



SERVICIO DE APOYO TÉCNICO PARA LA “ELABORACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UN PLAN DE ACTUACIÓN EN EL PASEO DE ALMERÍA”

ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS Y PROPUESTA INICIAL DE PLAN DE CHOQUE



ALMERÍA
CIUDAD

SERVICIO DE APOYO TÉCNICO PARA LA “ELABORACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UN PLAN DE ACTUACIÓN EN EL PASEO DE ALMERÍA”. Versión v07. Febrero 2025

Empresa ejecutora: AUREN CONSULTORES SP, SLP.

Equipo Redactor:

Dirección Técnica:

Juan Antonio López García (Socio Director del Proyecto)

Manuel Martínez Molina (Director Técnico)

Equipo de Trabajo de Campo y Redacción:

M^a Ángeles Jurado Moreno (Análisis socioeconómico y comercial).

M^a Jesús Pérez Ariza (Análisis socioeconómico y comercial).

Noelia Bueno Ruiz (Análisis socioeconómico y comercial).

Pablo Rodríguez Martínez (Análisis socioeconómico y comercial).

Alejandro López Peula (Comunicación).

Antonio Miguel Palma Ramírez (Análisis socioeconómico y comercial, Trabajo de Campo).

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. ESTADO DE LA SITUACIÓN	4
2.1. Evolución del sector comercial en Almería	4
ACTIVIDAD ECONÓMICA GENERAL:	4
SECTOR COMERCIAL:	5
COMERCIO MAYORISTA E INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO:	7
COMERCIO MINORISTA:	8
2.2. Estructura económica del Paseo de Almería y su entorno inmediato	14
ACTIVIDAD POR GRANDES TIPOLOGÍAS:	18
ACTIVIDAD SEGÚN LOCALIZACIÓN EN BAJO O ALTURA:	18
COMERCIO INDEPENDIENTE:	19
3. ACTUACIONES DE MINIMIZACIÓN DE IMPACTOS REALIZADAS EN OTROS MUNICIPIOS.....	26
3.1. Análisis de Resultados	27
3.2. Actuaciones por Fichas:.....	32
ACCESIBILIDAD:	32
AYUDAS DIRECTAS AL SECTOR:	33
COORDINACIÓN:	38
OBRA:	42
PROMOCIÓN Y ANIMACIÓN COMERCIAL:.....	45
3.3. Impacto de obras de gran duración en calles comerciales:.....	48
4. PROPUESTA DE ACCIONES EN ALMERÍA	57

1. INTRODUCCIÓN

Las obras en el Paseo de Almería, si bien son necesarias para mejorar la ciudad, inevitablemente generarán disrupciones en la vida diaria de los vecinos y, especialmente, en la actividad comercial y de servicios. En este contexto, es fundamental adoptar un enfoque proactivo para mitigar estos impactos y garantizar la viabilidad de los negocios durante este periodo.

Atenuar el impacto de las obras en los negocios locales es fundamental para preservar la vitalidad económica de la zona. La disminución de las ventas, la pérdida de clientes y la posible desaparición de algunos comercios son consecuencias directas que pueden afectar negativamente al tejido empresarial y a la comunidad en general. Por ello, se ha realizado un análisis de la situación comercial del entorno, así como de las principales actuaciones implementadas por diversos ayuntamientos españoles para mitigar el impacto de obras de larga duración en los negocios locales. El objetivo es conocer la situación comercial del entorno del Paseo de Almería e identificar las estrategias más efectivas que podrían aplicarse en el mismo, con el fin de minimizar las molestias causadas a las empresas instaladas, intentando proteger la continuidad de la actividad económica en la zona durante la ejecución de las obras.

2. ESTADO DE LA SITUACIÓN

Este epígrafe pretende evaluar el estado de la situación en materia económica en el Paseo de Almería para poder evaluar a posteriori el potencial impacto causado.

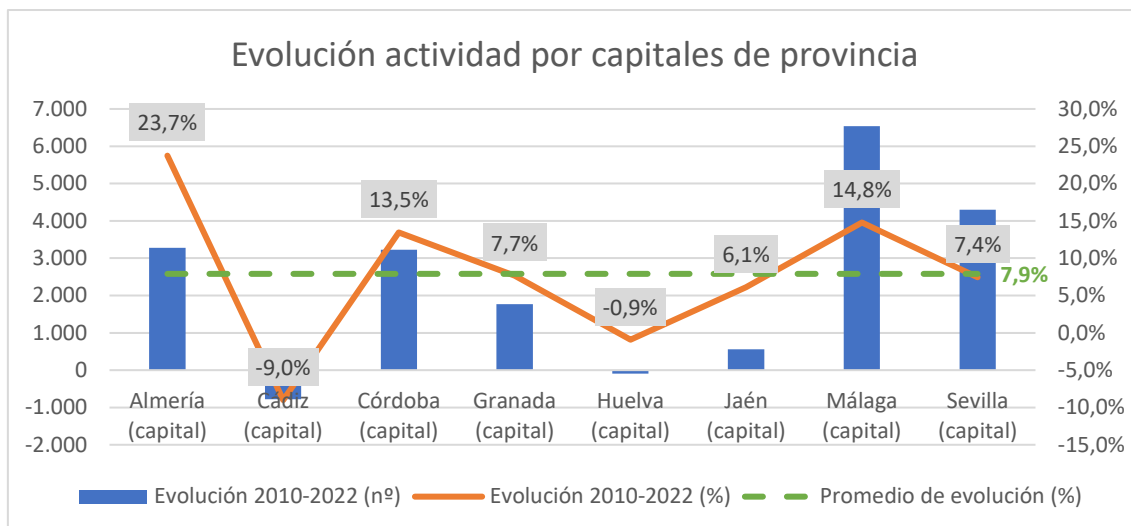
2.1. Evolución del sector comercial en Almería

Para analizar la evolución del sector comercial en Almería se ha realizado un análisis comparativo desde el año 2010 al 2022 con el resto de capitales de provincia en diferentes ámbitos: actividad económica en general, sector comercial (desglosado en comercio mayorista y minorista) y, debido al crecimiento turístico experimentado por la ciudad, se ha analizado también el sector hostelero. Al centrarnos en Almería, buscamos identificar si su trayectoria difiere significativamente del resto de territorios, especialmente en los sectores de comercio minorista y hostelería.

ACTIVIDAD ECONÓMICA GENERAL:

En la tabla y gráfico siguientes se puede observar la evolución del número de establecimientos en Andalucía, la provincia de Almería y las diferentes capitales de provincia andaluzas durante el periodo 2010-2022.

Territorio	Andalucía	Almería	Almería (capital)	Cádiz (capital)	Córdoba (capital)	Granada (capital)	Huelva (capital)	Jaén (capital)	Málaga (capital)	Sevilla (capital)
Establecimientos 2022	730.844	76.468	17.104	7.891	27.192	24.850	9.711	9.728	50.751	62.230
Evolución 2010-2022 (nº)	173.665	30.417	3.282	-781	3.227	1.766	-92	559	6.543	4.303
Evolución 2010-2022 (%)	31,2%	66,1%	23,7%	-9,0%	13,5%	7,7%	-0,9%	6,1%	14,8%	7,4%



Fuente: elaboración propia a partir de la explotación de datos del Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía

Según los resultados, podemos destacar los siguientes aspectos:

Crecimiento Generalizado: Andalucía y la mayoría de sus capitales de provincia experimentaron un crecimiento significativo en el número de establecimientos durante el período analizado. Esto sugiere un dinamismo económico generalizado en la región.

Destaca la provincia de Almería: la provincia de Almería presenta un crecimiento especialmente notable, tanto a nivel provincial como en su capital. La tasa de crecimiento del 66,1% a nivel provincial y del 23,7% en la capital son superiores al promedio regional.

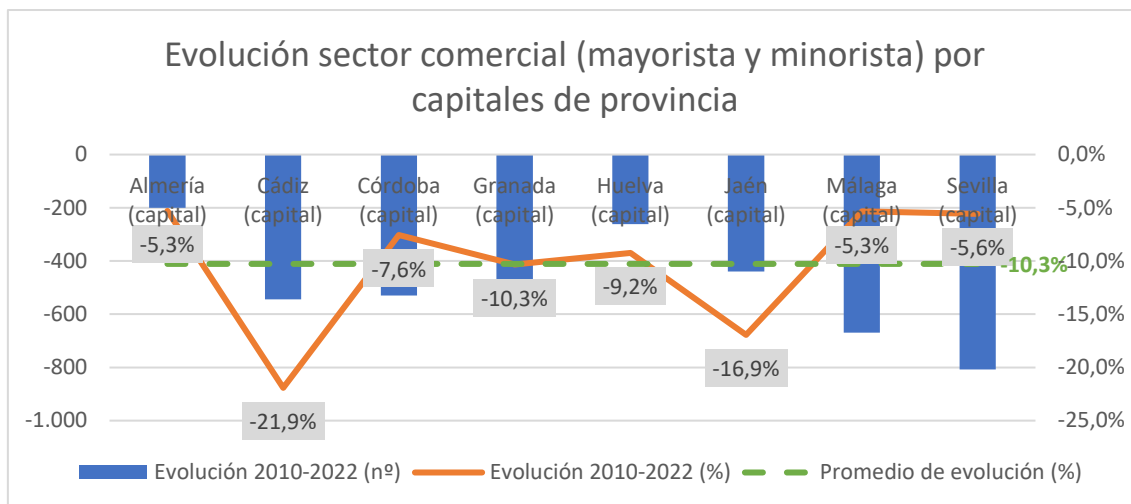
Comportamiento Divergente de Cádiz: Cádiz capital es la única excepción, registrando una disminución del 9% en el número de establecimientos.

Almería Capital: el crecimiento de Almería capital, aunque inferior al de la provincia, es notable. Su tasa de crecimiento del 23,7% supera a todas las capitales andaluzas, lo que indica el elevado dinamismo que ha tenido la ciudad en los últimos años.

SECTOR COMERCIAL:

La tabla y gráfico siguientes se ofrece un panorama detallado de la evolución del sector comercial (incluyendo el sector mayorista y el minorista).

Territorio	Andalucía	Almería	Almería (capital)	Cádiz (capital)	Córdoba (capital)	Granada (capital)	Huelva (capital)	Jaén (capital)	Málaga (capital)	Sevilla (capital)
Establecimientos 2022	163.383	14.126	3.578	1.938	6.474	5.233	2.566	2.157	11.886	13.674
Evolución 2010-2022 (nº)	-699	580	-200	-544	-530	-603	-261	-440	-669	-808
Evolución 2010-2022 (%)	-0,4%	4,3%	-5,3%	-21,9%	-7,6%	-10,3%	-9,2%	-16,9%	-5,3%	-5,6%



Fuente: elaboración propia a partir de la explotación de datos del Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía

Conforme a los resultados, se puede observar:

Declive Generalizado: al contrario que con la actividad en general, a nivel general, el sector comercial en Andalucía ha experimentado un ligero descenso en el número de establecimientos durante el período analizado.

Provincia de Almería: en contraste con la tendencia general, la provincia de Almería presenta un crecimiento del 4,3% en el número de establecimientos comerciales. Este resultado es notable y contrasta con el descenso experimentado en la mayoría de las capitales andaluzas. Un resultado que, como veremos más tarde, se debe al crecimiento del sector mayorista y de intermediarios del comercio alentado por el desarrollo agroalimentario de la provincia.

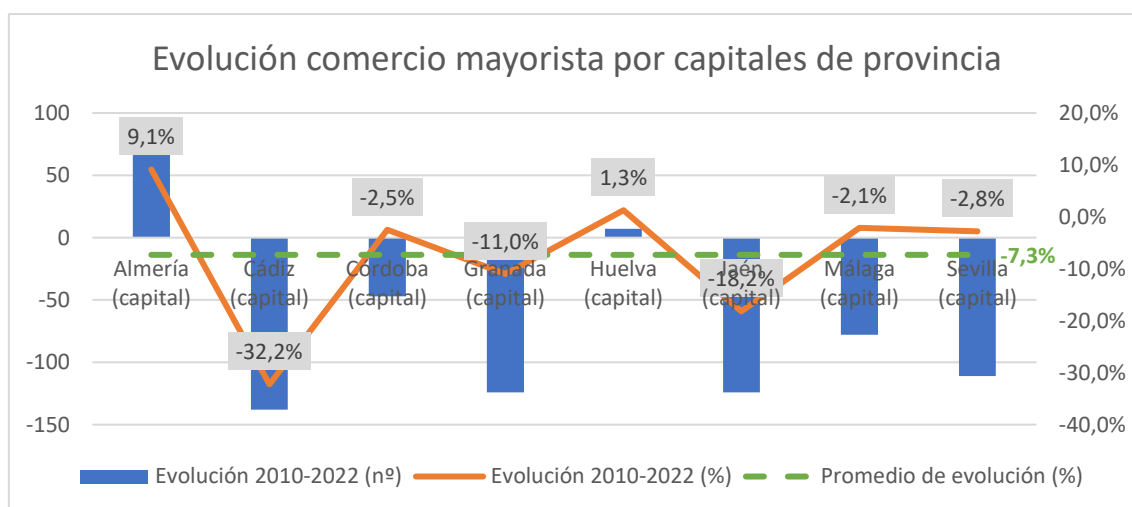
Almería Capital: si bien la provincia de Almería muestra un crecimiento positivo, Almería capital presenta una disminución del 5,3% en el número de establecimientos comerciales. Aunque cualquier dato negativo tiende a ser preocupante, también es verdad que es inferior a la caída generalizada del resto de capitales de provincia, que se sitúa en el -10,3% en este periodo.

