en Andalucía”, convocada anualmente (por ejemplo, la



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 53 de 62



Resolución de 2 de abril de 2025, BOJA nº69). Este Plan estratégico municipal encaja perfectamente en las tipologías subvencionables: el propio desarrollo de planes de comercio, modernización de mercados de abastos, adecuación de mercadillos, transformación digital, etc., son **gastos elegibles**. Por tanto, se preparará solicitud a dicha convocatoria en cada año del Plan, buscando cofinanciación para actuaciones como la instalación de toldos y mejoras del mercadillo, acciones formativas y de digitalización, campañas de promoción comercial, etc. La intensidad de esta subvención autonómica puede llegar hasta un 75% del coste de las actuaciones aprobadas, lo que supondría un importante alivio a las arcas municipales. Igualmente, la Junta suele sacar ayudas específicas para comercio ambulante (Plan de Comercio Ambulante) y para mercados minoristas, a las que se concurrirá con proyectos adecuados.

2. **Diputación Provincial de Sevilla:** La Diputación, a través de sus programas de cooperación o desarrollo local, ha lanzado en el pasado planes de apoyo al comercio minorista (por ejemplo, en el Plan Contigo 2020-21 muchos municipios recibieron fondos para bonos de comercio, mejoras en plazas de abastos, etc.). Se estará muy atento a nuevos planes provinciales (Plan Actúa u otros) donde puedan encajar proyectos del presente Plan. Por ejemplo, solicitar fondos para la organización de eventos comarcales (como Siente El Viso), para equipamientos comerciales menores (toldos, señalización), o para campañas de digitalización en pequeños municipios. Además, la Diputación suele ofrecer asistencia **en especie**: cursos formativos, asesoramiento técnico, material promocional, etc., que se aprovecharán cuando sea posible.

3. **Gobierno de España – Ministerio de Industria, Comercio y Turismo:** En el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (fondos Next Generation EU), el Ministerio ha financiado recientemente proyectos de **modernización de mercados y áreas comerciales** (2022-2023). Se investigará la continuidad de esas convocatorias específicas (p. ej., el programa de Mercados Sostenibles o líneas de digitalización del comercio minorista). De haber nuevas ediciones en 2025-2026, el Ayuntamiento presentará proyectos, tal como podría hacerse con la modernización del mercado de abastos (si surgieran más





mejoras) o con un proyecto de señalética e infraestructura para consolidar un Centro Comercial Abierto de El Viso. Asimismo, existen subvenciones estatales dirigidas a **asociaciones de comerciantes** y al pequeño comercio para su modernización (transformación digital, sostenibilidad), cuyas convocatorias se difundirán entre los empresarios locales para que concurran individualmente o a través de una eventual asociación local.

4. **Fondos e iniciativas europeas:** Además de los NextGen canalizados por el Ministerio, se explorará la participación en otras iniciativas europeas. Por ejemplo, programas de **turismo rural** donde el comercio local entre como parte de la cadena de valor turística; proyectos de cooperación LEADER a través del Grupo de Desarrollo Rural Campiña-Alcores (si los hubiera orientados a innovación comercial vinculada al desarrollo rural); intercambios de buenas prácticas con otros municipios europeos en comercio sostenible, etc. Si bien los fondos FEDER o similares suelen canalizarse vía Junta o Diputación, estaremos atentos a cualquier oportunidad directa de financiación UE que encaje con las acciones del Plan.
5. **Patrocinios privados y colaboraciones empresariales:** Se buscarán acuerdos con **empresas privadas** (locales o de la provincia) que puedan patrocinar actividades del Plan a cambio de visibilidad. Por ejemplo, entidades financieras con oficinas en el pueblo, que suelen tener programas de Obra Social para acciones locales, podrían patrocinar premios de concursos o materiales de campañas; grandes empresas industriales asentadas en el polígono podrían mostrar RSE apoyando un evento; proveedores mayoristas de ciertos sectores podrían aportar recursos (una marca de refrescos patrocinando una actividad en la Noche en Blanco, etc.). Aunque no sea una fuente principal de ingresos, estas colaboraciones sumarán recursos en especie o monetarios para determinadas acciones.
6. **Convocatorias de Turismo y Cultura:** Dado que algunas acciones del Plan tienen componente turístico o cultural, no se descarta concurrir a **ayudas en esos ámbitos**. Por ejemplo, subvenciones de la Consejería de Turismo para fiestas de interés turístico (si alguna de nuestras ferias gastronómicas creciera



Cód. Validación: 9EKN5F5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 55 de 62



en relevancia) o de la Consejería de Cultura para eventos de música en la calle. La transversalidad del Plan (que toca comercio, turismo, cultura, etc.) permite aprovechar oportunidades de financiación cruzada de distintos departamentos.

