

REINVENTANDO EL COMERCIO LOCAL: ESTRATÉGIAS DE DINAMIZACIÓN PARA UN COMERCIO VIVO E INNOVADOR

“EL COMERCIO LOCAL COMO MOTOR DE VIDA URBANA:

INNOVAR PARA CONECTAR Y CRECER”



INTRODUCCIÓN

El comercio local constituye uno de los principales motores económicos y sociales de los municipios, generando empleo, identidad urbana y cohesión social. Sin embargo, los cambios en los hábitos de consumo, la digitalización y la competencia de grandes plataformas hacen necesario impulsar acciones municipales activas de dinamización comercial que revitalicen el tejido comercial, mejoren su competitividad e impulsen un modelo de comercio innovador, cercano y sostenible, alineado con las necesidades actuales de la ciudadanía.

Por ello, Cámara Valencia en colaboración con Cámara España -conscientes de la relevancia que tiene el fortalecimiento del comercio minorista y de su posición competitiva- han diseñado un plan para dinamizar dicho tejido empresarial bajo el paraguas “Programa Comercio Minorista”, el cual está cofinanciado por el FEDER de la Unión Europea, dentro del marco del Programa Plurirregional de España FEDER 2021-2027 y por la Secretaría de Estado de Comercio, con aplicación en todo el territorio nacional en función de la disponibilidad de fondos por CCAA.

OBJETIVO

Los objetivos del Programa de Comercio Minorista se resumen a continuación:

- Dotar al comercio minorista de medidas de apoyo que establezcan las bases adecuadas para un crecimiento competitivo en un marco de colaboración institucional.
- Innovación, adaptación a las nuevas fórmulas comerciales y hábitos de consumo.
- Impulso del comercio electrónico y nuevas tecnologías en el sector como elemento clave para la ampliación de mercados a nivel tanto nacional como internacional.
- Mejora de la competitividad del comercio tradicional a través de la capacitación en habilidades, la cooperación entre empresas y la disposición de infraestructuras compartidas de interés colectivo para el sector comercial.
- Consolidación de las relaciones entre las actividades comerciales y los proveedores potenciales del entorno local, de cara a promover el desarrollo endógeno y la cohesión territorial.
- Acciones innovadoras de dinamización de zonas y actividades comerciales.

¿EN QUÉ CONSISTE LA DINAMIZACIÓN COMERCIAL?

El desarrollo de acciones de dinamización comercial se encuentran en el Programa de Comercio Minorista, y consiste en apoyar actuaciones innovadoras para la modernización comercial, la aplicación de nuevas tecnologías que promuevan la apertura de nuevos negocios, el enriquecimiento de la oferta comercial, así como el incremento de la competitividad y las ventas de los negocios existentes en los ejes comerciales, en los centros comerciales abiertos y en los mercados municipales.

Las actuaciones de dinamización son propuestas y ejecutadas por las entidades locales y/o empresariales y deben ser aprobadas por la comisión mixta formada por la SEC y Cámara España de manera previa a su realización.

Importante: las entidades organizadoras deben prestar servicios que mejoren la capacitación y/o la concienciación de los comercios beneficiados en la línea de trabajo que se propone (no se sensibiliza a comercios, se apoya a los mismos para que mejoren su formación/capacitación). Ejemplo: Una campaña de comunicación genérica no se adaptaría a esta Operación.

¿QUÉ TIPO DE COMERCIOS PUEDEN PARTICIPAR?

Está dirigido a pequeñas o medianas empresas (pymes) con sede en la provincia de Valencia que desarrollen su actividad en alguno o varios de los epígrafes de actividad del CNAE-2025, Grupo 47 (excluidas las farmacias) o estar dadas de alta en el IAE en los epígrafes 64, 65 o 66.

¿CÓMO PUEDEN PARTICIPAR LOS COMERCIOS EN LA ACTUACIÓN?

