

PLAN COMERCIO SORIA 2023 – 2026 (actuaciones)

EJE	IMAGEN Y VISIBILIDAD
LÍNEAS	Entorno urbano
PROGRAMA	Espacios públicos
ACTUACIÓN	Amueblamiento, embellecimiento y conservación
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	<p>El entorno urbano incide de manera muy importante sobre la actividad comercial, por ello requiere una especial atención en los ejes que cuentan con más establecimientos comerciales.</p> <p>Elementos como el pavimento, la señalización, el amueblamiento, el ajardinamiento y la iluminación han de tomarse en consideración para que sin afectar a la movilidad ofrezcan unos espacios amables para los residentes y visitantes.</p> <p>Así mismo, ha de prestarse mucha atención a su conservación para evitar una imagen descuidada.</p>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> › Conservar y mejorar la imagen de los ejes comerciales de la ciudad
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento
PRESUPUESTO ESTIMADO	1.350.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> ↪ Nº de actuaciones realizadas en espacios públicos comerciales ↪ Nº de nuevos elementos instalados o repuestos ↪ Importe de presupuesto ejecutado

EJE	IMAGEN Y VISIBILIDAD
LÍNEAS	Entorno urbano
PROGRAMA	Espacios públicos
ACTUACIÓN	Uso del espacio público por actividades privadas y/o de promoción colectiva
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	<p>La interacción del comercio con la ciudad es intensa por sí misma, pero aún lo es más cuando se plantea la organización de actuaciones de dinamización con el propósito de crear un ambiente más propicio para el ocio y la venta, lo que viene a denominarse “animación de calle”. Esto puede generar situaciones de estrés y de conflicto de intereses sobre los que es preciso anticiparse y actuar de manera planificada.</p> <p>Por otra parte, la dinámica de gestión de los espacios públicos ha llevado a que los pequeños comercios no dispongan de posibilidades reales para dar a conocer su establecimiento y su actividad al no disponer de espacios en los que poder comunicar a los consumidores su oferta más allá del propio escaparate.</p> <p>De la misma manera, las acciones promocionales colectivas del sector o con otros sectores, incluso aquellas en las que participa el propio Ayuntamiento, requieren disponer de espacios para su divulgación y en algunos casos también para su desarrollo.</p>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> › Lograr una coexistencia pacífica entre el comercio y los ciudadanos › Planificar el uso de espacios públicos para la promoción comercial
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del sector
PRESUPUESTO ESTIMADO	500.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> ↪ Revisión de Ordenanza de ocupación de espacios públicos ↪ Nº de elementos disponibles y accesibles para la promoción comercial ↪ Nº de permisos solicitados y concedidos ↪ Nº de incidencias detectadas

EJE	IMAGEN Y VISIBILIDAD
LÍNEAS	Entorno urbano
PROGRAMA	Espacios privados
ACTUACIÓN	Recuperación y adecentamiento de fachadas (Informe de actuaciones prioritarias y elementos singulares a conservar)
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	El esfuerzo realizado por los comerciantes para procurar disponer de unos establecimientos que aporten a la ciudad una imagen de dinamismo, modernidad y

	calidad se ve en ocasiones truncada por el estado en el que se encuentran los edificios que integran estos establecimientos comerciales, siendo necesario actuar sobre los inmuebles que presenten problemas estructurales y en todo caso sobre aquellos que tengan sus fachadas en mal estado de conservación.
OBJETIVOS	→ Lograr un entorno urbano cuidado y atractivo
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del sector Asociaciones Vecinales Administradores de Fincas Colegio de Arquitectos
PRESUPUESTO ESTIMADO	375.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	→ Nº de edificios identificados para su rehabilitación o mejora → Nº de actuaciones realizadas → Importe de las ayudas destinadas a la conservación y mejora de fachadas

EJE	IMAGEN Y VISIBILIDAD
LÍNEAS	Entorno urbano
PROGRAMA	Espacios privados
ACTUACIÓN	Mejora de escaparates (tengan o no actividad los locales)
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	Los escaparates comerciales, por su ubicación a pie de calle, resultan un elemento esencial de la imagen del establecimiento, pero también de la ciudad, algo que justifica que se preste una especial atención por parte de la administración, de los comerciantes y de los propios vecinos. Prestar atención a estos elementos requiere disponer de ciertos conocimientos y de invertir en realizar unas instalaciones atractivas y que han de irse cambiando con cierta frecuencia, incorporando elementos que atraigan la atención. Por otra parte, se da la circunstancia de contar con un número creciente de escaparates correspondientes a locales sin actividad que en ocasiones presentan además un aspecto descuidado, algo que afecta a todo su entorno negativamente.
OBJETIVOS	› Procurar una imagen atractiva de la ciudad
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del sector Asociaciones Vecinales
PRESUPUESTO ESTIMADO	270.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	→ Revisión de normativa local → Nº de acciones formativas y de sensibilización organizadas y nº de participantes → Nº de actuaciones realizadas sobre locales sin actividad → Importe de las ayudas destinadas a la mejora de los escaparates