Pérdida generalizada en todas las Capitales de Provincia: todas las capitales de provincia presentan importantes pérdidas en el sector comercial, aunque hay cierta variabilidad en las pérdidas. Mientras que Almería, Sevilla y Málaga experimentan una disminución bastante inferior a la media, otras capitales como Cádiz especialmente y Jaén muestran un descenso mucho más pronunciado.

COMERCIO MAYORISTA E INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO:

La tabla y gráfico siguientes se ofrece un panorama detallado de la evolución del comercio mayorista e intermediarios del comercio en el ámbito 2010-2022.

Territorio	Andalucía	Almería	Almería (capital)	Cádiz (capital)	Córdoba (capital)	Granada (capital)	Huelva (capital)	Jaén (capital)	Málaga (capital)	Sevilla (capital)
Establecimientos 2022	38.503	3.666	801	290	1.830	1.002	551	558	3.575	3.867
Evolución 2010-2022 (nº)	2.720	601	67	-138	-47	-124	7	-124	-78	-111
Evolución 2010-2022 (%)	7,6%	19,6%	9,1%	-32,2%	-2,5%	-11,0%	1,3%	-18,2%	-2,1%	-2,8%



Fuente: elaboración propia a partir de la explotación de datos del Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía

Conforme a los resultados, se puede observar:

Crecimiento Generalizado a nivel regional: el sector del comercio mayorista e intermediarios del comercio en Andalucía ha experimentado un crecimiento del 7,6% en el número de establecimientos durante el período analizado. Esto sugiere una expansión de las actividades de distribución y logística en la región.

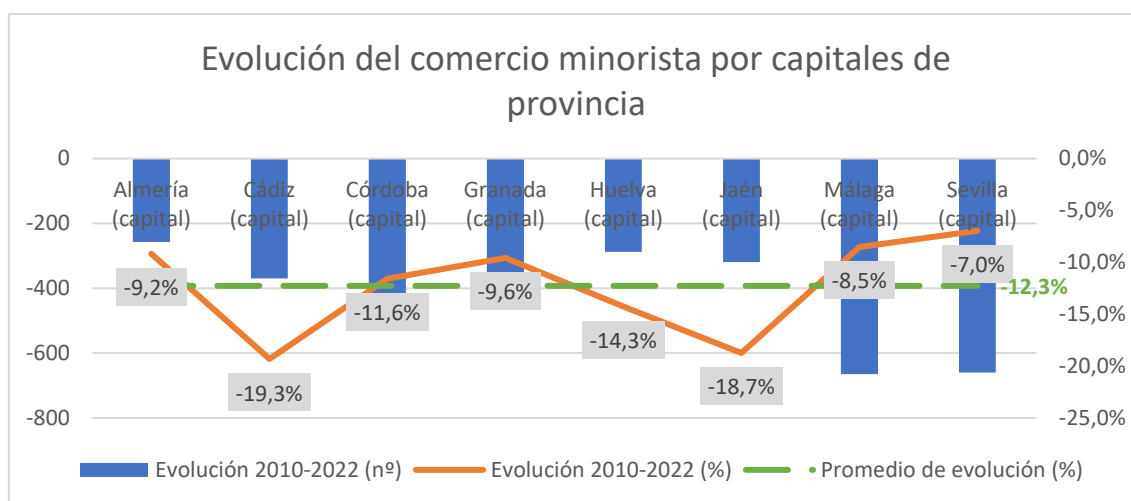
Desempeño Destacado de la provincia de Almería: tanto la provincia de Almería como su capital muestran un crecimiento por encima de la media regional y muy especialmente de la media de las capitales de provincia, que es negativa (-7,3%). La provincia ha aumentado un 19,6% impulsada por su economía agroalimentaria principalmente, y Almería capital, con un incremento del 9,1%, también destaca en este sentido.

Descensos en las Capitales de Provincia: a pesar del crecimiento general en Andalucía, se observan una gran pérdida de actividad comercial mayorista en la mayoría de las capitales de provincia a excepción de Almería y Huelva. Mientras que Almería (+9,1%) y Huelva (+1,3%) muestran un crecimiento positivo, otras como Cádiz y Jaén experimentan descensos significativos, con un -32,2% y -18,2% respectivamente.

COMERCIO MINORISTA:

Respecto al comercio minorista, principal sector que nos ocupa, se ha realizado un análisis más detallado para conocer mejor el estado de situación.

Territorio	Andalucía	Almería	Almería (capital)	Cádiz (capital)	Córdoba (capital)	Granada (capital)	Huelva (capital)	Jaén (capital)	Málaga (capital)	Sevilla (capital)
Establecimientos 2022	107.887	8.915	2.542	1.546	4.044	3.892	1.729	1.384	7.149	8.825
Evolución 2010-2022 (nº)	-5.771	-330	-257	-370	-529	-412	-288	-319	-665	-660
Evolución 2010-2022 (%)	-5,1%	-3,6%	-9,2%	-19,3%	-11,6%	-9,6%	-14,3%	-18,7%	-8,5%	-7,0%



Fuente: elaboración propia a partir de la explotación de datos del Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía

Conforme a los resultados, se puede observar:

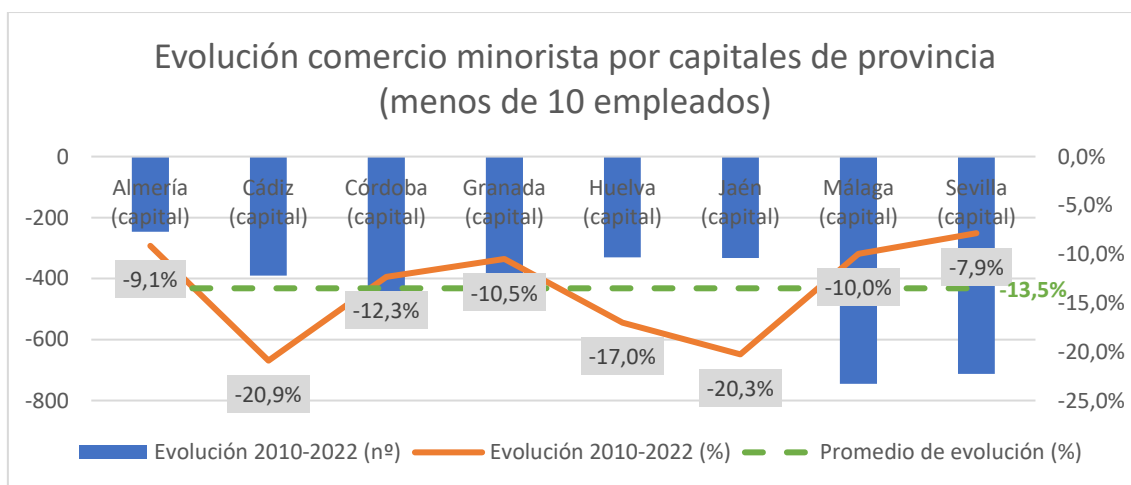
Declive Generalizado: a nivel general, el sector del comercio minorista en Andalucía ha experimentado un descenso del 5,1% en el número de establecimientos durante el período analizado.

Provincia de Almería: la provincia de Almería presenta un descenso del 3,6% en el número de establecimientos, lo cual es ligeramente inferior a la media regional.

Almería Capital: en cambio, Almería capital muestra un descenso más pronunciado que la media regional y provincial, con una reducción del 9,2% en el número de establecimientos. A pesar de ello, es un descenso algo inferior a la caída media de las capitales andaluzas, que se sitúa en el -12,3%. Es destacable el descenso comercial de Cádiz Capital, con casi un 20% de caída en el número de establecimientos comerciales minoristas.

Pero también es importante conocer qué tipo de empresas de comercio minorista han sufrido en mayor medida el descenso. En este contexto, el análisis de la evolución del número de establecimientos comerciales minoristas, segmentado por el número de empleados, nos permite profundizar en la estructura del sector y detectar tendencias que podrían pasar desapercibidas en un análisis más general. Esta segmentación nos brinda información valiosa sobre la presencia de grandes superficies comerciales, pequeñas tiendas de barrio y todo el espectro intermedio, en concreto, haciendo un análisis general de los establecimientos con menos de 10 empleados, un grupo que engloba a las pequeñas tiendas y negocios locales que son fundamentales para el tejido económico de nuestras ciudades, se puede obtener una visión más clara de la salud del comercio de proximidad y de cómo se está adaptando a los cambios del mercado.

Evolución comercio minorista por capitales de provincia (menos de 10 empleados)										
Territorio	Andalucía	Almería	Almería (capital)	Cádiz (capital)	Córdoba (capital)	Granada (capital)	Huelva (capital)	Jaén (capital)	Málaga (capital)	Sevilla (capital)
Nº Establecimientos 2010	110.294	8.996	2.691	1.865	4.360	4.178	1.937	1.643	7.483	9.081
Nº Establecimientos 2022	103.519	8.604	2.445	1.475	3.823	3.739	1.607	1.310	6.738	8.368
Evolución 2010-2022 (nº)	-6.775	-392	-246	-390	-537	-439	-330	-333	-745	-713
Evolución 2010-2022 (%)	-6,1%	-4,4%	-9,1%	-20,9%	-12,3%	-10,5%	-17,0%	-20,3%	-10,0%	-7,9%



Fuente: elaboración propia a partir de la explotación de datos del Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía

En este contexto, los resultados son los siguientes:

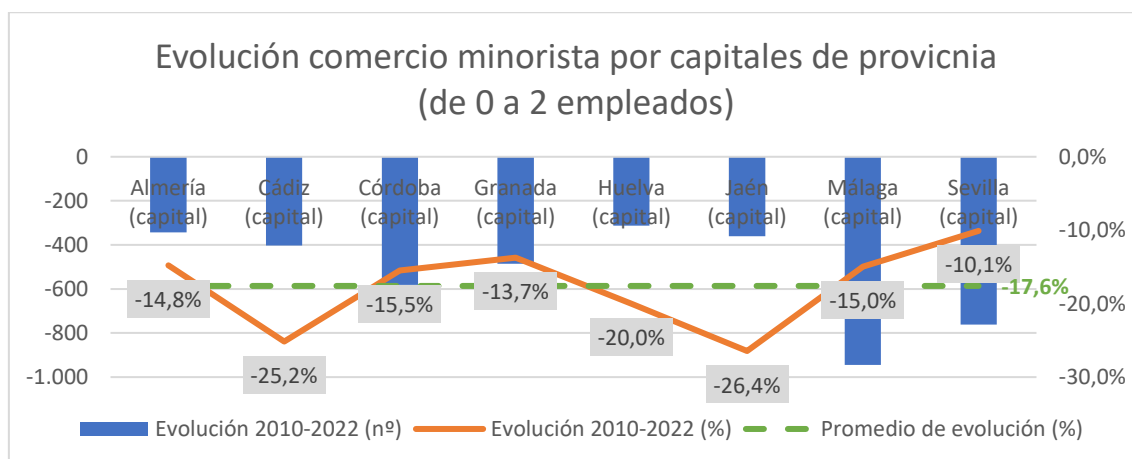
Declive Generalizado: a nivel general en Andalucía, se observa una disminución del 6,1% en el número de establecimientos con menos de 10 empleados entre 2010 y 2022. Esta tendencia a la baja indica una pérdida de competitividad de las pequeñas empresa comerciales minoristas.

Provincia de Almería: la provincia de Almería presenta un descenso del 4,4%, ligeramente inferior a la media regional. Sin embargo, este dato sigue siendo significativo.

Almería Capital: la ciudad muestra un descenso más pronunciado que las medias regional y provincial, con una reducción del 9,1%, aunque no tan elevado como otras capitales de provincia, donde algunas, como Cádiz y Jaén, llegan a superar el 20% de pérdida.