La estrategia financiera será por tanto **mixta**: combinar un presupuesto municipal garantizado cada año con la **captación proactiva de fondos externos**. Esto permitirá que algunas inversiones de mayor calado (p. ej., los toldos del mercadillo, la plataforma digital) se costeen mayoritariamente con ayudas supramunicipales, liberando recursos locales para otras iniciativas. Se prestará especial atención a no dejar pasar plazos de solicitudes: el técnico responsable llevará un calendario de convocatorias para preparar la documentación de forma anticipada y maximizar las opciones de éxito.

En cuanto a los **recursos humanos**, la ejecución del Plan implicará al personal municipal de la Delegación de Desarrollo Local y Comercio, contando con la colaboración de otras áreas (Obras y Servicios para infraestructuras, Cultura y Festejos para eventos conjuntos, Policía Local para seguridad y tráfico, Comunicación para difusión, etc.). No se prevé aumentar la plantilla, sino optimizar la coordinación interna. Si fuera necesario, se podría recurrir a **contrataciones temporales** o becarios de programas de empleo para apoyar puntualmente en la organización de actividades (por ejemplo, monitores para ludotecas, auxiliares en ferias, encuestadores para los estudios de seguimiento).

□ **Modelo de Gobernanza, Seguimiento y Evaluación del Plan**

La puesta en marcha y éxito de este Plan requiere un **modelo de gobernanza** claro, con mecanismos de coordinación entre actores, seguimiento periódico de avances e instrumentos de evaluación de resultados. A continuación se definen estos aspectos:

8.1 Coordinación institucional y participación de agentes:

La **Delegación de Desarrollo Local y Comercio** del Ayuntamiento será la responsable de liderar la ejecución del Plan, bajo la supervisión de la Alcaldía. Se constituirá formalmente una **Mesa de Comercio Local** (u órgano equivalente) como espacio de



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 56 de 62



gobernanza colaborativa. En dicha Mesa se integrarán: representantes del Ayuntamiento (técnicos y concejal delegado), representantes de los comerciantes locales (incluyendo miembros de cualquier asociación de comerciantes existente o, en su defecto, un grupo representativo de comerciantes voluntarios de distintos sectores/zona), y otros agentes invitados puntualmente según temas (p. ej., asociaciones de consumidores, representantes de hostelería, etc.). La Mesa de Comercio se reunirá con periodicidad (inicialmente trimestral, luego al menos semestral) para **coordinar las actuaciones**, recoger sugerencias y retroalimentación de los comerciantes, y servir de órgano consultivo en la toma de decisiones importantes del Plan.

Además de la Mesa, se fomentará la **participación amplia** a través de canales abiertos: por ejemplo, encuentros sectoriales (reuniones con comerciantes de un barrio o de un sector concreto para temas específicos) y encuestas periódicas de opinión, de manera que el Plan tenga la flexibilidad de incorporar aportaciones de la base comercial a lo largo de su desarrollo.

8.2. Seguimiento y gestión del Plan:

Se establecerá un **sistema de seguimiento interno** coordinado por un técnico municipal del área de desarrollo. Consistirá en un cuadro de mando con los **indicadores clave** (ver sección de indicadores) y un cronograma detallado de acciones. Mensualmente, el técnico actualizará el grado de avance de cada acción (en progreso, finalizada, retrasada, etc.) y los datos disponibles de los indicadores (por ejemplo, número de comercios adheridos a tal campaña, etc.). Se elaborarán **informes de seguimiento anuales** al cierre de cada ejercicio (diciembre 2025 y diciembre 2026) que recojan los avances, comparen los resultados con las metas previstas y propongan, si fuera necesario, medidas correctoras o reorientación de esfuerzos en ciertas líneas. Estos informes de seguimiento se presentarán tanto a la Mesa de Comercio Local para su valoración, como a los órganos municipales (Equipo de Gobierno, Comisión Informativa correspondiente e incluso Pleno si se estima oportuno para dar cuenta pública).