EJE	IMAGEN Y VISIBILIDAD
LÍNEAS	Comunicación
PROGRAMA	Generación de contenidos
ACTUACIÓN	Elaboración de contenidos digitales
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	Resulta fácil generar contenidos digitales con relación a la actividad comercial, pero no tanto cuando se requieren unos contenidos de calidad que den respuesta a un Plan de Comunicación en el que se definan destinatarios, canales y mensajes. Para comunicar es preciso disponer de estos contenidos de calidad y bien orientados y estructurados porque afectan a la imagen del sector.
OBJETIVOS	› Disponer de un repositorio de contenidos digitales que puedan ser utilizados en el desarrollo de las diferentes actuaciones recogidas en el Plan › Facilitar contenidos digitales a los comerciantes para que puedan usarlos en sus propias redes › Trasladar a los consumidores una imagen coherente y sólida del comercio de Soria, más moderna, dinámica, y atractiva
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del Sector
PRESUPUESTO ESTIMADO	30.000€

ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Nº de contenidos generados → Presupuesto ejecutado
---------------------------------------	---

EJE	NORMATIVA
LÍNEAS	P.G.O.U.
PROGRAMA	Uso del suelo
ACTUACIÓN	Revisión (suelo de uso comercial; defensa de ejes/zonas comerciales; reducción de restricciones en locales comerciales...)
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	La ubicación de la actividad comercial viene determinada por los usos del suelo y las normas urbanísticas que afectan a los espacios e inmuebles donde se desarrolla o puede desarrollarse; es decir, el PGOU determina la configuración comercial de la ciudad. Este hecho hace que aquellas rigideces o distorsiones que se aprecian sobre la actividad comercial hayan de resolverse mediante la revisión de la normativa urbanística.
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> › Procurar que el comercio de proximidad haga de la ciudad un espacio más sostenible › Evitar vacíos comerciales o espacios que puedan tender a la degradación urbana y estimular a la actividad comercial › Corregir rigideces urbanas para el desarrollo de la actividad comercial
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del sector Asociaciones vecinales Colegio de Arquitectos
PRESUPUESTO ESTIMADO	Coste asociado a la revisión del PGOU
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Nº de situaciones identificadas para su revisión → Nº de modificaciones planteadas → Nº de modificaciones introducidas

EJE	NORMATIVA
LÍNEAS	P.G.O.U.
PROGRAMA	Uso del suelo
ACTUACIÓN	Ocupación de la vía pública
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	Determinados espacios públicos (zonas y ejes comerciales) en los que se produce una concentración de establecimientos comerciales o en los que estos disponen de una configuración o dimensión espacial derivada de las características de su actividad, están sometidos a un uso intensivo derivado de la actividad comercial. A la vez, estos mismos espacios y precisamente por el atractivo que produce sobre los consumidores la concentración comercial, presentan una mayor afluencia de consumidores ya sean residentes o visitantes y turistas, a lo que se añade la señalética y el amueblamiento urbano. Dando continuidad y relacionada con la línea sobre “imagen y comunicación”, la normativa municipal ha de prever aquellas situaciones en las que el comercio requiere de una ocupación ocasional o permanente de la vía pública, instalando elementos destinados a la información y promoción del sector, para lo que se debiera revisar la normativa urbanística con el fin de facilitarlos, homogeneizarlos, para que a la vez contribuyan a mejorar la imagen de la ciudad.
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> › Poder disponer de elementos para la comunicación o espacios para la organización de eventos, en los espacios públicos › Evitar aglomeración de elementos que dificulten la movilidad y deterioren la estética pública
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del sector
PRESUPUESTO ESTIMADO	Ejecución con recursos internos
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Nº de situaciones identificadas para su revisión → Nº de modificaciones planteadas → Nº de modificaciones introducidas

EJE	NORMATIVA
LÍNEAS	ORDENANZA DE COMERCIO
PROGRAMA	Mercado de Abastos
ACTUACIÓN	Revisión del Reglamento
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	<p>A pesar de los cambios normativos que se han producido sobre la prestación del Servicio de Mercado por parte de los ayuntamientos, el de Soria ha decidido continuar asumiendo esta competencia gestionando de manera directa el Servicio.</p> <p>El edificio del Mercado se encuentra remodelado, pero no así la gestión del servicio que continúa realizándose en unos términos más de administración que de dirección y promoción, realizando únicamente acciones puntuales y presentando importantes espacios desocupados.</p> <p>Con el fin de mejorar la situación se considera que resultaría conveniente revisar la normativa que regula el Servicio y su Ordenanza Fiscal, con el fin de mejorar la prestación del Servicio y lograr una mayor implicación de los concesionarios y de la organización que los representa.</p>
OBJETIVOS	Disponer de un Servicio de Mercado más dinámico y acorde con las demandas de los consumidores, de tal modo que sea un elemento dinamizador del entorno y un centro de referencia de la alimentación fresca de calidad.
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Asociación de Concesionarios
PRESUPUESTO ESTIMADO	Ejecución con recursos internos
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Nº de actuaciones realizadas → Evolución del nº de usuarios del Servicio → Importe de Presupuesto ejecutado

EJE	NORMATIVA
LÍNEAS	ORDENANZA DE COMERCIO
PROGRAMA	Mercadillos
ACTUACIÓN	Creación de Reglamentos
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	ORDENANZA REGULADORA DE LA VENTA REALIZADA FUERA DE ESTABLECIMIENTO COMERCIAL PERMANENTE
OBJETIVOS	Disponer de unos mercadillos bien organizados y con una oferta cada vez de mayor calidad y que contribuyan a enriquecer el atractivo comercial de la ciudad.
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Asociaciones de Comerciantes
PRESUPUESTO ESTIMADO	Ejecución con recursos internos
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Redacción de Reglamentos → Nº de puestos de venta → Presupuesto invertido en infraestructuras