A continuación se comprueba cómo las empresas con menos de 2 empleados (que es el 77,9% del comercio minorista en la ciudad de Almería), son las que más establecimientos han perdido en el ámbito analizado 2010-2022:

Evolución comercio minorista por capitales de provincia (de 0 a 2 empleados)										
Territorio	Andalucía	Almería	Almería (capital)	Cádiz (capital)	Córdoba (capital)	Granada (capital)	Huelva (capital)	Jaén (capital)	Málaga (capital)	Sevilla (capital)
Establecimientos 2022	86.469	7.245	1.979	1.198	3.181	3.055	1.250	1.004	5.362	6.782
Evolución 2010-2022 (nº)	-9.364	-644	-343	-403	-582	-486	-313	-361	-944	-761
Evolución 2010-2022 (%)	-9,8%	-8,2%	-14,8%	-25,2%	-15,5%	-13,7%	-20,0%	-26,4%	-15,0%	-10,1%



Fuente: elaboración propia a partir de la explotación de datos del Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía

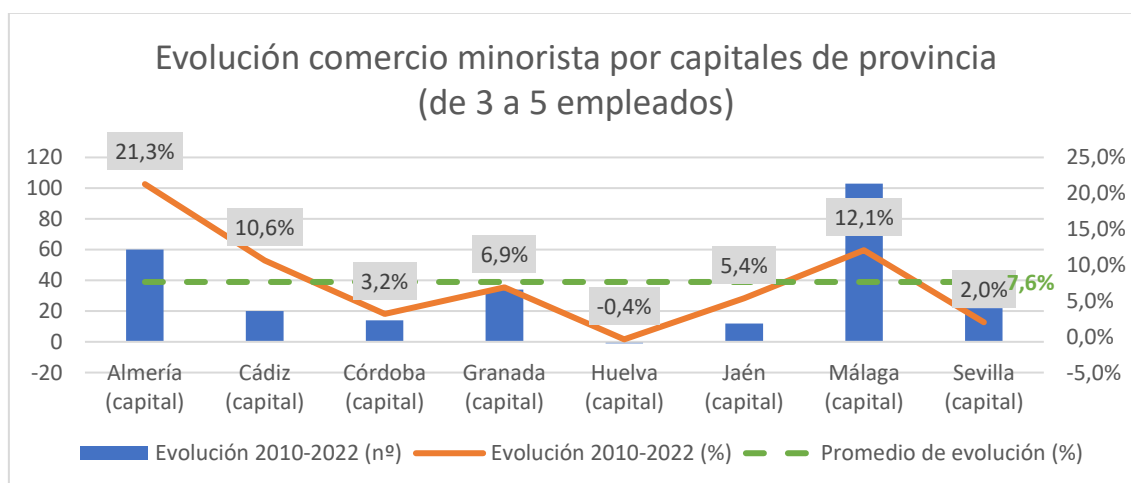
Declive Generalizado: se confirma una tendencia general a la baja en el número de establecimientos minoristas de 0-2 empleados en toda Andalucía mucho más elevado que en el análisis del sector minorista en general (-9,8% frente a -5,1% respectivamente).

Provincia de Almería: la provincia de Almería presenta un descenso del 8,2%, ligeramente inferior a la media regional. Sin embargo, este dato sigue siendo significativo al ser mayor que la media del sector minorista en general.

Almería Capital: por otro lado, Almería capital muestra un descenso mucho más pronunciado, incluso mayor que otras capitales andaluzas, con una reducción del 14,8%. Este dato es preocupante porque indica que el pequeño comercio autónomo ha sido de los más castigados.

En cambio, si bien el segmento de establecimientos minoristas con menos de 3 empleados ha experimentado una importante contracción en los últimos años, el comercio minorista con un tamaño de 3 a 5 empleados ha demostrado una mayor resiliencia, consolidando su presencia en el mercado. Este crecimiento podría estar relacionado con la capacidad de estos establecimientos para adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo y ofrecer un mayor rango de productos y servicios:

Evolución comercio minorista por capitales de provincia (de 3 a 5 empleados)										
Territorio	Andalucía	Almería	Almería (capital)	Cádiz (capital)	Córdoba (capital)	Granada (capital)	Huelva (capital)	Jaén (capital)	Málaga (capital)	Sevilla (capital)
Establecimientos 2022	12.556	1.023	342	208	456	527	270	236	956	1.113
Evolución 2010-2022 (nº)	1.803	202	60	20	14	34	-1	12	103	22
Evolución 2010-2022 (%)	16,8%	24,6%	21,3%	10,6%	3,2%	6,9%	-0,4%	5,4%	12,1%	2,0%



Fuente: elaboración propia a partir de la explotación de datos del Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía

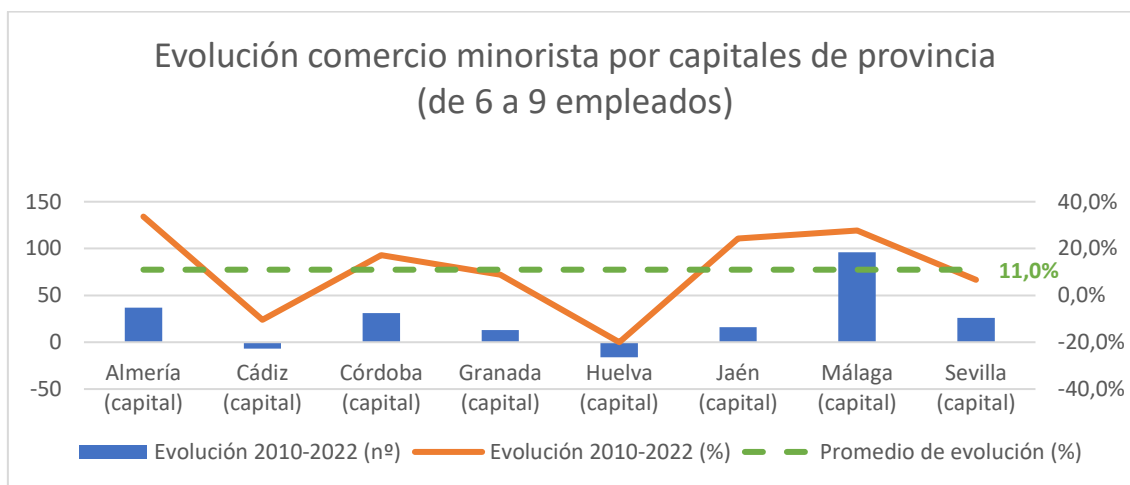
Crecimiento Generalizado: a diferencia del segmento de 0-2 empleados, donde observamos un declive general, en este caso vemos un crecimiento del 16,8% en el número de establecimientos a nivel de Andalucía. Esto sugiere que este tamaño de empresa ha sido más resiliente a los cambios del mercado.

Desempeño Destacado de Almería: tanto la provincia de Almería como su capital muestran un crecimiento por encima de la media regional. La provincia de Almería, con un aumento del 24,6%, y Almería capital, con un incremento del 21,3%, destacan en este sentido.

Variabilidad entre Capitales de Provincia: a pesar del crecimiento general, se observa una variabilidad en el desempeño de las capitales de provincia. Mientras que Almería y algunas otras ciudades muestran un crecimiento significativo, otras como Huelva, Sevilla, Córdoba, Jaén y Granada experimentan un crecimiento más moderado o incluso un ligero descenso.

El crecimiento se encuentra todavía más consolidado en la evaluación de los establecimientos con entre 6 y 9 empleados. Este tamaño de empresa representa un escalón intermedio entre las pequeñas y medianas empresas, y su evolución nos ofrece pistas sobre la dinámica competitiva del sector y la capacidad de las empresas para crecer de manera sostenida:

Evolución comercio minorista por capitales de provincia (de 6 a 9 empleados)										
Territorio	Andalucía	Almería	Almería (capital)	Cádiz (capital)	Córdoba (capital)	Granada (capital)	Huelva (capital)	Jaén (capital)	Málaga (capital)	Sevilla (capital)
Establecimientos 2022	4.494	336	124	69	186	157	87	70	420	473
Evolución 2010-2022 (nº)	786	50	37	-7	31	13	-16	16	96	26
Evolución 2010-2022 (%)	21,2%	16,0%	33,6%	-10,4%	17,1%	8,8%	-20,0%	24,2%	27,7%	6,6%



Fuente: elaboración propia a partir de la explotación de datos del Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía

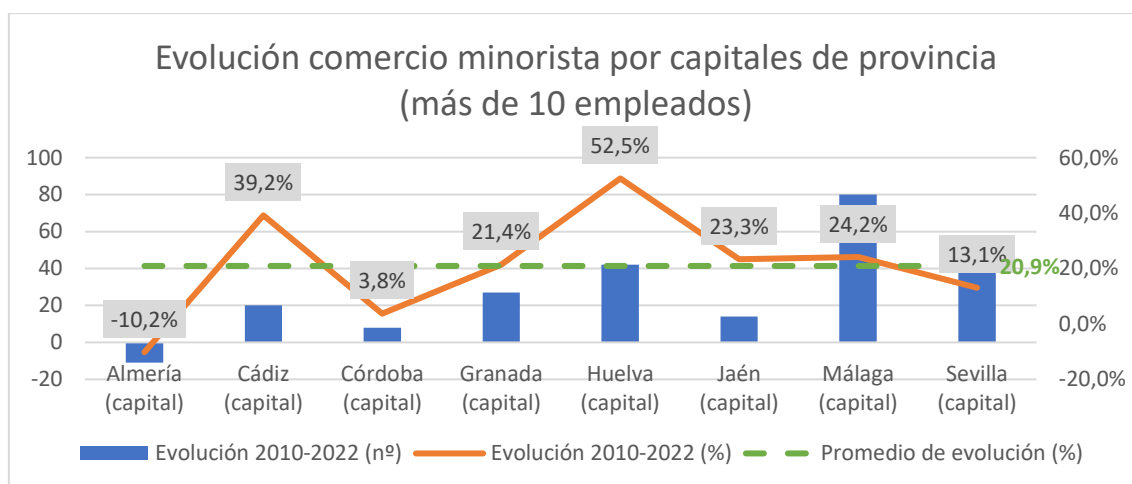
Crecimiento Generalizado: a nivel general, el sector de los establecimientos minoristas con 6-9 empleados ha experimentado un crecimiento del 21,2% en Andalucía, lo que indica una expansión de este segmento de tamaño.

Desempeño Destacado de Almería Capital: Almería capital muestra un crecimiento superior a la media regional, con un aumento del 33,6%. Este dato sugiere que la ciudad ha sido un entorno propicio para el desarrollo de este tipo de establecimientos.

Variabilidad entre Capitales de Provincia: a pesar del crecimiento general, se observa una variabilidad significativa entre las capitales de provincia. Mientras que Almería capital y algunas otras ciudades muestran un crecimiento destacado (Córdoba, Jaén y Málaga), otras como Cádiz y Huelva experimentan un descenso o un crecimiento más moderado.

Por otro lado, analizando las empresas con más de 10 empleados, el grupo que engloba a las medianas y grandes empresas del sector, que suelen tener una mayor capacidad de inversión y adaptación a los cambios del mercado, se observa un crecimiento generalizado casi a nivel general, a excepción de la capital almeriense:

Evolución comercio minorista por capitales de provincia (más de 10 empleados)										
Territorio	Andalucía	Almería	Almería (capital)	Cádiz (capital)	Córdoba (capital)	Granada (capital)	Huelva (capital)	Jaén (capital)	Málaga (capital)	Sevilla (capital)
Nº Establecimientos 2010	3.364	249	108	51	213	126	80	60	331	404
Nº Establecimientos 2022	4.368	311	97	71	221	153	122	74	411	457
Evolución 2010-2022 (nº)	1.004	62	-11	20	8	27	42	14	80	53
Evolución 2010-2022 (%)	29,8%	24,9%	-10,2%	39,2%	3,8%	21,4%	52,5%	23,3%	24,2%	13,1%



Fuente: elaboración propia a partir de la explotación de datos del Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía

Crecimiento Generalizado: a nivel general en Andalucía, se observa un crecimiento del 29,8% en el número de establecimientos con más de 10 empleados entre 2010 y 2022. Esta tendencia al alza sugiere una consolidación del sector y una mayor concentración en empresas de mayor tamaño.

Provincia de Almería: la provincia de Almería presenta un crecimiento del 24,9%, ligeramente inferior a la media regional. Sin embargo, este dato sigue siendo significativo y refleja una expansión del comercio minorista de mayor tamaño en la provincia.

Almería Capital: Almería capital es la única capital de provincia que ha reducido el número de establecimientos comerciales minoristas de gran tamaño, con una disminución del 10,2% en el número de establecimientos con más de 10 empleados. Parte de esta situación concreta puede deberse a que muchas grandes cadenas de moda están reorientando sus estrategias hacia el comercio electrónico y la venta a través de tiendas más pequeñas y especializadas, cerrando las grandes tiendas en el centro urbano y una mayor concentración en otros formatos comerciales.

2.2. Estructura económica del Paseo de Almería y su entorno inmediato

Se ha realizado un muestreo de un censo de establecimientos para conocer la estructura comercial y de servicios existentes en el Paseo de Almería y calles aledañas para que, tras las obras, se pueda disponer de información fehaciente del grado de afectación directa que ha provocado el proyecto de adecuación y mejora del Paseo de Almería.