Adicionalmente, se realizarán **encuestas de satisfacción** anuales dirigidas por un lado a los comerciantes y por otro a la ciudadanía, para medir la percepción sobre las acciones del Plan. Los resultados cualitativos de estas encuestas complementarán los datos cuantitativos de los indicadores.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 57 de 62



8.3 Indicadores de evaluación.

Para medir el grado de cumplimiento del Plan y el impacto real de las acciones emprendidas, se establece un sistema de **indicadores de seguimiento** con sus metas orientativas al final del periodo (finales de 2026). Estos indicadores permitirán evaluar la eficacia de las distintas líneas estratégicas y, en su caso, reorientar esfuerzos si alguna no estuviera alcanzando los resultados esperados. A continuación se definen los principales indicadores propuestos:

□ **Participación de comercios en campañas municipales:** Número de comercios locales que se adhieren a las distintas campañas (Navidad, rebajas, etc.). Meta → aumentar un 15% en 2026 respecto a la media 2018-2024. (Ejemplo: si en Navidad 2022 participaron 88 comercios, aspirar a ~100 comercios en Navidad 2026.)

□ **Participación de clientes en campañas:** Medido por el número de personas que participan en sorteos, promociones, etc. Meta → crecer en línea con la población o más. (Ej.: Black Friday 2021 tuvo ~917 participantes; se buscaría superar los 1.100 en 2026.)

□ **Volumen de ventas inducidas en campañas:** Seguimiento en € de las ventas declaradas en campañas con control (por ejemplo Black Friday, bonos). Meta → incremento anual del 5-10% en las campañas medibles. (Ej.: si en Black Friday 2024 fueron 26.900 €, apuntar a ~30.000 € en 2026.)

□ **Digitalización de comercios:** % de comercios locales con presencia digital activa (perfil en compraenelviso.com actualizado, o redes sociales activas). Meta → alcanzar 70% al final de 2026 (partiendo de aprox. 50% en 2024). Asimismo, número de comercios que ofrecen venta online o entrega a domicilio propia: Meta → al menos 15-20 comercios operando venta online regularmente en 2026 (actualmente casi ninguno).

□ **Alcance en redes sociales locales:** Seguidores en las páginas/redes municipales dedicadas al comercio (indicador de alcance de la comunicación). Meta → duplicar el número de seguidores en Facebook/Instagram de Comercio Local en 2 años.



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 58 de 62



- **Movilidad y accesos:**
- *Nuevas plazas de aparcamiento habilitadas cercanas a zonas comerciales. Meta → +50 plazas respecto a 2024 (sumando disuasorias y rotatorias).*
- *Uso del transporte urbano (en caso de implementarse): número medio de pasajeros por día de servicio. Meta → alcanzar al menos 50 pasajeros cada martes de mercadillo durante el periodo de prueba, para valorar su continuidad.*
- *Satisfacción con el estacionamiento: indicador cualitativo medido en encuesta ciudadana 2026. Meta → mejora en la calificación de “facilidad para aparcar” respecto a la encuesta 2024 (lograr que un porcentaje mayor de vecinos considere “aceptable” o “buena” la disponibilidad de aparcamiento).*
- **Mercadillo municipal:**
- *Porcentaje de puestos ocupados vs puestos ofertados. Meta → 100% de ocupación constante (cero vacantes habituales).*
 - *Afluencia estimada de visitantes al mercadillo: indicador a estimar mediante métodos indirectos (aforo puntual). Meta → mantener o incrementar ligeramente (al menos no bajar, dado que ya es alto; se considerará éxito si tras las mejoras sigue igual o sube).*
 - *Grado de satisfacción de comerciantes ambulantes con las mejoras (medido en encuesta específica). Meta → >80% de vendedores satisfechos con la instalación de toldos/aseos.*
- **Mercado de Abastos:**
- *Porcentaje de puestos ocupados en el mercado. Meta → alcanzar al menos 80% de ocupación a finales de 2026 (ej.: si actualmente están ocupados ~60%, atraer varios nuevos emprendedores hasta cubrir 80%).*
- *Evolución de la recaudación municipal en tasas de mercado de abastos y mercadillo (indicador indirecto de actividad). Meta → incremento de*



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 59 de 62



+10% en 2026 respecto a 2024 (suponiendo más puestos ocupados y más ventas).