EJE	NORMATIVA
LÍNEAS	SUBVENCIONES
PROGRAMA	Inversión y Promoción
ACTUACIÓN	Revisión de Bases de Ayudas
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	El comercio resulta una actividad muy relevante para la ciudad tanto en términos económicos como sociales, razón por la que el Ayuntamiento viene canalizando recursos hacia las empresas con el fin de que mantengan su competitividad a través de diferentes convocatorias de ayudas dirigidas tanto a la inversión como a la promoción. Este apoyo se considera que ha de resultar alineado con el Plan Estratégico sectorial, de tal modo que la actuación de las empresas contribuya a lograr sus objetivos; con este propósito resulta de interés revisar las Bases de las convocatorias de las ayudas.
OBJETIVOS	Dotar de mayor coherencia a las líneas de ayuda municipal al sector buscando el interés de las empresas por acceder a los recursos y primando a aquellas que contribuyan en mayor medida a desarrollar las actuaciones del Plan y conseguir sus objetivos.
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento

	Organizaciones del sector
PRESUPUESTO ESTIMADO	Ejecución con recursos internos
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Nº de beneficiarios → Importe de Presupuesto ejecutado

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	PROMOCIÓN
PROGRAMA	Fortalecimiento de las organizaciones
ACTUACIÓN	Protocolos y Convenios de Colaboración
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	Para que la ejecución del Plan resulte exitosa se considera imprescindible la colaboración del comercio con el Ayuntamiento y para que esta resulte eficaz han de ser las organizaciones que lo estructuran quienes hayan de implicarse en su desarrollo. Para llevar a cabo esta actividad de proposición y ejecución de actuaciones en el marco del Plan y a la vez permeabilizar a todo el sector de la iniciativa procurando su participación activa es preciso disponer de recursos humanos y económicos, así como una adecuada planificación y seguimiento.
OBJETIVOS	Promover acuerdos estables mediante la figura de los Protocolos Generales de Actuación o Acuerdos Marco de carácter plurianual que permitan a las organizaciones implicarse en el desarrollo y en la gestión del Plan Establecer Acuerdos Específicos de Colaboración para la ejecución de actuaciones concretas que contribuyan al desarrollo del Plan, contemplando la financiación de sus servicios y estructura
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones representativas del sector
PRESUPUESTO ESTIMADO	110.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Nº de Protocolos establecidos → Nº de Convenios firmados → Nº de propuestas presentadas → Importe del presupuesto gestionado

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	PROMOCIÓN
PROGRAMA	Emprendimiento
ACTUACIÓN	Impulso a la actividad en locales vacíos y apoyo a los traspasos de negocio
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	La tasa de reposición de locales comerciales activos en la trama urbana se mantiene negativa a lo largo del tiempo, algo que afecta negativamente tanto a la imagen de la ciudad como al negocio de los que se mantienen al perderse atractivo comercial y empleo en el sector. Ambas circunstancias hacen que se considere oportuno sensibilizar a los propietarios y motivarlos para que faciliten el arrendamiento y, en todo caso, promover que se mantengan en unas buenas condiciones de imagen exterior y salubridad. A la vez, se considera necesario promover el emprendimiento en el sector para generar empleo y evitar que el nivel de oferta comercial se continúe reduciendo. Por otra parte, un gran número de empresas del sector carecen de relevo en el momento del cese de su titular y se pierden todos los valores que representan tanto a nivel comercial en el sector como a nivel global para la ciudad. Esta falta de continuidad de los comercios se considera que pudiera ser paliada en alguna medida promoviendo que sus titulares se anticiparan al cese de su actividad procurando el traspaso de sus negocios y por parte de la administración y de las organizaciones del sector promoviendo el emprendimiento en el sector y creando momentos de encuentro entre quienes pudieran estar interesados.
OBJETIVOS	Evitar el deterioro y mejorar la imagen del entorno comercial de la ciudad Fomentar la actividad económica en el comercio de proximidad, especialmente el emprendimiento
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento APIs

PRESUPUESTO ESTIMADO	510.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Nº de locales identificados → Nº de locales reabiertos → nº de empresas sin relevo identificadas → nº de contactos generados → nº de traspasos realizados

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	PROMOCIÓN
PROGRAMA	Mercado de Abastos
ACTUACIÓN	Promoción de su uso como Servicio Público
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	<p>Aunque los cambios en la normativa sobre Mercados de Abastos hacen que ya no resulte para los ayuntamientos continuar ofreciendo este Servicio Público, son muchos los que han considerado de interés general para los ciudadanos continuar prestándolo, entre ellos el Ayuntamiento de Soria. La razón de ello radica en que el Mercado no sólo presenta valores comerciales, sino también otros muchos de carácter social, cultural, económico, patrimonial, medioambiental, etc. representando un modelo comercial sostenible.</p> <p>La reciente remodelación del Mercado con una importante inversión pública y privada contribuye también a que se considere oportuno promover entre los ciudadanos el uso de este Servicio Público.</p>
OBJETIVOS	<p>Sensibilizar a todos los consumidores sobre los beneficios que representa disponer del Servicio Público de Mercado en la ciudad y promover e incrementar su uso.</p> <p>Implicar y coordinar la acción de promoción del Servicio con los concesionarios que desarrollan su actividad comercial en el Mercado</p> <p>Profesionalizar la gestión del Servicio</p>
ACTORES IMPLICADOS	<p>Ayuntamiento</p> <p>Asociación de Concesionarios</p>
PRESUPUESTO ESTIMADO	125.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → nº de campañas realizadas → nº de personas usuarias del Mercado de Abastos