- 1.- Tanto la convocatoria como las inscripciones de los comercios participantes se comunicarán en medios telemáticos oficiales (página web de la entidad o asociación organizadora).
- 2.- La selección de los comercios beneficiados se realizará a través de un procedimiento público, cumpliendo los principios de libre concurrencia, publicidad y transparencia, haciéndose público el listado definitivo, publicándose en redes, web u otros medios el listado de los beneficiados
- 3.- Los comercios participantes deberán estar correctamente identificados con NIF y razón social en cada actuación y acreditar mediante firma la realidad de la prestación de los servicios recibidos.

¿QUÉ ACTUACIONES SON APOYABLES?

El desarrollo de las mismas estará liderado por las entidades locales y/o con las asociaciones más representativas de interés para el sector o áreas comerciales correspondientes, o en colaboración de ambas. Entre otras, están previstas las siguientes actuaciones:

- Plan estratégico para promover la competitividad e innovación del comercio.
- Ejecución de acciones promocionales innovadoras o tecnológicas.

- Acciones de marketing digital enfocadas al incremento de las ventas.
- Sistemas de fidelización de clientes locales y visitantes.
- Desarrollo de acciones de mobile marketing.
- Desarrollo de soluciones de realidad aumentada para promoción y gamificación.
- Desarrollo de plataformas cooperación entre comercios y ampliación de mercados.
- Desarrollo de aplicaciones móviles.
- Sistemas de pago y fidelización a través de dispositivos móviles.
- Puesta en marcha de sistemas de evaluación de las acciones innovadoras desarrollada

Todas las actuaciones deben tener un componente de atención personalizada que suponga la prestación efectiva de servicios de apoyo a los comercios.

¿QUIÉN REALIZAN LAS ACCIONES DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL?

Las entidades locales y/o las asociaciones locales presentarán sus propuestas a la Unidad de Comercio de Cámara Valencia que, tras su valoración, dará traslado a Cámara de España para su validación por la Comisión Mixta de Seguimiento con la SEC con carácter previo a su realización, para lo que se requerirá la siguiente información con objeto de evaluar su idoneidad:

- Descripción de la acción
- Fechas de celebración
- Identificación de los servicios prestados a las empresas
- Procedimiento de selección de empresas
- Indicadores de realización previstos
- Presupuesto que contenga una estimación de costes externos y de personal.

Las entidades promotoras deberán comprometerse al cumplimiento de las siguientes operaciones:

1.-Memoria de actividad

-Listado de beneficiarios en el que conste el NIF y razón social

-Programa de actuaciones

-En su caso: material didáctico entregado

-Evidencias de realización

-Evidencias de difusión

2.-Facturas

3.-Justificantes de Pago

¿CÓMO SE REALIZA LA GESTIÓN ECONÓMICA?

Las actuaciones de dinamización comercial podrán contemplar la contratación de proveedores externos para la ejecución de las actividades previstas. A tal efecto, los proveedores deberán presentar, en los plazos y condiciones que se establezcan, un presupuesto previo y la factura definitiva correspondiente, la cual deberá incluir los conceptos subvencionables y los logotipos que resulten exigibles.

Cámara Valencia será la entidad responsable del abono directo de las facturas derivadas de dichas contrataciones.

En aquellos supuestos en los que el importe de la contratación sea superior a 6.000 euros, IVA no incluido, será obligatoria la solicitud de, al menos, tres presupuestos de diferentes proveedores, debiendo la entidad promotora presentar un informe justificativo que motive la elección del presupuesto finalmente seleccionado, conforme a criterios de eficiencia y economía.

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES DINAMIZADORAS:

La actuación de dinamización comercial deberá contar con una difusión acorde a las directrices:

- Preparación de una nota de prensa y convocatoria de una rueda de prensa para la presentación del proyecto con la presencia de la Directora General de Comercio.
- Colgar en la web de la entidad -o entidades- que desarrolla la acción dinamizadora, la descripción del proyecto con todos los logos que deban incluirse según indicaciones de Cámara Valencia.
- Comunicar estas actuaciones, a través de la newsletter, redes sociales, actos públicos, cursos, seminarios, conferencias, material promocional y divulgativo, cartelería, así como cualquier medio de comunicación externo o interno que se disponga.
- Publicar el listado de los comercios participantes en medios telemáticos.
- En todas las actuaciones es obligatorio incluir los logos de las entidades financiadoras.