En cualquier caso, aunque el paseo de Almería va a ser la calle más afectada por la obra en sí misma, tanto por las restricciones de accesos (cortes de calles, dificultad de estacionamiento, desvíos y rutas alternativas) y el impacto en la imagen y el entorno (ruido y polvo, aspecto visual más deteriorado, reducción de la visibilidad); este eje viario se encuentra en el epicentro del área de comercio denso de la ciudad de Almería y conforma junto a calles Reyes Católicos, calle Rambla Obispo Orberá, plaza de San Pedro y las calles que confluyen en el Paseo de Almería un entorno comercial que se va a ver afectado conjuntamente al generar una serie de inconvenientes y desafíos para los negocios ubicados en este entorno comercial por varios motivos:

- **Efecto disuasorio:** las obras del Paseo pueden generar una percepción de caos, dificultad de acceso y ambiente poco agradable que disuade a los clientes de visitar la zona comercial en su conjunto, incluyendo las calles aledañas y otro eje comercial de especial incidencia como es la calle Rambla Obispo Orberá.
- **Desvío de rutas:** los cortes de calle y desvíos pueden alterar las rutas habituales de los clientes, que pueden optar por no adentrarse en la zona afectada y buscar alternativas en otras áreas comerciales.
- **Reducción de la afluencia general:** si una calle principal de una zona comercial como el Paseo de Almería se ve afectada por obras, puede que la afluencia de público en toda la zona disminuya, perjudicando a todos los comercios, incluso aquellos que no están directamente involucrados en las obras.

En este contexto, es preciso incidir en qué si bien el Paseo de Almería va a ser la más directamente afectada, también lo va a sufrir el resto de la concentración comercial de su entorno, por lo que es conveniente ampliar el alcance de ciertas actuaciones (como bonos consumo, publicidad, comunicación, etc.) a las calles y ejes comerciales aledaños, muchas de las cuales están dentro de la delimitación del Centro Comercial Abierto “CCA Almería Centro”, reconocido oficialmente como Centro Comercial Abierto por la Junta de Andalucía desde diciembre de 2010.

A continuación se exponen las calles que según los análisis, en un primer momento van a englobar la Zona de Afección por las obras del Paseo de Almería. Tras el inicio de las obras se realizará otro análisis para identificar con mayor concreción aquellas calles que van a estar afectadas y se realizará un informe técnico complementario:

CALLES AFECTADAS. 1ª PROPUESTA
PASEO DE ALMERIA
AGUILAR DE CAMPOO
CIRCUNVALACION ULPINIANO DIAZ
CONCEPCION ARENAL
GENERAL SEGURA
GENERAL TAMAYO

LACHAMBRE
MENDEZ NUÑEZ
NAVARRO RODRIGO
PLAZA DE EMILIO PEREZ
PLAZA JUAN CASSINELLO
PLAZA PUERTA DE PURCHENA
PLAZA SAN PEDRO
POETA VILLAESPESA
RAMBLA OBISPO ORBERÁ
REYES CATÓLICOS
RICARDOS
RUEDA LOPEZ
TENOR IRIBARNE



ZONA AFECTADA

Tras la revisión tras el inicio de las obras y su evolución, se ha considerado conveniente ampliar el alcance de ciertas actuaciones (como bonos consumo, publicidad, comunicación...), a las mismas. A este respecto, es consecuente que las actuaciones de minimización del impacto de las obras alcancen a las siguientes calles y plazas comerciales de su entorno más inmediato, así como no solo a las actividades comerciales, sino a las de servicios, como es la hostelería y la restauración, siendo finalmente las calles que se ven afectadas las siguientes:

CALLES AFECTADAS. PROPUESTA FINAL	
PASEO DE ALMERIA	PLAZA URRUTIA
AGUILAR DE CAMPOO	POETA VILLAESPESA
JUAN LEAL	RAMBLA OBISPO ORBERÁ
MENDEZ NUÑEZ	REYES CATÓLICOS
CASTELAR	RICARDOS
CIRCUNVALACION ULPINIANO DIAZ	RUEDA LOPEZ
CONCEPCION ARENAL	SAN FRANCISCO DE ASÍS
CONDE OFALIA	TENOR IRIBARNE
DOCTOR GÓMEZ ULLA	
FRUCTUOSO PÉREZ	
GENERAL SEGURA	
GENERAL TAMAYO	
LACHAMBRE	
NAVARRO RODRIGO	
PADRE ALFONSO TORRES	
PLAZA DE EMILIO PEREZ	
PLAZA JUAN CASSINELLO	
PLAZA MARQUÉS DE HEREDIA	
PLAZA PUERTA DE PURCHENA	
PLAZA SAN PEDRO	



ALMERÍA
CIUDAD

ZONA DE AFECCIÓN DE LAS OBRAS DEL PASEO DE ALMERÍA



Por otro lado, se llevó a cabo un inventario geolocalizado de las actividades comerciales y de servicios existentes en el Paseo de Almería y las calles colindantes hasta su primera intersección, que se entiende que serán los espacios más afectados por su dificultad de acceso. El inventario nos permitirá disponer de mapas y tablas de estructura sectorizada. A continuación se exponen los principales resultados obtenidos:

ACTIVIDAD POR GRANDES TIPOLOGÍAS:

Conforme se observa en la siguiente tabla, la zona objeto de análisis presenta una mayor actividad en servicios (si unimos hostelería con el resto de servicios, 6 de cada 10 actividades son servicios), mientras que el comercio no llega al 27%. A su vez, se han identificado 51 establecimientos inactivos.

Total Inventario	Nº	%
Comercio	125	26,8%
Hostelería	35	7,5%
Servicios	255	54,7%
Inactivos	51	10,9%
Total general	466	100,0%

Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos

Esta situación se intensifica si nos centramos exclusivamente en el Paseo de Almería, que supone el 64,8% del total de las actividades del ámbito de análisis, puesto que los servicios en este caso suponen casi el 70% del total (hostelería + resto de servicios) y el comercio en sentido estricto baja hasta el 22,5%, mientras que se han identificado hasta 23 locales inactivos en el Paseo.

Paseo Almería	Nº	%
Comercio	68	22,5%
Hostelería	10	3,3%
Servicios	201	66,6%
Inactivos	23	7,6%
Total general	302	64,8%

Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos

ACTIVIDAD SEGÚN LOCALIZACIÓN EN BAJO O ALTURA:

Aunque lo habitual es quedarse con los establecimientos a pie de calle por su mayor visibilidad, existe un gran número de actividades que se localizan en altura, por lo que en el inventario se ha tenido en cuenta esta diferenciación.

En este contexto, se puede observar cómo en el ámbito de análisis existe un alto número de actividades en altura, concretamente el 47,4%.

Total Inventario	Nº	%
Bajo	245	52,6%
Altura	221	47,4%
Total general	466	100,0%

Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos

En cambio, en el Paseo de Almería este dato es todavía mayor, encontrándose casi el 60% del total de actividades en altura, por tanto, hay que tener una especial atención en este caso.

Paseo Almería	Nº	%
Bajo	121	40,1%
Altura	181	59,9%
Total general	302	64,8%

Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos

COMERCIO INDEPENDIENTE:

También se ha considerado de interés analizar el peso del comercio independiente no vinculado a franquicias y cadenas sucursalistas (Grupo). En este caso, se observa como el 66,4% del total comercial es independiente frente al 33,6% de grupo.

Total Inventario	Nº	%
GRUPO	42	33,6%
INDEPENDIENTE	83	66,4%
Total general	125	26,8%

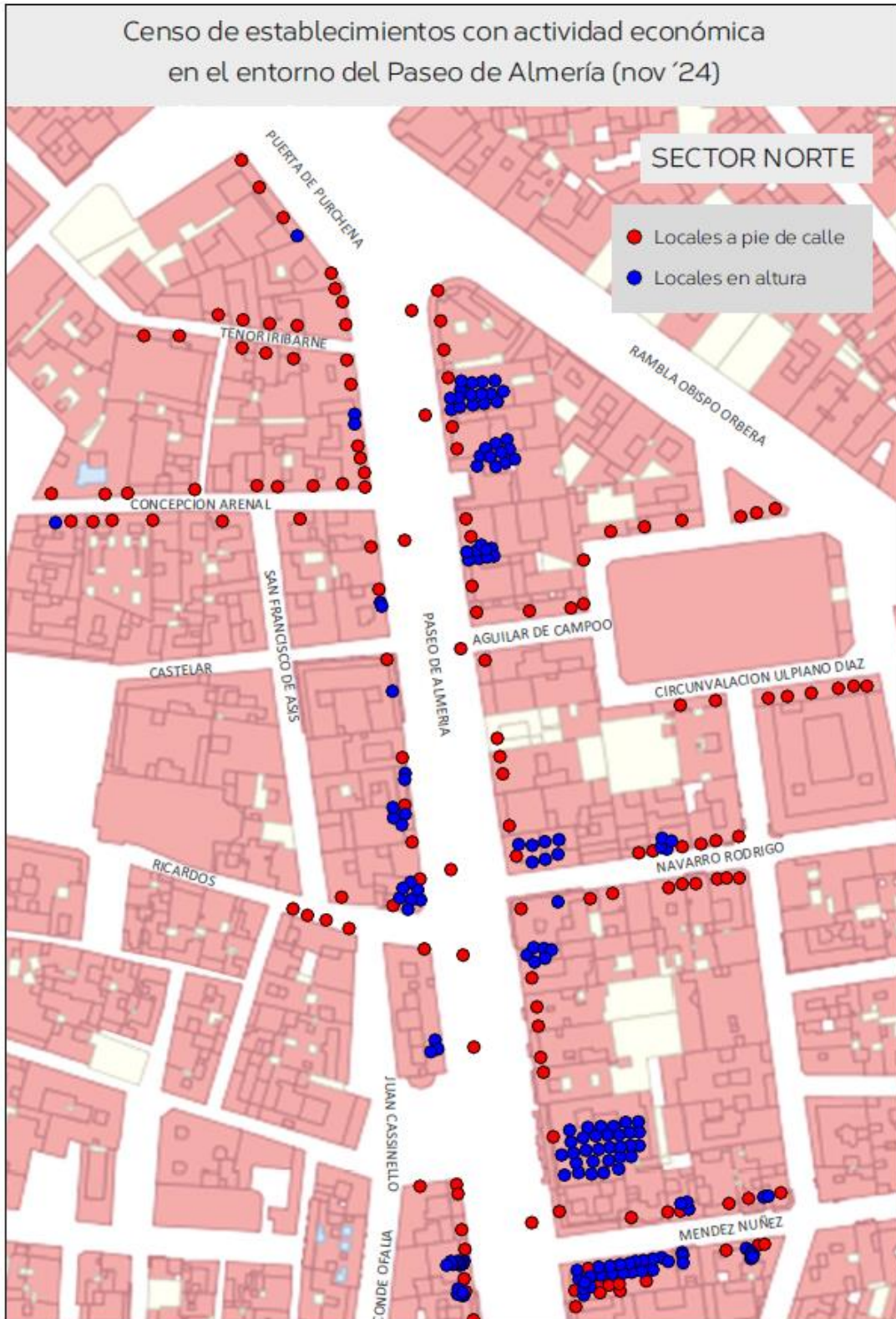
Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos

En cambio, en el Paseo de Almería los comercios de grupo presentan un peso mucho mayor, al ser una zona de tránsito muy importante en la ciudad. En este caso, los comercios de grupo suponen el 42,6% del total (de hecho, el Paseo de Almería concentra 7 de cada 10 comercios de las franquicias y cadenas sucursalistas identificadas).