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	PROMOCIÓN
PROGRAMA	Mercado de Abastos
ACTUACIÓN	Dinamización y promoción de los canales cortos de distribución
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	<p>La oportunidad que representa el encuentro diario de los consumidores con la oferta comercial de alimentos frescos hace que las actividades de dinamización en el propio Mercado resulten de interés tanto para los comerciantes como para los consumidores; acciones de comunicación e información con relación a la alimentación sana y saludable, la salud, el tratamiento de los productos, promover la cultura gastronómica, la sostenibilidad, el conocimiento de nuevos productos, pueden mantener con dinamismo al Servicio.</p> <p>A la vez, se dispone de un espacio polivalente en la planta superior que permite la organización de eventos y realización de actividades adaptados a los diferentes segmentos de consumidores y con diferentes productos, incluso fijando no sólo en estos sino también en toda la cadena de distribución, incorporando a los canales cortos de distribución, productores, artesanos, y en la elaboración, buscando colaboraciones y alianzas estratégicas con actores externos al Mercado.</p> <p>Así mismo, el mercado de Abastos representa uno de los modelos más sostenibles en la distribución alimentaria porque muchos de los productos que se ofrecen a los consumidores proceden de un entorno cercano y de pequeñas explotaciones, siendo uno de los atractivos más apreciados por estos.</p> <p>Esta circunstancia ha de aprovecharse para fomentar la presencia y la promoción de estos productos en el Mercado no sólo ocasionalmente sino de manera continuada a lo largo de todo el año, algo que contribuirá a fijar población en el entorno rural más próximo a la ciudad, lo que a su vez generará beneficios inducidos.</p>

OBJETIVOS	Convertir al Mercado en el centro de referencia de la alimentación de calidad de la ciudad Apoyar a los operadores para que mantengan y mejoren su competitividad Garantizar la continuidad de la oferta comercial y mejorarla Que el Mercado cuente a lo largo de todo el año con productos de proximidad y que se identifiquen y promocionen para que los consumidores puedan demandarlo con facilidad. Incrementar el atractivo comercial del Mercado. Contribuir al desarrollo de la economía local más próxima.
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Junta de Castilla y León Asociación de concesionarios Organizaciones de pequeños productores Colectivos sociales
PRESUPUESTO ESTIMADO	250.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → nº de puestos ocupados el Mercado de Abastos → Evolución del ticket medio de compra y el consumo en el Mercado → nº de actividades realizadas → nº de productos "Km 0" presentes en el Mercado → nº de acciones promocionales realizadas

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	PROMOCIÓN
PROGRAMA	Mercado de Abastos
ACTUACIÓN	Plan de Digitalización
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	Los hábitos de consumo de la población han cambiado y continuarán haciéndolo en el futuro inmediato influidos de manera particular por el uso de las Nuevas Tecnologías; a la vez, se advierte la falta de implantación de procesos de digitalización en las pequeñas empresas, algo que ha llevado al Ayuntamiento de Soria a promover un plan ambicioso de digitalización para el conjunto del Mercado y que integrará: 1.Un marketplace: Nueva web, visita virtual, plataforma de venta on line que incluye módulo de fidelización y antidesperdicios, gestión de pedido mediante canal on line y consultoría digital y formación a los comerciantes 2.Diseño y marketing digital: Folletos digitales, servicio de imagen y diseño para la web y el marketplace, gestión de redes sociales, formación en marketing digital para los comerciantes 3.Suministro de equipos informáticos: equipos portátiles para poner a disposición de los comerciantes que se adhieran a la plataforma de venta on line, sistema wifi en el mercado 4.Digital signae: Instalación de pantallas informativas digitales indoor y outdorr 5.Suministro de taquillas refrigeradas inteligentes para recogida de pedidos
OBJETIVOS	Incrementar la competitividad de los operadores del Mercado Facilitar el acceso al Servicio a los consumidores a través de las Nuevas Tecnologías Modernizar y promocionar el Servicio de Mercado
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Asociación y operadores del Mercado
PRESUPUESTO ESTIMADO	263.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → nº de usuarios del Servicio → nº de actuaciones realizadas

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	PROMOCIÓN
PROGRAMA	Comercio de Proximidad
ACTUACIÓN	Campañas de promoción en colaboración con las organizaciones del sector
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	La oferta comercial global cada vez es más amplia porque resulta más accesible a todos los niveles produciéndose un gasto evadido desde el comercio que pudiera

	denominarse como “tradicional” hacia otros formatos y fórmulas comerciales haciendo que pierda representatividad en la trama urbana. Los consumidores llegan incluso a desconocer la importante oferta del comercio de proximidad, de productos y sobre todo de servicios. Mantener la actividad comercial en la trama urbana exige así una acción concertada entre los comerciantes y la administración para lograr mantener su competitividad y evitar que continúe la pérdida de establecimientos y de oferta singular en la ciudad; una pérdida que incide en la propia imagen de la ciudad.
OBJETIVOS	Contribuir a mantener el dinamismo de la oferta del comercio de proximidad Promover el consumo en el comercio local Mostrar una ciudad más dinámica comercialmente Mejorar los resultados económicos de las empresas del sector
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Junta de Castilla y León Organizaciones del sector
PRESUPUESTO ESTIMADO	1.325.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → nº y tipología de campañas de sensibilización realizadas → nº y tipología de campañas de promoción realizadas → nº de establecimientos participantes