Cámara Valencia deberá supervisar cualquier soporte de comunicación que se vaya a realizar en relación con la acción de dinamización.

CRONOGRAMA

Las entidades locales y/o las asociaciones que deseen participar en acciones de dinamización comercial presentarán a Cámara Valencia una propuesta de actuaciones con la información que se solicita en el documento que anexamos con **fecha límite 31 de mayo de 2026**.

Una vez comunicado por parte de Cámara Valencia la resolución favorable para el desarrollo del proyecto deberá de ejecutarse entre el **1 de septiembre de 2026 y el 30 de noviembre de 2026**. Por tanto, a efectos de la culminación de las acciones, la fecha límite, será el 30 de noviembre.

Las actuaciones previstas deben estar pagadas por Cámara Valencia antes del 31 de diciembre de 2026.

BUENAS PRÁCTICAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL

1.- ACCIÓN: CAPACITACIÓN PARA LA INTEGRACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) EN EL COMERCIO LOCAL.

MUNICIPIO: SILLA

ACCIÓN 2024

Nº DE PARTICIPANTES: 35 comercios

OBJETIVO

El objetivo de esta iniciativa fue concienciar a los profesionales del sector comercial sobre la necesidad de mantenerse actualizados y adaptarse a estos cambios tecnológicos. Se destacó cómo la adopción de tecnologías innovadoras no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también abre nuevas oportunidades para el crecimiento y la expansión del negocio.

ACTUACIONES

Jornadas de capacitación donde los asistentes conocieron y practicaron las oportunidades que la IA ofrece en la aplicación de la misma a sus comercios.



2.- ACCIÓN: PLAN ESTRATÉGICO DE CAPACITACIÓN EN FACTURACIÓN ELECTRÓNICA Y VERI*FACTU

MUNICIPIO: SILLA

ACCIÓN 2025

Nº DE PARTICIPANTES: 15 COMERCIOS

OBJETIVO

Se diseñó esta actuación con el objetivo de fortalecer las capacidades técnicas y administrativas de los pequeños comercios locales, a través de un plan estratégico de asistencia tutorial enfocado en la facturación electrónica y el sistema Veri*factu y que previsiblemente tendría que haber entrado en vigor y ser obligatorio para las empresas del retail en enero de 2026.

ACTUACIÓN

Este plan se desarrolló en dos fases complementarias:

1.- Capacitación especializada dividida en dos sesiones grupales donde se abordaron los conceptos fundamentales, la normativa vigente y el uso correcto de la facturación electrónica y Veri*factu, con el propósito de ofrecer una base sólida para que los participantes comprendieran el marco legal y operativo que regula estos sistemas.

2.- Cada uno de los 15 comercios participantes recibió acompañamiento individual por parte de un especialista en facturación electrónica, quien desarrolló un plan tutorial personalizado.

Este proceso incluyó:

- Asesoría práctica individualizada para la implementación o mejora del sistema de facturación.
- Entrega de un informe técnico adaptado a las necesidades específicas de cada negocio.



ACTUACIÓN DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA

Plan Estratégico de Capacitación en Facturación Electrónica y Verifactu en los comercios de Silla

Capacitación de 4 horas
Martes 4 y Jueves 8 de noviembre de 14:30 a 16:30 h. en la Sala de Plenos C. Castell s/n de Silla

Planes tutoriales personalizados
El profesional encargado visitará cada comercio para realizar tutorías individualizadas

Dirigido a comercios con IAE grupos 6.4, 6.5 (excepto 6521 farmacias) y 6.6
Inscripción gratuita hasta el lunes 3 de noviembre de 2025
rellenando el formulario de acceso: https://www.silla.es/form_adef/
PLAZAS LIMITADAS: 15 (Según orden de solicitud)

Logos: Cofinanciado por la Unión Europea, MINISTERIO DE HACIENDA, Fondos Europeos, Cámara de Comercio de España, GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA, AJUNTAMENT DE SILLA, Apoyo al Comercio Minorista #EuropaSeSiente, aosi

3.- ACCIÓN: MODERNIZACIÓN DE ESCAPARATES Y VISUAL MERCHANDISING EN LOS COMERCIOS DE ALMUSSAFES Y POBLACIONES COLINDANTES: CAPACITACIÓN Y PLANES TUTORIALES.