□ **Eventos y ocio comercial:**

- *Asistencia estimada a eventos clave (Jornadas Siente El Viso, Ferias de tapas, Noche en Blanco, etc.). Meta → crecer en cada edición al menos un 10% en público asistente. (Ej.: Siente El Viso 2025 atrajo ~3.000 personas; se buscaría ~3.300 en el siguiente evento equivalente.)*
- *Participación de comercios en eventos feriales: número de stands montados o negocios implicados. Meta → +25% en 2026 comparado con el evento base 2023.*
- *Impacto mediático: número de apariciones en prensa y redes de nuestras actividades (indicador cualitativo sin meta numérica fija, pero se espera aumento).*

□ **Satisfacción y hábitos (encuestas finales):**

- *Índice de satisfacción de los comerciantes con el apoyo municipal al comercio (escala 1 a 5). Meta → conseguir promedio ≥ 4 (“satisfecho”) en 2026.*
- *Índice de satisfacción de los clientes/vecinos: % de población que percibe que “el comercio local ha mejorado en los últimos 2 años”. Meta → al menos 70% responda que sí en la encuesta de 2026.*
- *Retención del gasto local: porcentaje del gasto en compras de los visueños que se realiza en El Viso vs fuera (dato de encuesta). Meta → subir este porcentaje en 5 puntos (ejemplo: de ~50% en 2024 a ~55% en 2026).*

□



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 60 de 62



□ **Ejecución del Plan:**

- *Grado de cumplimiento de las acciones programadas. Meta → >90% de las actuaciones previstas ejecutadas o iniciadas al finalizar 2026 (puede haber algún retraso justificado, pero intentar que la gran mayoría se realice).*
- *Fondos externos captados: porcentaje de financiación externa (subvenciones, patrocinios) sobre el total invertido en el Plan. Meta → al menos 50% de cofinanciación externa en las inversiones principales (lo que indicará éxito en la obtención de ayudas).*

*Todos estos indicadores serán recopilados y analizados por la Delegación de Comercio, con apoyo de otras áreas municipales según el caso (Intervención para datos económicos, etc.). Como se indicó, se elaborarán **informes de seguimiento anuales** que reflejen la evolución de los indicadores frente a sus metas, identificando desviaciones y proponiendo ajustes. Estos informes se presentarán en la Mesa/Consejo de Comercio para su discusión, de modo que los propios comerciantes puedan evaluar los progresos y sugerir cambios si algún objetivo va rezagado.*

*Al final de 2026, se hará la **evaluación global del Plan** con todos los indicadores recopilados, extrayendo conclusiones sobre la eficacia de las distintas líneas. Ese informe final servirá de base para **decidir la continuación de políticas** en años siguientes (por ejemplo, la conveniencia de elaborar un Plan estratégico 2027-2030) y para **rendir cuentas** ante los órganos municipales y la ciudadanía sobre los logros obtenidos.*

□ **Conclusión**

*El **Plan Básico de Dinamización Comercial de El Viso del Alcor 2025–2026** constituye una hoja de ruta integral para potenciar nuestro comercio local. A través de un diagnóstico riguroso, objetivos claros, líneas de actuación transversales y una planificación detallada, se busca revertir las debilidades actuales y aprovechar las*



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 61 de 62



oportunidades detectadas, siempre en consonancia con los principios de sostenibilidad de la Agenda 2030 y con la normativa vigente.

*Una vez aprobado mediante Resolución de Alcaldía, este Plan se convertirá en el marco de referencia para las políticas municipales de comercio en el bienio 2025-2026. Su ejecución coordinada y participativa permitirá **fortalecer el comercio de proximidad**, impulsando la economía visueña, la generación de empleo local y la calidad de vida en nuestro municipio. En definitiva, el presente documento sienta las bases para un **modelo de comercio urbano más competitivo, atractivo y sostenible** en El Viso del Alcor, asegurando que el corazón comercial de nuestro pueblo siga latiendo con fuerza en los años venideros.”*



Cód. Validación: 9EKNSF5L7JWN3QREKRCXR5QH
Verificación: <https://elvisodelalcor.sedelectronica.es/>
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 62 de 62