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	PROMOCIÓN
PROGRAMA	Comercio de Proximidad
ACTUACIÓN	Acciones orientadas al "Turismo de Compras"
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	Dentro del concepto “promoción comercial” se ha de considerar no sólo a los residentes sino también a los visitantes y turistas porque representan un segmento de consumidores predispuesto a la compra, motivo por el que requiere de una acción específica en lo que se denomina como “turismo de compras”. No se trata de considerar acciones que directamente promuevan el viaje hacia la capital con el objetivo de comprar, sino de promover los activos de la ciudad contemplando al comercio como uno de ellos.
OBJETIVOS	Incorporar al comercio de proximidad como un atractivo de la oferta turística Mostrar las singularidades que ofrece el comercio de Soria Generar una oferta de compra experiencial promoviendo iniciativas colectivas y de colaboración entre las empresas del sector y con el Ayuntamiento
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del sector Colectivos y empresas de Turismo Activo
PRESUPUESTO ESTIMADO	675.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → nº de experiencias generadas → nº de campañas desarrolladas → nº de empresas participantes

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	PROYECTOS COLABORATIVOS
PROGRAMA	Impulso a la generación de economías de escala
ACTUACIÓN	Estudio e impulso de iniciativas que contribuyan a reducir los costes de explotación
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	El incremento de los costes de explotación en la actividad comercial dificultan su recuperación tras la anterior crisis económica y la pandemia de la COVID19; el pequeño tamaño de las empresas del sector y su reducida capacidad financiera hacen imprescindibles para mantener su competitividad la generación de economías de escala. Para ello es necesaria la implicación de las organizaciones del sector y mejorar la cultura empresarial de los comerciantes desarrollando el concepto de la “competencia colaborativa”. Sólo manteniendo la rentabilidad de los negocios se podrá garantizar el relevo en el sector y atraer a nuevos emprendedores, evitando así las actuales tasas negativas de reposición. En este sentido cabe incluir la colaboración del Ayuntamiento a través de Iberaval.

OBJETIVOS	Mejorar la rentabilidad de las empresas del sector Estudiar e impulsar la creación de redes y alianzas entre las empresas
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones empresariales
PRESUPUESTO ESTIMADO	60.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	→ nº de iniciativas identificadas → nº de iniciativas puestas en marcha

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	PROYECTOS COLABORATIVOS
PROGRAMA	Promoción de proyectos de Economía Social
ACTUACIÓN	Apoyo al desarrollo de iniciativas colectivas
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	Las características específicas del sector hacen que los aspectos sociales adquieran relevancia para su promoción, pero también para la generación y desarrollo de nuevas iniciativas ya que parte de sus debilidades se muestran debido a su reducido tamaño, dependiendo un comercio en muchas ocasiones de una sola persona. Por lo tanto se considera oportuno trabajar tanto en desarrollar iniciativas emprendedoras dentro de las empresas que ya desarrollan su actividad en el sector como entre diferentes colectivos sociales que pudieran ver en el comercio de proximidad una alternativa de negocio.
OBJETIVOS	Impulsar y apoyar iniciativas que mejoren la oferta comercial, sus servicios, y su competitividad Contrarrestar la pérdida de establecimientos comerciales
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del sector Organizaciones del Tercer Sector
PRESUPUESTO ESTIMADO	22.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	→ nº de iniciativas identificadas → nº de iniciativas puestas en marcha

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	RECONOCIMIENTO
PROGRAMA	Sensibilización Social y Sectorial
ACTUACIÓN	Compra Local
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	El mantenimiento de la oferta comercial en la ciudad depende en buena medida de las decisiones de compra de los ciudadanos, ya que de ellos depende el gasto evadido. A la vez, de manera generalizada, se valora mucho la existencia de establecimientos comerciales en la trama urbana al considerar al comercio como un servicio importante que aporta calidad de vida a los ciudadanos y contribuye a mejorar la imagen de su entorno. Por otra parte, los comerciantes han de mostrar gran sensibilidad hacia los consumidores si desean mantener la rentabilidad de sus negocios. Pero para que este interés común se mantenga es necesario sensibilizar a consumidores y comerciantes con el fin de que la concertación se mantenga a partir de una reflexión sobre qué interesa a la ciudad y como desarrollar una relación satisfactoria para ambas partes.
OBJETIVOS	Estimular y fomentar la compra de proximidad Contribuir a que la relación entre comerciantes y consumidores sea cada vez más productiva para ambas partes
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del sector Asociaciones de Consumidores y Vecinos
PRESUPUESTO ESTIMADO	50.000€

ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Diseño de la iniciativa → nº de campañas desarrolladas
---------------------------------------	---

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	RECONOCIMIENTO
PROGRAMA	<i>Sensibilización Social y Sectorial</i>
ACTUACIÓN	Fomento del asociacionismo
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	La debilidad que representa la atomización del sector y su reducida capacidad económica se evidencian en las organizaciones que lo estructuran, haciéndose necesario fomentar y estimular el asociacionismo de manera constante, algo que redundará por una parte en disponer de más propuestas para conseguir los objetivos del Plan y, por otra parte, más capacidad de gestión y de permeabilización entre las empresas para lograr su implicación en las actuaciones que se pongan en marcha. A la vez, contribuirá a mejorar el clima social y a estimular el emprendimiento.
OBJETIVOS	Fortalecer a las organizaciones del sector Lograr mejores resultados en las iniciativas que se emprendan
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del sector
PRESUPUESTO ESTIMADO	24.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Diseño de la iniciativa → nº de campañas desarrolladas