MUNICIPIO: ALMUSSAFES

ACCIÓN 2025

PARTICIPANTES: 15 COMERCIOS

OBJETIVO

La decoración de los escaparates juega un papel crucial en la dinamización comercial del comercio ya que de la misma depende que el cliente entre o no y su puesta en escena comunica los valores de la enseña.

ACTUACIÓN

Este plan se desarrolló en dos fases complementarias:

1.- Capacitación especializada dividida en dos sesiones grupales donde se abordaron los conceptos fundamentales del escaparatismo, orientada a la mejora de la imagen comercial de los establecimientos mediante técnicas actuales de diseño y montaje de escaparates.

2.- Asesoramiento individualizados en cada comercio dirigidos por un consultor experto en escaparatismo quien entregó un informe personalizado con estrategias sobre la gestión para un escaparate más vendedor.



Sesión sobre capacitación especializada en escaparatismo



Escaparate:

ANTES



DESPUES

4.- ACCIÓN: IMPLEMENTACIÓN BUENAS PRÁCTICAS DE NEGOCIO LOCAL SOSTENIBLE EN COMERCIOS DE PROXIMIDAD DE SAGUNTO.

MUNICIPIO: SAGUNTO Y PUERTO DE SAGUNTO

ACCIÓN 2025

PARTICIPANTES: 75 COMERCIOS

OBJETIVO

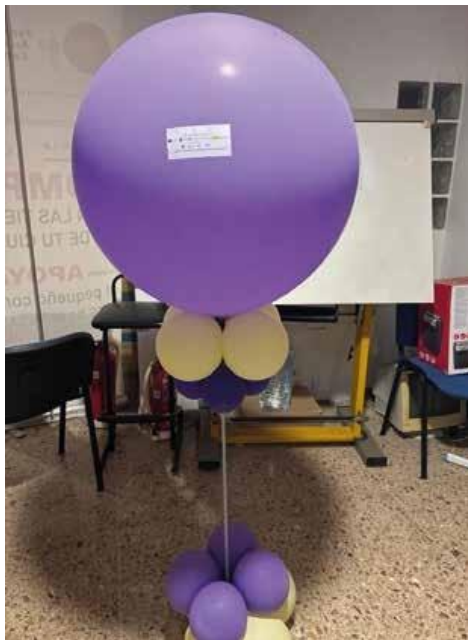
El objeto de la actuación del comercio de proximidad de Sagunto se centró en actuar como motor económico local, fomentar la cohesión social, impulsar la sostenibilidad, innovar y reforzar el papel de la ciudad como un espacio habitable y resiliente.

ACTUACIÓN

- Diagnóstico inicial de sostenibilidad en cada comercio y mercados municipales exteriores e interiores.
- Formación y acompañamiento personalizado.
- Implementación de buenas prácticas.
- Evento de dos días dirigido a clientes potenciales donde se realizaron: talleres de reciclaje, sorteos, globos reciclados personalizados para cada comercio participante, música, merchandising, etc.
- Seguimiento y medición del impacto.

A los comercios de proximidad se le entregó un código de buenas prácticas de negocios sostenibles, con estrategias de ahorro energético, eficiencia y gestión del consumo, y para concienciar a los clientes potenciales, se llevaron a cabo actividades bajo el lema "GRANDES VUELOS COMERCIOS SOSTENIBLES".

La actuación favoreció que los pequeños comercios de proximidad de Sagunto integrasen buenas prácticas de sostenibilidad, como la reducción de residuos, el uso eficiente de energía, la elección de proveedores locales o la promoción del reciclaje, lo que se traduce en comercios más responsables y conectados con su entorno. Entre los resultados logrados: la disminución del impacto ambiental, una mayor fidelización de clientes sensibilizados con el consumo sostenible, la mejora de la imagen del comercio y el aumento de la eficiencia operativa, logrando así negocios más competitivos y alineados con los valores de la comunidad.



GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria de Innovació, Indústria, Comerç i Turisme

afic
Agència per al Foment de la Innovació Comercial

Destacados La información que no te puedes perder

GRANDES VUELOS, COMERCIOS SOSTENIBLES

MÁS INFORMACIÓN

[Facebook](#) [Twitter](#) [Email](#) [WhatsApp](#)

Privacidad

sagunto.portaldelcomerciante.com

5.- ACCIÓN: IMPLEMENTACIÓN BUENAS PRÁCTICAS DE NEGOCIO LOCAL SOSTENIBLE EN MERCADOS EXTERIORES E INTERIORES DE SAGUNTO Y PUERTO DE SAGUNTO.

MUNICIPIO: SAGUNTO Y PUERTO DE SAGUNTO

ACCIÓN 2025

PARTICIPANTES: 65 PUESTOS MERCADOS INTERIORES Y AMBULANTES

OBJETIVO

El objeto de la actuación sobre los mercados municipales de Sagunto se centró en fomentar la concienciación de los comerciantes de los puestos tanto sedentarios como ambulantes sobre el impacto que supone el desarrollo de acciones que beneficien la salud de nuestro medioambiente y sobre la sociedad en general.

ACTUACIÓN

- Diagnóstico de su marco energético, huella de carbono e impacto de sus actividades sobre el medioambiente.
- Acciones lúdicas, culturales y gastronómicas bajo el lema "AL MERCAT, COM A CASA" implicando a profesionales, comercios y público (descritas más abajo).
- Acciones de concienciación para los consumidores, que pusieran en valor el comercio y los productos de cercanía, Km 0, cero desperdicios, etc.
- Seguimiento y medición del impacto.

A los comercios participantes se le entregó un código de buenas prácticas de negocios sostenibles, con estrategias de ahorro energético, eficiencia y gestión del consumo, y para concienciar a los clientes potenciales, se llevaron a cabo actividades bajo el lema "AL MERCAT, COM A CASA".

ACTIVIDADES DINAMIZACIÓN MERCADO INTERIOR

- Cocina de aprovechamiento.
Objetivo: aprender a transformar partes no habituales de alimentos para evitar desperdicio.
- Huella de carbono en acción
Objetivo: hacer visible el impacto de las decisiones de compra.

- Huerto urbano portátil.
Objetivo: conectar a los visitantes con el origen de los alimentos y fomentar el consumo km 0.
- Taller infantil "Mocaora saludable + smoothie".
Objetivo: con productos de proximidad donde se fomentaba la alimentación saludable.
- Showcooking Paella Paradise.
Objetivo: poner en valor un plato tan nuestro como la paella, pero con ingredientes de temporada, de proximidad, del huerto a la mesa.

ACTIVIDADES DINAMIZACIÓN MERCADO EXTERIOR

- Compra responsable km 0
Se enseñó a los clientes a identificar y a elegir productos de proximidad.
- Sabores locales: cata sensorial.
Objetivo: valorar y diferenciar productos km 0 frente a importados.
- Cesta sin residuos.
Objetivo: reducir envases de un solo uso durante las compras.
- Sagunt de temporada.
Objetivo: ruta guiada por diferentes paradas significativas del mercado exterior de Sagunto para mostrar sus productos más característicos, su calidad y su frescura.





CONCLUSIÓN

Las acciones de dinamización comercial constituyen una herramienta especialmente eficaz para fortalecer la actividad empresarial, estimular el consumo en el territorio mejorando la competitividad y rentabilidad del pequeño comercio, mantener la vitalidad de los entornos urbanos y consolidar un modelo de desarrollo local más equilibrado y sostenible.

En el último año, el despliegue de estas iniciativas ha permitido obtener resultados tangibles, beneficiando directamente a **4 municipios**, con la participación de **250 comercios** y un impacto estimado sobre **20.000 clientes**, lo que evidencia su capacidad para generar efectos positivos tanto en el tejido comercial como en la ciudadanía. En conjunto, la dinamización comercial se consolida como una línea de intervención estratégica para impulsar la economía de proximidad y el atractivo de los municipios de la provincia.