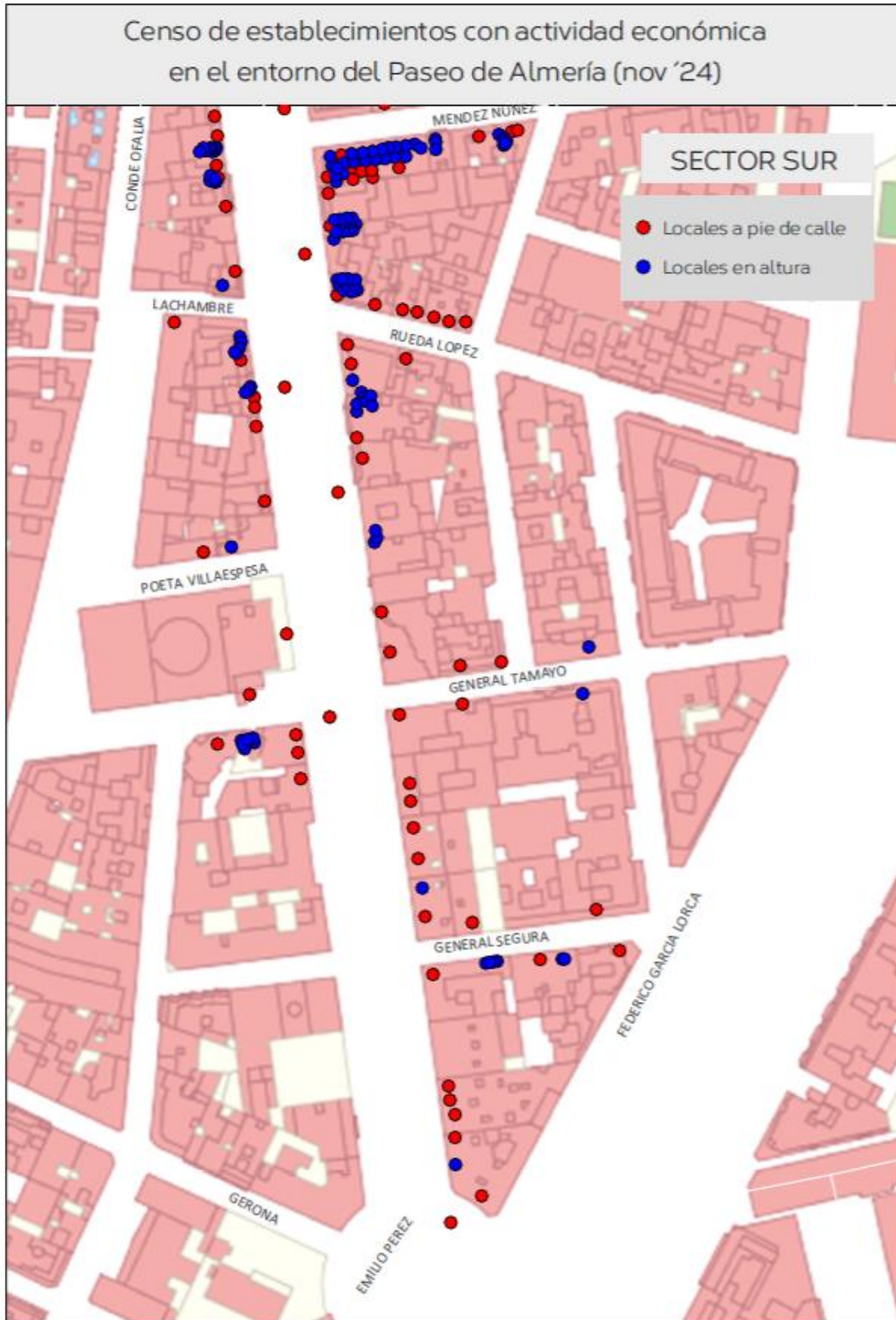
Paseo Almería	Nº	%
GRUPO	29	42,6%
INDEPENDIENTE	39	57,4%
Total general	68	54,4%

Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos

Para hacer más gráfico los resultados, se expone a continuación la plasmación de dichos resultados en cartografía digital de Almería:



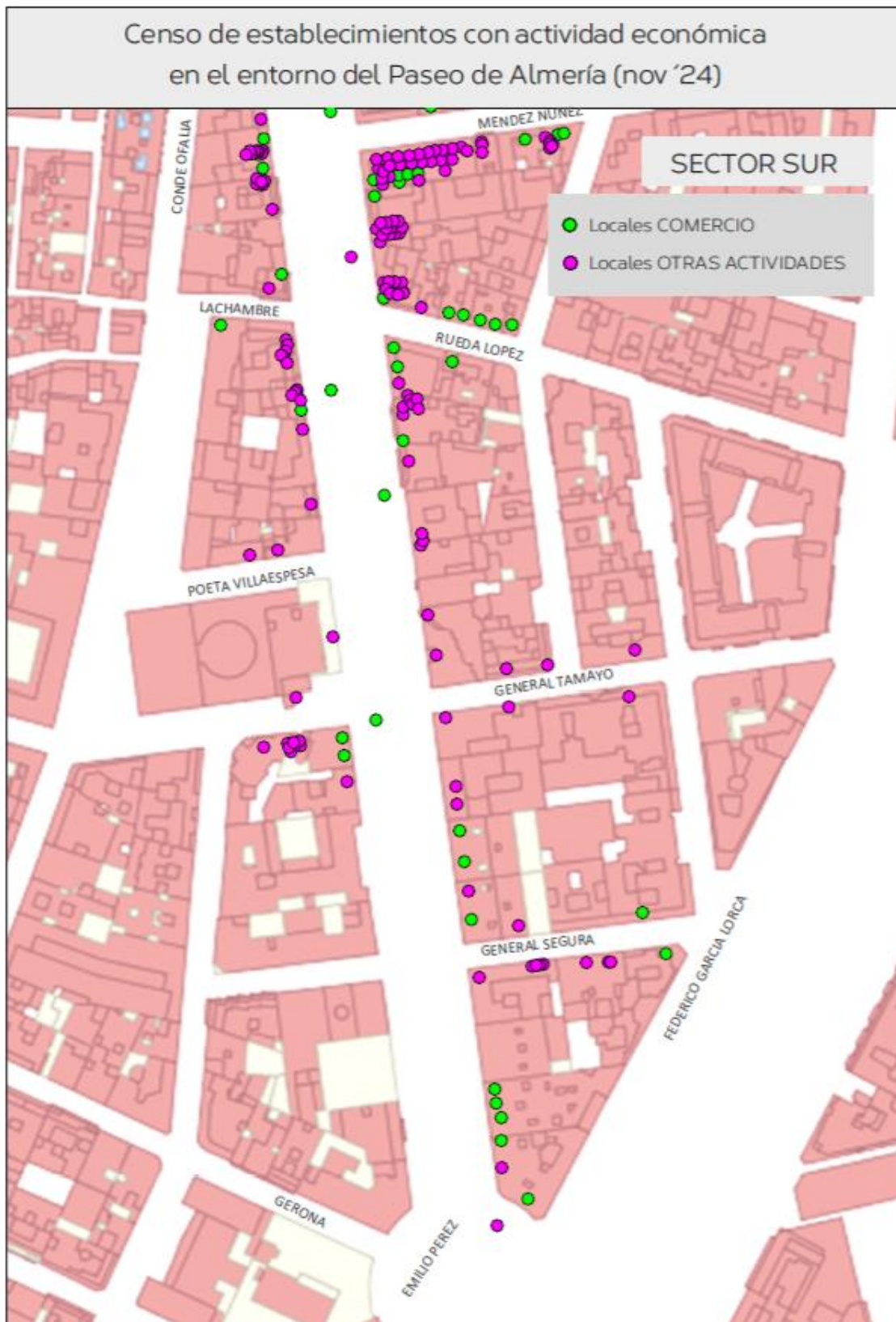
Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos



Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos



Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos



Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos



Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos



Fuente: elaboración propia a partir del inventario de establecimientos

3. ACTUACIONES DE MINIMIZACIÓN DE IMPACTOS REALIZADAS EN OTROS MUNICIPIOS

A continuación se presenta un resumen de las principales actuaciones implementadas por diversos ayuntamientos españoles para mitigar el impacto de obras de larga duración en los negocios locales:

Categoría de Actuación	Actuaciones Principales	Municipios donde se ha implementado
Apoyo Económico Directo	Subvenciones, bonificaciones fiscales, ayudas a la contratación	Castellón, Ceuta, Huelva, Málaga, Sevilla, Valencia, Comunidad de Madrid, Alaior, Rota, Gijón
Promoción Comercial	Campañas publicitarias, eventos, creación de plataformas online, cartelería y señalética provisional, promoción específica para negocios afectados, alumbrado navideño, mapa comercial	Alhaurín de la Torre, Barcelona, Huelva, Málaga, Sevilla
Coordinación y Comunicación	Creación de mesas de trabajo, difusión de información actualizada, puntos de atención al ciudadano, cronograma de obras pactado, comisión mixta de seguimiento	Castellón, Huelva, Sevilla
Mejora de Infraestructura	Señalización adecuada, iluminación, accesibilidad, aparcamiento, tickets de parking, incorporación de carriles	Málaga, Sevilla
Obras con Menor Impacto	Optimización de horarios, reducción de plazos, medidas de ejecución de obra con horarios específicos	Úbeda, Sevilla

Fuente: Elaboración propia

3.1. Análisis de Resultados

El análisis de las prácticas implementadas por diversos ayuntamientos españoles para mitigar el impacto de obras en negocios locales revela una variedad de estrategias, con un enfoque particular en **ayudas económicas directas** y **acciones de promoción comercial**.

- **Ayudas Económicas Directas:** esta estrategia ha sido ampliamente adoptada por municipios como **Castellón, Ceuta, Málaga, Sevilla, Valencia, Comunidad de Madrid, Alaior y Rota**. Las ayudas varían en cuanto a su cuantía y los destinatarios, pero en general buscan compensar las pérdidas económicas sufridas por los negocios durante las obras.
- **Promoción Comercial:** ciudades como **Alhaurín de la Torre, Málaga, Barcelona y Huelva** han implementado diversas acciones de promoción para mantener la visibilidad de los negocios afectados por las obras. Estas acciones incluyen campañas publicitarias, creación de mapas comerciales y eventos especiales.
- **Coordinación y Comunicación:** la importancia de una buena coordinación entre las administraciones públicas y los comerciantes se ha puesto de manifiesto en ciudades como **Castellón, Huelva y Sevilla**. La creación de comisiones mixtas, la designación de técnicos de atención a incidencias y la información constante a los comerciantes son algunas de las medidas adoptadas.
- **Mejora de la Infraestructura:** ciudades como **Sevilla** han invertido en mejoras de infraestructura, como la señalización y el aparcamiento, para facilitar el acceso a los negocios y minimizar las molestias causadas por las obras.
- **Obras con Menor Impacto:** aunque menos frecuente, algunas ciudades como **Sevilla y Úbeda** han implementado medidas para reducir el impacto visual de las obras y optimizar los horarios de ejecución.

Como se puede observar, se pueden extraer las siguientes conclusiones preliminares:

- **Diversidad de estrategias:** existe una gran diversidad de estrategias implementadas por los diferentes municipios, lo que demuestra la complejidad de la problemática y la necesidad de adaptar las soluciones a cada contexto.
- **Importancia de las ayudas económicas:** las ayudas directas a los negocios son una herramienta fundamental para compensar las pérdidas económicas derivadas de las obras.
- **La comunicación es clave:** una buena comunicación entre el Ayuntamiento y los comerciantes es esencial para gestionar de manera eficaz las obras y minimizar las molestias.
- **La promoción comercial es fundamental:** las acciones de promoción son necesarias para mantener la visibilidad de los negocios y atraer a los clientes.

Con el objetivo de identificar las mejores prácticas y extraer conclusiones relevantes, se presenta a continuación un análisis pormenorizado de cada una de las actuaciones implementadas. La información detallada sobre presupuesto y número de beneficiarios permitirá evaluar la eficacia y el alcance de cada iniciativa:

Tipología	Actuación	Ciudad/Comunidad	Presupuesto	Nº comercios afectados	Beneficiario	Año
Accesibilidad	Tickets de parking (28.000 tickets)	Málaga			Clientes	2022
	Incorporar carriles vehículos, carriles TP, traslación carril bici	Sevilla			Clientes	2024
	280 plazas de aparcamiento provisionales	Sevilla			Clientes	2024
Ayudas al sector	Ayudas directas	Castellón	3.000 €/establecimiento (Total 2.000.000 €)	667	Comercios minoristas hasta 10 empleados	2024
	Ayudas directas	Ceuta	500 €/mes x comercio= 6.000 €		Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2024
	Eliminación tasa basura, prórrogas y Reducción IAE (-25%)	Huelva		800	Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2010
	Ayudas directas	Málaga	500 €/establecimiento (Total 50.000 €)	100	Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2022
	Ayudas directas	Sevilla	300000-500.000 €		Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2024
	Reducción fiscal	Sevilla			Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2024
	Ayudas directas	Valencia	74.000,00 €	210	Locales de negocios a pie de calle	2024

Tipología	Actuación	Ciudad/Comunidad	Presupuesto	Nº comercios afectados	Beneficiario	Año
Ayudas al sector	Ayudas directas	Comunidad de Madrid	Máximo 50.000 €/empresa (presupuesto 500.000 €)		Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2024
	Ayudas directas	Alaior	70.000 € (máx. 1.000/establecimiento)	70	Comercios	2024
	Ayudas directas	Rota	900-1.400 €/comercio (Presupuesto inicial: 100.000 €; concedido 37.000 €)	32	Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2024
Coordinación	Cronograma de obras pactado	Castellón			Comercios minoristas hasta 10 empleados	2024
	Creación de una Comisión Mixta de Seguimiento semanal	Huelva		800	Vecinos y comerciantes	2010
	Designación de un técnico de atención de incidencias	Huelva		800	Vecinos y comerciantes	2010
	Participación de los representantes de los comerciantes en el debate de las ordenanzas municipales que les puedan afectar en el futuro	Huelva		800	Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2010
	Refuerzo servicios de limpieza, aumento iluminación provisional y seguridad (aumento vigilancia)	Sevilla			Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2024
	Información constante de plazos (3 meses de antelación para previsión compras)	Sevilla			Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2024
	Mesa de Coordinación General y Sectoriales (Áreas internas ayto.).	Sevilla			Ayuntamiento	2024


Tipología	Actuación	Ciudad/Comunidad	Presupuesto	Nº comercios afectados	Beneficiario	Año
Coordinación	Oficina de Información a vecinos y comerciantes	Sevilla			Vecinos y comerciantes	2024
Obra	Disminución Impacto Visual	Alhaurín de la Torre			Vecinos y comerciantes	2018
	Revisión diaria de los accesos a los establecimientos comerciales	Huelva		800	Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2010
	Reducción de plazos	Sevilla			Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2024
	Medidas de ejecución de obra: horarios (cuando el comercio está cerrado), acceso, plazos, información y seguridad.	Úbeda				2020
	Compensación a comercios por incumplimiento de plazos por la constructora	Gijón			Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2024
Promoción y/o Animación Comercial	Cartelería y señalética provisional	Alhaurín de la Torre			Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2018
	Promoción específica para los negocios afectados (radio y RRSS)	Alhaurín de la Torre			Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2018
	Alumbrado Navideño	Barcelona	260.000,00 €		Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2013
	Mapa comercial 65 calles	Huelva		800	Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2010


Tipología	Actuación	Ciudad/Comunidad	Presupuesto	Nº comercios afectados	Beneficiario	Año
Promoción y/o Animación Comercial	Paralización de las obras durante las campañas de Navidad y rebajas	Huelva		800	Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2010
	Campañas promoción "Abierto por obras": directorios comerciales, banderolas, relojes digitales, inserciones publicitarias en medios	Málaga			Locales de negocios, comercios, oficinas y despachos	2022


3.2. Actuaciones por Fichas:

A fin de presentar de manera clara y organizada los diversos proyectos ejecutados, se ha estructurado la información en fichas individuales, agrupadas por tipología. Las tipologías consideradas incluyen accesibilidad, ayudas al sector, coordinación, obra y promoción. Esta clasificación permitirá analizar de forma comparativa las características de cada tipo de intervención, identificando así las oportunidades de intervención.