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	RECONOCIMIENTO
PROGRAMA	<i>Sensibilización Social y Sectorial</i>
ACTUACIÓN	Encuentros sobre la Ciudad y el Comercio
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	Acorde con la importancia que se otorga al comercio en términos económicos y de calidad de vida, resulta oportuno conocer sus tendencias, sus problemáticas y ver cómo profesionales especialistas y otras ciudades las abordan. Se considera de interés conocer las buenas prácticas de los actores implicados con el comercio, organizaciones, empresarios y administraciones, generando un punto de encuentro que permita debatir sobre aspectos de interés para el sector: gobernanza y colaboración público-privada, asociacionismo, Centros Comerciales Abiertos y Áreas de Promoción Económica, imagen de ciudad, transformación digital, big data, mejoras urbanísticas, sostenibilidad del sector, emprendimiento, relevo generacional...
OBJETIVOS	Organizar encuentros periódicos a lo largo del desarrollo del Plan Poner al comercio en el centro del debate de las políticas municipales Intercambiar experiencias y conocimientos sobre el sector
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del sector Centros de conocimiento
PRESUPUESTO ESTIMADO	24.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	→ nº de encuentros organizados

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	RECONOCIMIENTO
PROGRAMA	CPI
ACTUACIÓN	Compra Pública de Innovación
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	El Ayuntamiento representa uno de los mayores “consumidores” de la ciudad y por lo tanto puede y debe contribuir a mantener la oferta comercial dentro del marco establecido por la LCSP. Para ello es necesario considerar todas las alternativas ofrecidas por la normativa con el fin de fomentar la innovación empresarial disponiendo de un plan, reduciendo la carga administrativa, ajustando los criterios de

	selección, facilitando la ejecución del contrato, conforme a la recomendaciones de la UE.
OBJETIVOS	Facilitar la participación de las empresas locales en la contratación pública municipal.
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones empresariales
PRESUPUESTO ESTIMADO	Ejecución con recursos internos
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Diseño e implementación del sistema → Importe de compra realizado al comercio local

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	FORMACIÓN Y RECICLAJE PROFESIONAL
PROGRAMA	Asistencias Técnicas personalizadas
ACTUACIÓN	Revisión de los modelos de negocio
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	<p>El cambio en los hábitos de compra hace que las empresas del sector hayan de adaptarse con rapidez para poder mantener su competitividad. Sin embargo, sus particularidades hacen que esto sea difícil y entrañe bastante dificultad; la escasa cultura empresarial de muchas empresas del sector, su pequeño tamaño, su falta de capacidad para invertir, y especialmente su falta de tiempo hacen que la formación formal (reglada o no) se haya mostrado como poco eficiente. Por ello se propone la implementación de acciones de formación no formal, personalizadas y fundamentadas en “aprender trabajando” con el fin de que las empresas puedan activar procesos de revisión de sus modelos de negocio y disponer de un acompañamiento a lo largo del tiempo que garanticen y faciliten su aplicación efectiva.</p> <p>De lo contrario, la falta de adaptación de los comercios a las nuevas necesidades y demandas de los consumidores llevará a que se continúe reduciendo su número.</p>
OBJETIVOS	Mantener y mejorar la competitividad de los comercios Adaptar la oferta de productos y servicios del comercio a la nueva realidad del mercado
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Junta de Castilla y León Organizaciones del sector Centros de conocimiento
PRESUPUESTO ESTIMADO	Ejecución con recursos externos
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → nº de comercios participantes → nº de tutorías realizadas

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	FORMACIÓN Y RECICLAJE PROFESIONAL
PROGRAMA	Asistencias Técnicas personalizadas
ACTUACIÓN	Nuevas tecnologías y digitalización
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	<p>Uno de los retos más importantes para el comerciante es poner en marcha procesos de digitalización que le permitan ser más competitivo, especialmente en aquellos aspectos relacionados con la gestión de sus clientes, introduciendo el uso de Nuevas Tecnologías y aprendiendo a manejarlas con cierta pericia.</p> <p>Como en el aspecto de la revisión de los modelos de negocio, también en este aspecto las características de las empresas hacen que resulte muy necesaria una atención personalizada que oriente y ayude en la adquisición del equipamiento más adecuado (hard y soft) a cada caso desde la experiencia sectorial, motive y resuelva dudas en cuanto a su uso, generando una mayor “cultura del dato”.</p>
OBJETIVOS	Mejorar la competitividad de las empresas Disponer de un comercio con mayor capacidad de respuesta a las demandas de los consumidores Facilitar a los comercios la participación en proyectos colaborativos
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Junta de Castilla y León

	Organizaciones del sector Centros de conocimiento
PRESUPUESTO ESTIMADO	Ejecución con recursos externos
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → nº de comercios participantes → nº de tutorías realizadas

