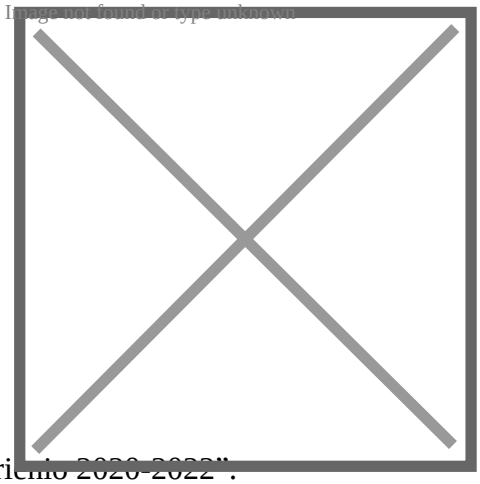
LOCAL | Comercio-Hostelería

Arrancan los trabajos para la redacción de un plan de dinamización comercial

El documento marcará marcará las actuaciones que se realizarán desde el Ayuntamiento en el trienio 2020-2022.

Rafael Cobo Calmaestra
Lunes 18 de noviembre de 2019 - 20:15



El Consistorio prieguense ha hecho público el inicio de los trabajos del plan de dinamización comercial de la localidad, cofinanciado con fondos europeos en un 80% (dentro de los fondos Edusi), asumiendo las arcas municipales el 20% restante.

El objetivo de este plan, como así indicaba en su presentación el concejal delegado de Desarrollo Socieconómico y Comercio, Pablo Ruiz, “es buscar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que tiene el comercio local, detectar los retos que ha de afrontar y elaborar un plan de acción que marcará las distintas actuaciones que se realizarán desde el ayuntamiento para el próximo trienio 2020-2022”.

Según apuntaba Ruiz, hasta el mes de diciembre se va a realizar un trabajo específico de calle, aprovechando la ocasión para invitar a todos los comercios de la localidad a que atiendan a la persona que realizará las encuestas y captará las impresiones sobre cómo se encuentra la situación del comercio prieguense en la actualidad.

Por su parte, el presidente de la Asociación Centro Comercial Abierto, José Luis Momparler, agradecía, “la implicación y sensibilidad que siempre ha tenido con el centro comercial abierto en particular y con el comercio en general”. Momparler incidía en la importancia que tendrá para el comercio local este plan de dinamización, “ya que tendremos un documento estratégico de partida a la hora de emprender una serie de acciones, de tomar de decisiones que van a ser fundamentales en el devenir del comercio a medio y corto plazo”.

El presidente de ACCA puntualizaba que pese a la implicación del colectivo al que representa, “esto es un proyecto de todo el comercio de Priego”, por lo que aprovechó la ocasión para invitar a todo el comercio de la localidad a que participe activamente en todas las encuestas, actividades y cuestionarios que se van a poner en marcha, recordando que el futuro del nuestro comercio, “va a ir en función de lo que seamos capaces de poner sobre la mesa para poder tener ese tipo de estrategias, esos documentos para tomar decisiones que nos lleven a seguir avanzando, y evolucionando como localidad comercial que somos”.

La empresa encargada de la elaboración de este plan de dinamización comercial será la consultora Concepto, cuyo gerente, Ricardo Castilla, advertía que no será un documento, “para que se quede en los libros, para que se quede en un manual, sino para que se lleven a cabo unas actuaciones concretas para el comercio de Priego”.

Según Castilla, “todo comercio tiene una personalidad”, por lo que en el caso de Priego, “vamos a invitar a la ciudadanía a que nos diga cuál es la personalidad y el apellido del comercio de Priego, porque todo comercio que tiene personalidad tiene una cuota de mercado, un cliente, una oferta específica, y ese es el planteamiento que queremos desarrollar”.

En cuanto a la dinámica para la elaboración del plan, Castilla señalaba que en primera instancia se realizará una revisión de la documentación que hasta la fecha tenía el ayuntamiento de anteriores actuaciones, analizándose un modelo “benchmarking” tomando como referencia experiencias de otras ciudades que puedan ser interesantes desde el punto de vista de las características de Priego. Posteriormente se realizará un diagnóstico de la situación actual para lo que será conveniente reconocer las necesidades, medios y

competencias, realizándose para ello en las primeras fases de trabajo un inventario de todo el comercio de Priego.

Posteriormente se llevarán a cabo entrevistas en profundidad a más de 25 expertos de la localidad relacionados con el comercio, turismo, empresa, administración y movilidad para, a partir de ahí, ir definiendo las políticas públicas que se puedan desarrollar en relación a este proyecto.

Finalmente se analizarán las propuestas desde el punto de vista del cliente, razón de ser de cualquier proyecto comercial, para lo cual a finales de diciembre se llevará a cabo una encuesta, mediante varias técnicas, para reconocer las necesidades, oportunidades dentro de la oferta y la demanda del comercio prieguense.

A partir de ahí se desarrollará el plan de acción basado en una estrategia, en unas acciones, y en un plan que finalmente se pueda definir, se pueda desarrollar, sin olvidar definir, como así apuntaba Castilla, instrumentos que ayuden al seguimiento y verificación de que las acciones se van cumpliendo y van dando los resultados.