ACCESIBILIDAD:


Tipología:	ACCESIBILIDAD
Año:	2022
Ciudad/Comunidad	Actuación: Tickets de Parking
 <p>Ayuntamiento de Málaga</p>	<p>Comercios afectados por las obras de Carretería:</p> <p>Se repartieron 28.000 tickets de aparcamiento en los comercios de la calle, de modo que quienes hicieran sus compras en ellos pudieran disfrutar de dos horas de parking gratuito en los aparcamientos municipales (Smassa).</p>
Presupuesto destinado:	No identificado.
Nº de comercios afectados:	Unos 100.


Tipología:	ACCESIBILIDAD
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Plan de Tráfico
 <p>NO8DO AYUNTAMIENTO DE SEVILLA</p>	<p>Comerciantes afectados por las obras de la línea 3 del Metro de Sevilla:</p> <p>Se incorpora un carril más para vehículos en la margen izquierda sentido norte sur (quedarían dos para vehículos y uno para transporte público además del acerado en cada sentido). Asimismo, el carril bici se trasladaría desde Luis de Morales a la calle Benito Mas y Prat.</p>
Presupuesto destinado:	Salen de un fondo de más de 500.000 euros.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.


Tipología:	ACCESIBILIDAD
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Dotación de aparcamientos
 <p>NO8DO AYUNTAMIENTO DE SEVILLA</p>	<p>Comerciantes afectados por las obras de la línea 3 del Metro de Sevilla:</p> <p>Habilitación de unas 280 plazas de aparcamiento provisionales en un solar junto a la calle Agricultores.</p>
Presupuesto destinado:	Salen de un fondo de más de 500.000 euros.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.


AYUDAS DIRECTAS AL SECTOR:


Tipología:	AYUDAS AL SECTOR
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Ayudas Directas
 <p>Ajuntament de Castelló</p>	<p>Compensaciones por las obras de la Zona de Bajas emisiones:</p> <p>Subvenciones directas de hasta 3.000 euros por cada comercio por un total de 2 millones de euros para cubrir los gastos corrientes de la actividad. Las ayudas están estructuradas según la ubicación de los comercios: los situados en calles directamente afectadas por las obras pueden optar a subvenciones de hasta 3.000 euros, mientras que aquellos en calles adyacentes pueden solicitar hasta 1.500 euros. Para facilitar el proceso, el Ayuntamiento ha habilitado múltiples canales de solicitud, incluyendo una vía telemática a través de sede.castello.es y la posibilidad de realizar gestiones presenciales en las tenencias de alcaldía de los diferentes distritos.</p> <p>En el Consejo Municipal del Comercio se estableció el mapa de actuación de los viales con empresas afectadas, añadiendo zonas adyacentes que se pudieran beneficiar de estas ayudas. Es importante indicar que se ha creado polémica porque al principio era para todo tipo de actividades y luego solo son para comercios.</p>
Presupuesto destinado:	2.000.000 €
Nº de comercios afectados:	650-670


Tipología:	AYUDAS AL SECTOR
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Ayudas Directas
	<p>Ayudas para los futuros casos de “obras de larga duración”:</p> <p>Estas ayudas económicas están diseñadas para compensar las pérdidas potenciales que los comerciantes puedan experimentar durante el periodo de obras de la Ciudad en la vía pública con plazo de ejecución superior a 12 meses (reducción de la cifra de ventas, pérdida de clientela y atractivos de la zona, dificultades en el acceso, rodado y/o peatonal, a los establecimientos, etc.).</p> <p>La cuantía máxima alcanzable en concepto de compensación se establece en 500 € mensuales, por un periodo máximo de 12 meses. Por tanto, el importe máximo de subvención se establece en 6.000 €.</p>
Presupuesto destinado:	No identificado.
Nº de comercios afectados:	Abierto.


Tipología:	AYUDAS AL SECTOR
Año:	2010
Ciudad/Comunidad	Actuación: Ayudas Directas
	<p>Ayudas para los futuros casos de “obras de larga duración”:</p> <p>En 2010, el Ayuntamiento de Huelva puso en marcha una iniciativa por la que más de 800 establecimientos afectados por el maratón de obras de la ciudad vieron eliminada la totalidad de su cuota de recogida de basura en locales de negocios, comercios, oficinas y despachos.</p> <p>Se delimitó un mapa de 65 calles comerciales, en los que operarían unas condiciones ventajosas en contraprestación por las pérdidas ocasionadas. Pequeños y medianos comercios ahorraron un mínimo anual de 142 euros e, incluso, cantidades que superaron en muchos casos los 1.000 euros por esta exención fiscal (todo en base a una cuota fija de 75,71 euros de recogida en la ordenanza y un cuadrante adicional de tarifas en función del volumen de residuos de cada actividad).</p>
Presupuesto destinado:	No identificado.
Nº de comercios afectados:	800.


Tipología:	AYUDAS AL SECTOR
Año:	2022
Ciudad/Comunidad	Actuación: Ayudas Directas
 <p>Ayuntamiento de Málaga</p>	<p>Comercios afectados por las obras de Carretería:</p> <p>Campaña de subvenciones directas dotada con un total de 50.000 euros para los comerciantes y hosteleros afectados por las obras de renovación urbana que están ejecutándose en el entorno de calle Carretería en la ciudad, con ayudas directas de 500 euros por establecimiento.</p>
Presupuesto destinado:	50.000 €
Nº de comercios afectados:	Unos 100.


Tipología:	AYUDAS AL SECTOR
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Ayudas Directas
 <p>NO8DO AYUNTAMIENTO DE SEVILLA</p>	<p>Comerciantes afectados por las obras de la línea 3 del Metro de Sevilla:</p> <p>Creación de una línea de ayudas para zonas afectadas por las obras de larga duración de más de 500.000 euros.</p>
Presupuesto destinado:	Salen de un fondo de más de 500.000 euros.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.

Tipología:	AYUDAS AL SECTOR
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Reducción Fiscal
	<p>Comerciantes afectados por las obras de la línea 3 del Metro de Sevilla:</p> <p>Reducción fiscal a los negocios afectados por las obras de larga duración.</p>
Presupuesto destinado:	Salen de un fondo de más de 500.000 euros.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.


Tipología:	AYUDAS AL SECTOR
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Ayudas Directas
 <p>AJUNTAMENT DE VALÈNCIA</p>	<p>Compensaciones por obras en calles comerciales:</p> <p>Ayudas directas de hasta 2.000 euros por un montante total de 72.000 euros (Inicialmente fueron 42.000 € y por el retraso se amplió con otros 32.000 € más). Son subvencionables los gastos corrientes de alquiler, consumos de electricidad, agua, teléfono, seguro, alarma, servicios de asesoramiento fiscal y laboral del establecimiento comercial, cuotas de autónomo y el Impuesto de Bienes Inmuebles.</p>
Presupuesto destinado:	72.000 €.
Nº de comercios afectados:	210.


Tipología:	AYUDAS AL SECTOR
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Ayudas Directas
 <p>Comunidad de Madrid</p>	<p>Compensaciones socomercios y servicios afectados por las obras de la línea 7B de Metro:</p> <p>Un total de 500.000 euros para subvencionar obras de reforma o adecuación del local, la adquisición de equipamiento tanto específico de su actividad como tecnológico, la realización de proyectos de e-commerce y creación de páginas web, así como los gastos corrientes relacionados, tales como cuotas de hipoteca, alquiler, gastos de notaría, consultoría técnica o jurídica, o pago de seguros. Máximo de 50.000 euros por empresa.</p>
Presupuesto destinado:	500.000 €.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.


Tipología:	AYUDAS AL SECTOR
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Ayudas Directas
 <p>Ajuntament d'Alaior</p>	<p>Compensaciones por obras de remodelación de una calle:</p> <p>Ayudas directas de 1.000 euros para un total de 70 negocios afectados. Convocatoria para que los negocios afectados por la reforma de la calle de Es Ramal y de la calle Sant Diego Vell pueden optar a una ayuda de 1.000 euros.</p>
Presupuesto destinado:	70.000 €.
Nº de comercios afectados:	70.


Tipología:	AYUDAS AL SECTOR
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Ayudas Directas
 <p>Ayuntamiento de Rota</p>	<p>Compensaciones por obras en avenida céntrica:</p> <p>El Ayuntamiento destina un total de 100.000 euros en ayudas económicas como compensación por obras en una céntrica avenida del municipio. Son ayudas económicas que oscilan entre los 900 y 1.400 euros.</p>
Presupuesto destinado:	100.000 €.
Nº de comercios afectados:	32.


COORDINACIÓN:


Tipología:	COORDINACIÓN
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Cronograma de obras pactado
 <p>Ajuntament de Castelló</p>	<p>Compensaciones por las obras de la Zona de Bajas emisiones:</p> <p>Pacto de un cronograma de las obras en el Consejo Municipal del Comercio, contando así con el conocimiento de las asociaciones comerciales y asociaciones de vecinos de la ciudad, para que causara el menor impacto posible a su actividad diaria.</p>
Presupuesto destinado:	Sin necesidad de presupuesto.
Nº de comercios afectados:	650-670


Tipología:	COORDINACIÓN
Año:	2010
Ciudad/Comunidad	Actuación: Creación de una Comisión Mixta de Seguimiento
	<p>Ayudas para los futuros casos de “obras de larga duración”:</p> <p>Creación de una comisión mixta semanal de seguimiento y control de las obras, así como la celebración de monográficos para zonas concretas, para una mejor coordinación en la ejecución de las obras con el objeto de tener mayor información y minimizar los impactos.</p>
Presupuesto destinado:	Sin necesidad de presupuesto.
Nº de comercios afectados:	800.


Tipología:	COORDINACIÓN
Año:	2010
Ciudad/Comunidad	Actuación: Designación de un técnico de atención de incidencias
	<p>Ayudas para los futuros casos de “obras de larga duración”:</p> <p>Designación de un técnico que atienda las posibles incidencias de las actuaciones.</p>
Presupuesto destinado:	Sin necesidad de presupuesto.
Nº de comercios afectados:	800.

Tipología:	COORDINACIÓN
Año:	2010
Ciudad/Comunidad	Actuación: Participación de los representantes de los comerciantes
	<p>Ayudas para los futuros casos de “obras de larga duración”:</p> <p>Propuesta de participación de los representantes de los comerciantes en el debate de las ordenanzas municipales que les puedan afectar en el futuro.</p>
Presupuesto destinado:	Sin necesidad de presupuesto.
Nº de comercios afectados:	Abierto.


Tipología:	COORDINACIÓN
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Refuerzos
	<p>Comerciantes afectados por las obras de la línea 3 del Metro de Sevilla:</p> <p>Puesta en marcha de medidas que contribuyan a mejorar el día a día de los comercios de la zona como el aumento de la vigilancia, el incremento de la iluminación provisional, así como el refuerzo en la limpieza.</p>
Presupuesto destinado:	Sin necesidad de presupuesto.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.


Tipología:	COORDINACIÓN
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Información constante
 <p>AYUNTAMIENTO DE SEVILLA</p>	<p>Comerciantes afectados por las obras de la línea 3 del Metro de Sevilla:</p> <p>Compromiso de una información actualizada y con antelación suficiente (un mínimo de tres meses) a los comerciantes para que estos puedan planificar sus previsiones de compras.</p>
Presupuesto destinado:	Sin necesidad de presupuesto.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.