EJE	FOMENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
LÍNEAS	SEGUIMIENTO DE LA ACTIVIDAD
PROGRAMA	Observatorio del Comercio y el Consumo
ACTUACIÓN	Implantación de sistema de análisis continuado de la oferta y la demanda
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	<p>Conocer la realidad es el fundamento para poder actuar sobre ella de manera fundamentada; la realidad del comercio es compleja y requiere realizar un seguimiento continuado sobre ella para poder valorar su situación y realizar proyecciones sobre su evolución, de tal modo que se puedan anticipar actuaciones que eviten situaciones indeseadas.</p> <p>No se trata, por lo tanto, aunque también, de observar la oferta (número de locales comerciales o actividades que se desarrollan) sino también el consumo (qué compran, cuándo lo hacen y sus motivaciones), de tal modo que la oferta se pueda acoplar a la demanda.</p> <p>Para lograrlo se considera necesario poner en marcha un “observatorio” y mantenerlo en el tiempo, generando un sistema de toma de datos, de análisis, y de compartir información para que se oriente tanto la toma de decisiones de las empresas como las propias políticas municipales hacia el sector y hacia el conjunto de los ciudadanos.</p>
OBJETIVOS	<p>Conocer en profundidad la realidad del comercio de Soria</p> <p>Captar datos que permitan observar su evolución y las discrepancias entre oferta y demanda</p> <p>Facilitar información a las empresas</p>
ACTORES IMPLICADOS	<p>Ayuntamiento</p> <p>Organizaciones del sector</p> <p>Asociaciones de Consumidores</p> <p>Centros de conocimiento</p>
PRESUPUESTO ESTIMADO	60.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Realización del estudio de posibilidades de integración tecnológica local → nº de informes elaborados → nº de acciones de divulgación de los informes

EJE	SOSTENIBILIDAD
LÍNEAS	MOVILIDAD
PROGRAMA	LOGÍSTICA
ACTUACIÓN	Carga y Descarga
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	<p>La interacción del comercio con su entorno urbano es intensa y en algunos casos conflictiva por las limitaciones del espacio público en el que se desarrolla la actividad comercial; una de estas actividades del todo necesaria es la de las operaciones de carga y descarga. Se necesita realizar por parte de los comercios para proveerse de productos, para realizar entregas, pero también la necesitan en ocasiones los consumidores para recoger sus compras.</p> <p>No obstante, no todas las actividades comerciales requieren disponer de los mismos espacios u horarios para realizar estas operaciones, por ello resulta muy conveniente considerar las circunstancias particulares de cada eje o área comercial a la hora de fijar y, en su caso, adaptar, las condiciones para realizarlas.</p>
OBJETIVOS	<p>Facilitar a los comercios las operaciones de logística externa</p> <p>Procurar el mejor aprovechamiento posible del espacio público (estancial, tráfico y aparcamiento, carga y descarga) dotándolo de la mayor polivalencia posible y valorando la utilización de tecnologías que permitan gestionar de manera eficiente la escasez de espacio.</p>
ACTORES IMPLICADOS	<p>Ayuntamiento</p> <p>Empresas logísticas</p>

	Organizaciones del sector
PRESUPUESTO ESTIMADO	Ejecución con recursos internos y asociado a otras actuaciones
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Revisión de las zonas señalizadas → nº de incidencias detectadas

EJE	SOSTENIBILIDAD
LÍNEAS	MOVILIDAD
PROGRAMA	LOGÍSTICA
ACTUACIÓN	Aparcamiento
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	<p>Aún considerando que el comercio de proximidad reduce las necesidades de movilidad y de aparcamiento de los consumidores, la configuración urbanística y la concentración de la oferta, además de la demanda de visitantes y turistas, hacen del aparcamiento un aspecto, en ocasiones determinante, para que el comercio pueda resultar competitivo.</p> <p>Tanto el Servicio Público de transporte como la entrega a domicilio que puedan realizar Ayuntamiento y comerciantes, pueden contribuir a mejorar las necesidades de aparcamiento, pero en ningún caso pueden lograr resolver la demanda de aparcamiento por parte de los ciudadanos, por lo que resulta necesario dotarse de espacios para ello y gestionarlos de manera eficiente.</p> <p>La colaboración de Ayuntamiento y comerciantes puede facilitar un mejor servicio.</p>
OBJETIVOS	<p>Mejorar y ampliar los espacios de aparcamiento</p> <p>Promover el transporte público y mejorar el Servicio</p> <p>Realizar acciones de sensibilización</p>
ACTORES IMPLICADOS	<p>Ayuntamiento</p> <p>Organizaciones del sector</p>
PRESUPUESTO ESTIMADO	3.400.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → Revisión de las zonas señalizadas → nº de incidencias detectadas

EJE	SOSTENIBILIDAD
LÍNEAS	RESIDUOS
PROGRAMA	RECOGIDA SELECTIVA
ACTUACIÓN	Recogida "puerta a puerta"
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	<p>El comercio en el desarrollo de su actividad genera RSU que es preciso gestionar en función de las características de cada subsector de actividad; uno de estos residuos destaca por el volumen que genera como es el cartón proveniente de los embalajes.</p> <p>En ocasiones, especialmente en las zonas comerciales, los contenedores destinados a esta recogida no tienen la capacidad necesaria por lo que el Ayuntamiento ya ha implementado el servicio de recogida "puerta a puerta". Para ello resulta conveniente que los comerciantes colaboren cortando, plegando y atando los cartones, sacándolos de sus establecimientos en el momento más próximo posible a la hora de la recogida en cada punto de la ciudad con el fin de evitar que den una imagen descuidada al entorno.</p>
OBJETIVOS	<p>Mejorar la eficiencia de la recogida del cartón en los establecimientos comerciales</p> <p>Hacer que la actividad comercial resulte más sostenible reciclando el cartón que genera</p> <p>Procurar una mejor imagen al entorno urbano comercial</p>
ACTORES IMPLICADOS	<p>Ayuntamiento</p> <p>Organizaciones del sector</p>
PRESUPUESTO ESTIMADO	250.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → nº de servicios prestados → volumen de residuos recogidos