Tipología:	COORDINACIÓN
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Mesa de coordinación
 <p>AYUNTAMIENTO DE SEVILLA</p>	<p>Comerciantes afectados por las obras de la línea 3 del Metro de Sevilla:</p> <p>Creación de una Mesa de Coordinación General para planificar los planes de movilidad por las obras del Metro integrada por el Ayuntamiento y la Consejería de Fomento, además de otras siete mesas sectoriales, entre ellas la Mesa de Movilidad compuesta por técnicos de la Junta de Andalucía y del Ayuntamiento de Sevilla, con objeto de planificar, proyectar y ejecutar los planes de movilidad alternativos debido a las afecciones que causan estas obras.</p>
Presupuesto destinado:	Sin necesidad de presupuesto.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.


Tipología:	COORDINACIÓN
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Oficina de información
 <p>NO8DO AYUNTAMIENTO DE SEVILLA</p>	<p>Comerciantes afectados por las obras de la línea 3 del Metro de Sevilla:</p> <p>Puesta en marcha de una oficina de información para vecinos y comerciantes que puedan verse afectados. Esta oficina va a licitarla la Junta de Andalucía. Se espera que pueda ubicarse en uno de los Distritos principales de esta línea, el Norte.</p>
Presupuesto destinado:	Presupuesto aportado por la Junta de Andalucía.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.


OBRA:

Tipología:	OBRA
Año:	2018
Ciudad/Comunidad	Actuación: Disminución impacto visual
 <p>Ayuntamiento de Alhaurín de la Torre</p>	<p>Compensaciones por obras en calles del centro:</p> <p>Vallado del perímetro en el que se han desarrollado los trabajos con loneta de color verde con el objetivo de disminuir la transmisión de polvo y el ruido que generan las obras y provocar un menor impacto visual en las personas que se muevan por ese entorno.</p>
Presupuesto destinado:	Sin determinar.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.


Tipología:	OBRAS
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Reducción de plazos
 <p>AYUNTAMIENTO DE SEVILLA</p>	<p>Comerciantes afectados por las obras de la línea 3 del Metro de Sevilla:</p> <p>Coordinación de actuaciones como solapar la construcción de la Rotonda de Eduardo Dato y la urbanización de la margen izquierda del corredor para agilizar los plazos de la obra.</p>
Presupuesto destinado:	Sin necesidad de presupuesto extra.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.


Tipología:	OBRAS
Año:	2020
Ciudad/Comunidad	Actuación: Medidas de minimización del impacto de la obra
 <p>Úbeda Ayuntamiento</p>	<p>Compensaciones por obras en calles del centro:</p> <p>Compromiso para minimizar el impacto en el comercio de las obras en la plaza de Andalucía y calle Mesones. La empresa tomó una serie de medidas referentes a horarios, acceso, plazos, información y seguridad, como que la maquinaria para la apertura de zanjas solo trabajara exclusivamente en dos periodos horarios (durante los que los comercios están cerrados): de ocho a diez de la mañana y de dos a cinco de la tarde. Después se retiraban de los tajos y se colocaba el material en una zona de acopio donde no produjera obstáculos con el tránsito peatonal de clientes y comerciantes.</p>
Presupuesto destinado:	Sin determinar.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.


Tipología:	OBRAS
Año:	2024
Ciudad/Comunidad	Actuación: Compensación por incumplimiento de plazos
 <p>Ayuntamiento de Gijón</p>	<p>Compensaciones por obras en calles del centro:</p> <p>Los plazos de las futuras obras se consensuan con los comerciantes. Se fijan cláusulas en los contratos con constructoras de penalización económica en caso de incumplimiento de plazos de finalización de obras pactado. Ese dinero se dedicará a compensaciones para los negocios.</p>
Presupuesto destinado:	Sin necesidad de presupuesto.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.


Tipología:	OBRAS
Año:	2010
Ciudad/Comunidad	Actuación: Paralización de obras durante periodos concretos
 <p>Ayuntamiento de HUELVA</p>	<p>Ayudas para los futuros casos de “obras de larga duración”:</p> <p>Se procedió a la paralización de las obras durante las campañas de Navidad y rebajas.</p>
Presupuesto destinado:	Sin necesidad de presupuesto.
Nº de comercios afectados:	800.


PROMOCIÓN Y ANIMACIÓN COMERCIAL:

Tipología:	PROMOCIÓN Y ANIMACIÓN COMERCIAL
Año:	2018
Ciudad/Comunidad	Actuación: Cartelería y señalética provisional
 <p>Ayuntamiento de Alhaurín de la Torre</p>	<p>Compensaciones por obras en calles del centro:</p> <p>Instalación de cartelería y señalética temporal para mostrar la oferta comercial. La cartelería indica cómo acceder hasta la zona comercial de la avenida de la Vega, Limonar y el Parque Municipal e Isaac Peral, o al entorno de la avenida de San Sebastián y la calle San Juan. También se han instalado señales en la rotonda de la fuente de la Calera o en el propio pasaje de San Cristóbal. La cartelería está elaborada por los operarios de Servicios Operativos.</p>
Presupuesto destinado:	Sin determinar.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.

Tipología:	PROMOCIÓN Y ANIMACIÓN COMERCIAL
Año:	2018
Ciudad/Comunidad	Actuación: Promoción específica
 <p>Ayuntamiento de Alhaurín de la Torre</p>	<p>Compensaciones por obras en calles del centro:</p> <p>Realización de la campaña denominada ‘Abierto por obras’ que incluyó medidas destinadas a dar a conocer y relanzar toda la actividad comercial de la zona que sufría las obras con cuñas publicitarias en radio, cartelería y una intensa promoción en redes.</p>
Presupuesto destinado:	Sin determinar.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.

Tipología:	PROMOCIÓN Y ANIMACIÓN COMERCIAL
Año:	2013
Ciudad/Comunidad	Actuación: Promoción y dinamización
	<p>Compensaciones por obras de larga duración:</p> <p>Ayudas a las asociaciones de comerciantes afectadas por zonas con obras de larga duración (remodelación de mercados, las obras de la línea de Alta Velocidad o la ampliación o construcción de nuevas líneas de metro) por valor de 260.000 €. Este presupuesto fue destinado a acciones y actividades para dinamizar el comercio y permitir ganar en visibilidad durante el periodo que durase la obra y hasta seis meses después de su finalización.</p>
Presupuesto destinado:	260.000 €.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.

Tipología:	PROMOCIÓN Y ANIMACIÓN COMERCIAL
Año:	2010
Ciudad/Comunidad	Actuación: Mapa comercial
	<p>Ayudas para los futuros casos de “obras de larga duración”:</p> <p>Creación de un mapa de comercios de las calles afectadas.</p>
Presupuesto destinado:	No identificado.
Nº de comercios afectados:	800.

Tipología:	PROMOCIÓN Y ANIMACIÓN COMERCIAL
Año:	2022
Ciudad/Comunidad	Actuación: Campaña específica
 <p>Ayuntamiento de Málaga</p>	<p>Comercios afectados por las obras de Carretería:</p> <p>Puesta en marcha de una campaña para incentivar las ventas en los establecimientos comerciales y hosteleros de la calle Carretería, coincidiendo con el desarrollo de las obras, llamada 'Abierto por obras'.</p>
Presupuesto destinado:	Sin determinar.
Nº de comercios afectados:	Sin determinar.

3.3. Impacto de obras de gran duración en calles comerciales:

Si bien las obras generan molestias y dificultan el acceso a los comercios durante su ejecución, estudios recientes confirman que las calles renovadas experimentan un notable aumento en el tráfico peatonal y las ventas. La densidad de tiendas en zonas peatonales es un factor clave para impulsar el comercio local¹.

Por ello exponemos algunos estudios de caso de calles comerciales cuyos ayuntamientos han apostado por facilitar su acceso y disfrute peatonal y cuyos resultados positivos son ahora evidentes:

Córdoba: calle Jesús y María

COMERCIO

Resurge el comercio en el Centro de Córdoba tras años de crisis

La notable bajada del precio del alquiler permite la recuperación de Cruz Conde y Gondomar; Jesús y María es el futuro; y Claudio Marcelo, el gran lunar

[Descubre cómo avanzan las obras del antiguo Simago desde su interior](#)



¹ Street pedestrianization in urban districts: Economic impacts in Spanish cities. Yuji Yoshimura et alii. Article 103468. Cities Volume 120, January 2022

El nivel de ocupación de los **locales comerciales** de las arterias del **Centro de Córdoba** resurge después de años de crisis que parecen una cuestión del pasado. Actualmente, **la calle Jesús y María ejerce como principal motor de los escaparates** para los turistas en el tránsito hacia la Mezquita-Catedral. Además, Cruz Conde ha recuperado su nobleza después de tocar fondo en el último lustro. La fortaleza de Gondomar sigue vigente, mientras que Claudio Marcelo continúa siendo el 'patito feo' del eje comercial del centro, que evidencia que hay distinto signo, a pesar de que también ha tenido una considerable mejoría de su estado.

Málaga: calle Larios



20 años de la peatonalización de la calle Larios

MÁLAGA

La gran transformación del Centro de Málaga: 20 años de la peatonalización de la calle Larios

La nueva estampa de la céntrica vía se inauguró en la Navidad de 2002, acto al que acudieron unas 10.000 personas.

Málaga: Ensanche de Heredia (Soho Málaga)

El barrio despeg

Diez años del germen que ha transformado el Soho

Vecinos y comerciantes de lo que siempre fue el Ensanche de Muelle Heredia comenzaron a reunirse y a proyectar un plan de regeneración integral de la zona, que convenció al Ayuntamiento y que ha servido para reurbanizar y peatonalizar calles, rehabilitar edificios, atraer empre

 Ver galería



Ignacio A. Castillo

19 ENE 2019 20:54



0

El Muelle Heredia no se diferenciaba mucho de cualquier ensanche de cualquier ciudad, una zona portuaria en la que la degradación era evidente y la prostitución poblaba cada esquina, en el sentido metafórico y literal, con los problemas de seguridad que esta actividad llevaba aparejados cada noche. Un negocio arraigado y continuado en el tiempo, que se hacía también presente en el comercio, con numerosos sex shops, tiendas eróticas y clubes de alterne. Todo, a 350 metros de la calle Larios, en pleno Centro. de la ciudad. Hace una década del germen del Soho, de una iniciativa de renovación integral que partió de los empresarios y vecinos de la zona y que el Ayuntamiento asumió como suya, invirtiendo fondos europeos en la reurbanización de entorno. Y aunque cuesta y es difícil convertirlo ese polo de atracción cultural soñado en el origen, y los problemas iniciales han mutado en otros, el barrio ya conseguido despegar.



Sevilla: calle Tetuán

Tetuán, 25 años de la primera gran peatonalización

La mayoría de comercios locales que vivieron el cambio en 1991 y hoy siguen funcionando se alegran de la reforma El comerciante que lideró el rechazo tiene a Rojas-Marcos de cliente

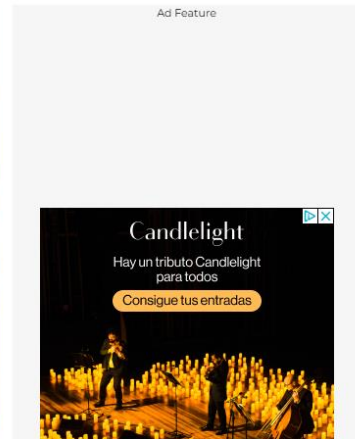


La calle Tetuán es una de las más transitadas del país

Según datos de TC Group Solutions la calle Tetuán de Sevilla se sitúa como la decimotercera calle del país por la que transitan más peatones.

ARIANA BUENAFUENTE - REDACTORA - 10 ABRIL, 2023

COMPARTE EL ARTÍCULO



Punta Umbría: avenida de Andalucía

«Satisfacción» tras el primer mes de peatonalización de la Avenida de Andalucía de Punta Umbría

8 agosto, 2020 HR Uncategorized 0



Vecinos de Punta Umbría disfrutan de la peatonalización de la Avenida de Andalucía

Madrid: calle Atocha

MADRID

¿Por qué la calle Atocha de Madrid se ha convertido en la más transitada de España?

- La emblemática calle vive una segunda vida tras la reforma que ensanchó las aceras y redujo carriles para los coches con la apertura de varios hoteles, algunos de lujo
- El precio del metro cuadrado de Atocha y sus confluencias ha pasado de 3.700 euros en 2015 a 6.350: "Siempre ha sido una calle importante, pero ahora se disfruta más"

"Una calle de paso"

"Es una calle de paso, eso es verdad, la gente que baja de la estación o la que va a los museos, al Botánico o al [Retiro](#), pasa por aquí, pero no sé si es para tanto, como para superar a la Gran Vía", duda Alejandro, que trabaja en uno de los múltiples hostales **que pueblan la calle, donde "el 70% de los clientes son turistas"**, tanto extranjeros como de otras partes de España.

La newsletter de reportajes



Recibe la mejor selección de reportajes de El Periódico de España directamente en tu email.

SUSCRÍBETE

Vecinos y comerciantes sostienen que el punto de inflexión ha sido la reforma de la calle con el Gobierno de Manuela Carmena, en 2019, cuando se ampliaron las aceras y se renovó el pavimento. **"Atocha siempre ha sido una calle importante, pero no se podía andar por ella.** Los edificios importantes que tiene, de finales del siglo XIX o principios del XX, como el Colegio de Médicos o los de varios hoteles, como el del Tryp, pasaban desapercibidos", explica Álvaro Llorente, [guía turístico cuya empresa tiene varias rutas con tránsito por Atocha](#). "Se nota que ahora la gente disfruta más de la calle".

Valencia: calle Jorge Juan (jornadas cerradas al tráfico)

La peatonalización de Valencia continúa: así cambiará el centro de la capital

María José Catalá estudia peatonalizar la calle Jorge Juan y avanza en el rediseño de la calle Colón

Por **A. Marco** - 27/05/2024



Centenares de peatones circulan por la calle Jorge Juan en una jornada cerrada al tráfico.



El centro de Valencia seguirá avanzando en la **peatonalización** de sus vías más comerciales. La calle Jorge Juan, una de las más transitadas de la ciudad tanto por su alto nivel de comercios como por su ubicación, podría ser la próxima vía en cerrarse al tráfico.

La alcaldesa de Valencia, **María José Catalá**, ya ha avanzado la posibilidad de peatonalizar la calle Jorge Juan asegurando que desde el **Ayuntamiento de Valencia** se está trabajando en ello al matizar que **las acciones de movilidad «no son ni de izquierdas ni de derechas»** sino «de sentido común».

Tal y como explicaba recientemente en el foro periodístico 'Somos +', la idea no sería peatonalizar la totalidad de la vía sino el tramo más comercial. Concretamente, **se estudiaría cerrar al tráfico la zona comprendida entre la calle Cirilo Amorós y Sorní**.

«Vamos a mejorar los entornos comerciales de nuestra ciudad, como Jorge Juan, con **la idea de peatonalizar hasta las inmediaciones del Mercado Colón**», explicaba.

Bilbao: calle Rodríguez Arias

Bilbao transforma la calle Rodríguez Arias: "Hay menos coches que antes y la gente pasea más"

El Ayuntamiento culmina la primera fase de la obra en el tramo que discurre entre Alameda Rekalde y la Plaza Campuzano renovando su imagen urbana



Ane Araluzea

Bilbao | 27-09-23 | 13:45 | Actualizado a las 17:19



Apenas ha transcurrido un mes desde que Rodríguez Arias ha podido deshacerse del polvo que atestaba la calle por el desarrollo de las obras que se han alargado varios meses, pero las consecuencias ya comienzan a percibirse. **“Hay menos coches que antes y la gente pasea más”**, explican desde Luz Bilbao, uno de los comercios que se beneficia de la **renovada imagen urbana en el tramo que discurre entre Alameda Rekalde y la Plaza Campuzano**. “Es una obra que amabiliza la ciudad y hay que darle continuidad”, ha declarado este miércoles el alcalde Juan Mari Aburto, quien ha transitado por las nuevas aceras de 4,5 metros. De hecho, **esta intervención, que ha contado con un presupuesto de 2.081.323 euros, es la primera fase de un proyecto que contempla la transformación integral de Rodríguez Arias.**

Mallorca: calle Olmos

Calle Olmos, 30 años sin coches

Por Redacción

Palma



El próximo mes se cumplirán 30 años desde que la calle Olmos -o carrer dels Oms- de Palma se convirtió en peatonal. Es una de las vías más antiguas de la capital balear y ha sido testigo de la transformación que ha sufrido la ciudad durante estas últimas décadas.

De epicentro de talleres a una de las vías comerciales más destacadas de la ciudad, que hoy cuenta con heladerías, centros de manicuras, ópticas y joyerías.

Pamplona: avenida Carlos III

CALLES Y BARRIOS

Cuando cambió... la avenida Carlos III



Cuando cambió... la avenida Carlos III.

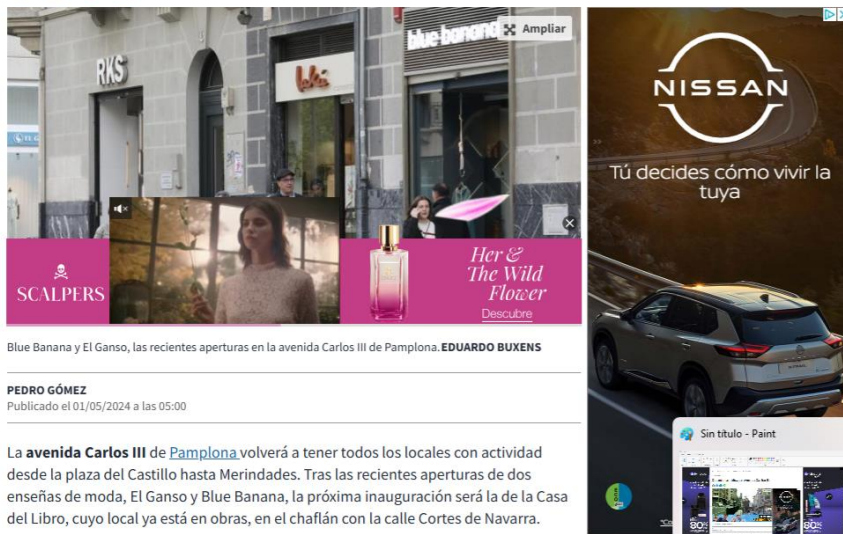
A.O.

Actualizado el 19/11/2020 a las 06:00

Entre mayo de 1998 y diciembre del año 2000, el tramo alto de la avenida Carlos III cambió su fisonomía de forma radical y lo hizo, además en dos fases. Primero, el

La llegada de tres grandes marcas vuelve a llenar la avenida Carlos III de actividad

Con el aterrizaje de Casa del Libro, El Ganso y Blue Banana, ya no quedan locales disponibles en el tramo entre Merindades y la plaza del Castillo



Blue Banana y El Ganso, las recientes aperturas en la avenida Carlos III de Pamplona. **EDUARDO BUXENS**

PEDRO GÓMEZ

Publicado el 01/05/2024 a las 05:00

La **avenida Carlos III** de **Pamplona** volverá a tener todos los locales con actividad desde la plaza del Castillo hasta Merindades. Tras las recientes aperturas de dos enseñas de moda, El Ganso y Blue Banana, la próxima inauguración será la de la Casa del Libro, cuyo local ya está en obras, en el chaffán con la calle Cortes de Navarra.

4. PROPUESTA DE ACCIONES EN ALMERÍA

Tras el análisis de la información recopilada, se presenta un plan de choque inicial desglosado en diferentes fases y acciones concretas, con el objetivo de facilitar al Ayuntamiento de Almería la estrategia a seguir para minimizar los efectos negativos de las obras en el sector comercial del Paseo de Almería:

Fase 1: Comunicación y Transparencia

- **Información Previa Detallada:**
 - Realizar asambleas informativas con los comerciantes, explicando el alcance de las obras, los plazos estimados, las rutas alternativas y los beneficios a largo plazo.
 - Proporcionar información detallada sobre los posibles cortes de tráfico, horarios de trabajo y accesos a los establecimientos.
- **Canales de Comunicación Constantes:**
 - Crear un sitio web específico para las obras, con actualizaciones periódicas sobre el avance de los trabajos.
 - Utilizar redes sociales para difundir información de manera ágil y cercana.
 - Establecer un punto de información físico en el Paseo de Almería para resolver dudas y atender las consultas de los comerciantes y ciudadanos.

Fase 2: Apoyo al Comercio Local

- **Ayudas Económicas Directas:**
 - Evaluar la posibilidad de establecer un fondo de ayudas para compensar las pérdidas económicas derivadas de las obras, priorizando a los pequeños y medianos comercios.
 - Evaluar la posibilidad de ofrecer bonificaciones en los impuestos municipales o en las tasas de ocupación de vía pública.
- **Promoción del Comercio Local:**
 - Desarrollar campañas de comunicación para incentivar las compras en los establecimientos del Paseo de Almería durante las obras.
 - Desarrollar campañas de bonos al consumo y/o similares para incentivar el comercio.
 - Incluir en la web informativa un apartado donde localizar los negocios afectados y permita contactar con ellos.

- **Redes Sociales y Geolocalización:**
 - **Creación de un perfil único para el Paseo de Almería:** un perfil en RRSS, dedicado exclusivamente a los comercios del Paseo. Se compartirían historias, promociones, eventos y horarios de apertura.
 - **Utilización de hashtags locales:** #PaseoDeAlmeríaAbierto, #ComerciodelPaseo, etc. para aumentar la visibilidad en las redes sociales.
 - **Geolocalización:** utilizar herramientas de geolocalización en las publicaciones para que los usuarios puedan encontrar fácilmente los comercios más cercanos.
- **Colaboración con Influencers Locales:**
 - **Identificar a influencers relevantes:** buscar a personas influyentes en la zona que puedan promocionar los comercios del Paseo en sus redes sociales.
 - **Organizar eventos:** invitar a influencers a eventos especiales en los comercios, como catas, talleres o presentaciones de productos.
 - **Colaboraciones pagadas o de intercambio:** negociar colaboraciones con influencers para que promocionen los comercios a cambio de productos o servicios gratuitos.
- **Campañas de SMS y Email Marketing:**
 - **Base de datos de clientes:** pedir a los comercios que recopilen los datos de contacto de sus clientes para enviarles promociones y novedades.
 - **Mensajes personalizados:** crear campañas de SMS y email marketing personalizadas para cada comercio, destacando sus productos o servicios más atractivos.
 - **Ofertas exclusivas:** ofrecer descuentos o promociones exclusivas a los clientes que se suscriban a las listas de correo.
- **Ventanas Interactivas:**
 - **Códigos QR:** incluir códigos QR en los escaparates y otros espacios disponibles que redirijan a los usuarios a la web o redes sociales del comercio afectado.
- **Colaboración con Medios Locales:**
 - **Publicidad en prensa local:** contratar espacios publicitarios en los periódicos y revistas locales para promocionar el comercio del Paseo.
 - **Programas de radio y televisión:** participar en programas de radio y televisión locales para hablar sobre los comercios y las actividades que se organizan.

- **Eventos y Actividades en la Calle:**
 - **Mercadillos temáticos:** organizar mercadillos temáticos en los entornos disponibles en el Paseo o alrededores, aprovechando fechas señaladas o temáticas de interés.
 - **Conciertos y espectáculos:** realizar actuaciones musicales o teatrales para atraer a la gente al Paseo.
 - **Actividades infantiles:** organizar actividades para niños en colaboración con los comercios, como talleres o cuentacuentos.
 - **Organizar eventos y actividades culturales** en zonas aledañas al Paseo de Almería para atraer a clientes y dinamizar la zona.
 - **Colaborar con asociaciones de comerciantes** para la realización de promociones especiales y descuentos.

Fase 3: Facilitar la Actividad Comercial

- **Facilitar el Acceso a los Establecimientos:**
 - Señalizar de forma clara y visible las rutas alternativas para acceder a los comercios.
 - Garantizar el acceso peatonal a todos los establecimientos durante las obras.
- **Adaptación de los Espacios Comerciales:**
 - Apoyar a los comerciantes en la adaptación de sus fachadas y escaparates para que sigan siendo atractivos a pesar de las obras.
- **Servicios Adicionales:**
 - Ofrecer servicios de carga y descarga para los comercios de manera gratuita o con tarifas reducidas.
 - Facilitar el aparcamiento en zonas cercanas al Paseo de Almería.

Fase 4: Seguimiento y Evaluación

- **Encuestas de Satisfacción:**
 - Realizar encuestas periódicas a los comerciantes para conocer su grado de satisfacción con las medidas adoptadas y detectar posibles áreas de mejora.
- **Comité de Seguimiento:**
 - Crear un comité de seguimiento integrado por representantes del Ayuntamiento, comerciantes y vecinos para evaluar el impacto de las obras y ajustar las medidas si es necesario.

Consideraciones Adicionales

- **Coordinación Interinstitucional:**
 - Establecer una coordinación estrecha entre las distintas áreas del Ayuntamiento implicadas.
 - Establecer una coordinación estrecha con los agentes afectados.
- **Flexibilidad:**
 - Adaptar el plan de choque a medida que avancen las obras y surjan nuevas necesidades.
- **Comunicación Proactiva:**
 - Mantener una comunicación fluida y transparente con los comerciantes durante todo el proceso.

Beneficios Esperados

La implementación de un plan de choque permitirá:

- Minimizar las pérdidas económicas de los comerciantes.
- Mantener la actividad comercial en el Paseo de Almería.
- Mejorar la imagen de la ciudad.
- Fortalecer la relación entre el Ayuntamiento y los comerciantes.

Al adoptar estas medidas, el Ayuntamiento de Almería podrá mitigar los impactos negativos de las obras en el sector comercial y garantizar un futuro próspero para el Paseo de Almería.

Versión v07. Febrero de 2025.

Director Técnico del Proyecto: Manuel Martínez Molina