EJE	SOSTENIBILIDAD
LÍNEAS	RESIDUOS
PROGRAMA	REDUCCIÓN DE ELEMENTOS DE UN SOLO USO
ACTUACIÓN	Campañas de sensibilización
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	Realizar compras entraña poder transportarlas y para ello se utilizan habitualmente bolsas que ya sean de plástico o de otros materiales, en muchos casos se utilizan solamente en ese momento. Por ello, se considera de interés promover entre los consumidores y comerciantes el uso de elementos que resulten reutilizables con el propósito de lograr un sector y una ciudad más sostenibles. Particular atención se prestará a las obligaciones derivadas de la normativa sobre envases (<i>Real Decreto 1055/2022, de 27 de diciembre, de envases y residuos de envases</i>)
OBJETIVOS	Reducir el uso de elementos de un solo uso a la hora de realizar las compras
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento Organizaciones del sector ECOEMBES
PRESUPUESTO ESTIMADO	Se realizarán a cargo de ECOEMBES
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → nº de campañas realizadas → nº de participantes o impactos logrados

EJE	GOBERNANZA
LÍNEAS	SEGUIMIENTO
PROGRAMA	GESTIÓN
ACTUACIÓN	Control y evaluación de los Indicadores
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	Orientarse a resultados requiere fijar objetivos y establecer un sistema que permita ir midiendo en base a indicadores su consecución, con el fin de introducir, si fuera el caso, las modificaciones que se consideren oportunas en base al análisis de los datos realizado y de las circunstancias que se vayan presentando a lo largo de la ejecución del Plan. El Plan ya dispone de indicadores, pero cada actuación, en el momento de su programación ha de fijar aquellos más específicos en base a su diseño y previsión de ejecución, que siempre resulten medibles fácilmente, introduciendo así una nueva cultura de gestión, pero sin caer en la “parálisis del análisis”.
OBJETIVOS	Que la ejecución del Plan resulte eficiente Que se conozcan los resultados de cada actuación y puedan contrastarse con los esperados Adquirir una mayor cultura sobre la gestión por objetivos
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento FEC Soria y Cámara de Comercio
PRESUPUESTO ESTIMADO	Ejecución con recursos internos y asociado a otras actuaciones
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> → nº de evaluaciones realizadas → Nivel de presupuesto ejecutado → nº de indicadores modificados

EJE	GOBERNANZA
LÍNEAS	SEGUIMIENTO
PROGRAMA	GESTIÓN
ACTUACIÓN	AT para la implementación y medición del Plan
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	La ejecución de un Plan de esta envergadura requiere de una gestión eficaz para poder realizar todas las actuaciones que incluye, en los plazos previstos y con los recursos disponibles, además de darle difusión a los resultados, establecer canales de comunicación con otros proyectos, prever la continuidad de las actuaciones a futuro y demás tareas previstas. Para realizar esta gestión, el Ayuntamiento de Soria utilizará sus propios recursos humanos, pero será conveniente la contratación de un servicio continuado de Asistencia Técnica para su desarrollo.
OBJETIVOS	Disponer de apoyo a la gestión del Plan

	Dinamizar el desarrollo del Plan
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento
PRESUPUESTO ESTIMADO	42.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	→ Contratación de la AT

EJE	GOBERNANZA
LÍNEAS	DESARROLLO
PROGRAMA	PLANES DE ACTUACIÓN
ACTUACIÓN	Elaboración de Planes Anuales
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	La planificación estratégica para que resulte efectiva requiere de una planificación operativa que plasme en actuaciones concretas la estrategia definida previamente; tal y como se contempla en el plan, anualmente se deberá elaborar un Plan de Actuación que en base a las previsiones, los resultados, las circunstancias y la disponibilidad económica, determine de manera detallada las actuaciones a realizar, que debieran proceder en la mayor medida de las propuestas de colaboración de los organizaciones del sector implicadas en la ejecución del Plan. El Plan deberá estar definido antes de la finalización del ejercicio precedente.
OBJETIVOS	Concretar las actuaciones a realizar en cada ejercicio y sus indicadores de seguimiento Prever las necesidades económicas y organizativas para la ejecución del Plan
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento FEC Soria y Cámara de Comercio
PRESUPUESTO ESTIMADO	Ejecución con recursos internos y asociado a otras actuaciones
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	→ nº de Planes elaborados

EJE	GOBERNANZA
LÍNEAS	DESARROLLO
PROGRAMA	DINAMIZACIÓN
ACTUACIÓN	Estímulo continuado a la implicación y a la corresponsabilidad
JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE	Mantener la colaboración e implicación de los diferentes actores que han de intervenir en la ejecución y desarrollo del Plan requerirá que exista una buena planificación interna con una intervención motivadora por parte de los representantes institucionales municipales y de las organizaciones en reuniones y eventos. Para lograrlo será importante identificar a las personas que hayan de asumir responsabilidad en la gestión del Plan y concretar un sistema ágil de comunicación interna que evite cualquier tipo de malentendido y facilite compartir documentos de trabajo, disponiendo una “agenda compartida” que organice reuniones y gestión de proyectos compartidos.
OBJETIVOS	Trabajar de manera eficiente Dotar de transparencia a la ejecución del Plan Promover la participación, la colaboración y la corresponsabilidad
ACTORES IMPLICADOS	Ayuntamiento FEC Soria y Cámara de Comercio Consejo de Comercio
PRESUPUESTO ESTIMADO	12.000€
ACCIONES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO	→ nº de reuniones mantenidas → nº de eventos organizados