



Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio”



Junta de Andalucía
Consejería de Empleo, Empresa
y Trabajo Autónomo



Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio”. Versión v01. Diciembre de 2024.

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 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).

Francisco José García Rodríguez (Análisis socioeconómico y comercial).

Fernando Castillo Peñalosa (Análisis socioeconómico y comercial).

Colaboraciones:

Asociación de Comerciantes de San Fernando (ACOSAFE)

Centro Comercial Abierto Isla Comercio

Manuel Luna Verdugo (Presidente)

Nuria Roldán Poce (Gerente)

Ayuntamiento de San Fernando

Fernando López Gil (Concejal Delegada de Desarrollo Urbano Sostenible)

María Dolores Gómez Picardo (Concejal Delegada de Comercio y Mercados Municipales)

Este trabajo ha sido financiado por la Junta de Andalucía a través de la Orden de 6 de agosto de 2021, modificada por la Orden de 23 de diciembre de 2022, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva dirigidas a Ayuntamientos y destinadas a impulsar la mejora, modernización y promoción del comercio y la artesanía en Andalucía, mediante Resolución de 22 de octubre de 2024, de la Delegación Territorial de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la provincia de Cádiz.



Junta de Andalucía
Consejería de Empleo, Empresa
y Trabajo Autónomo

ÍNDICE

1. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICO	5
2. METODOLOGÍA	5
3. CONTEXTO	8
3.1. CONTEXTUALIZACIÓN GENERAL DEL TERRITORIO	8
3.1.1. Localización y características básicas geográficas	8
3.1.2. Características básicas de la población	10
3.1.3. Características básicas de la economía	12
3.1.4. Accesos y aparcamientos	14
3.2. RECURSOS PROPIOS DIFERENCIADORES	18
3.2.1. Productos, marcas, eventos y actividades dinamizadoras	18
3.2.2. Patrimonio y/o recursos con componente dinamizador de la economía	21
4. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR COMERCIAL	24
4.1. EL ÁREA POTENCIAL DE MERCADO DE SAN FERNANDO	24
4.1.1. Delimitación y estudio poblacional del Área Potencial de Mercado (APM) según isócronas	24
4.1.2. Potencial de personas consumidoras según el modelo de gravitación comercial (Índice de Huff)	26
4.1.3. Balance Comercial de la Estructura Comercial de San Fernando	29
4.1.4. Hábitos y Actitudes de Consumo de la Población	33
4.2. LA OFERTA COMERCIAL	55
4.2.1. Análisis cuantitativo (evolución y estructura comercial)	55
4.2.2. Concentración de la Estructura Comercial de San Fernando	63
4.2.3. Perfil de las Empresas Asociadas al CCA Isla Comercio	66
4.2.4. Valoración general del entorno comercial urbano	70
4.3. LA GESTIÓN DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN DEL CCA ISLA COMERCIO	80
4.3.1. Caracterización de la Asociación Gestora del CCA	80
4.3.2. El Papel del Ayuntamiento	85
4.4. SÍNTESIS DIAGNÓSTICA	86
4.4.1. Diagnóstico D.A.F.O.	86
4.4.2. Puntos Críticos	87

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

5. PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL	88
5.1. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA	88
5.1.1. <i>El Modelo Comercial del CCA Isla Comercio</i>	89
5.1.2. <i>Misión, Visión, Valores</i>	89
5.2. PLAN OPERATIVO DE ACTUACIÓN COMERCIAL.....	90
5.2.1. <i>Objetivos Estratégicos</i>	90
5.2.2. <i>Plan de Acción</i>	91
LÍNEA ESTRATÉGICA L1. MEJORA DE LA ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL CCA ISLA COMERCIO.....	93
LÍNEA ESTRATÉGICA L2. INCREMENTO DE LA VISUALIZACIÓN DEL CCA FRENTE A LA CLIENTELA.	108
LÍNEA ESTRATÉGICA L3. REVITALIZACIÓN URBANÍSTICO-COMERCIAL DEL CENTRO URBANO DE SAN FERNANDO.	119
LÍNEA ESTRATÉGICA L4. FACILITACIÓN DE LA ADAPTACIÓN DE LA PYME COMERCIAL.....	125
5.2.3. <i>Calendario de Ejecución</i>	130
5.2.4. <i>Presupuesto Estimado del Plan</i>	132
5.2.5. <i>Seguimiento y Evaluación del Plan</i>	135

1. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICO

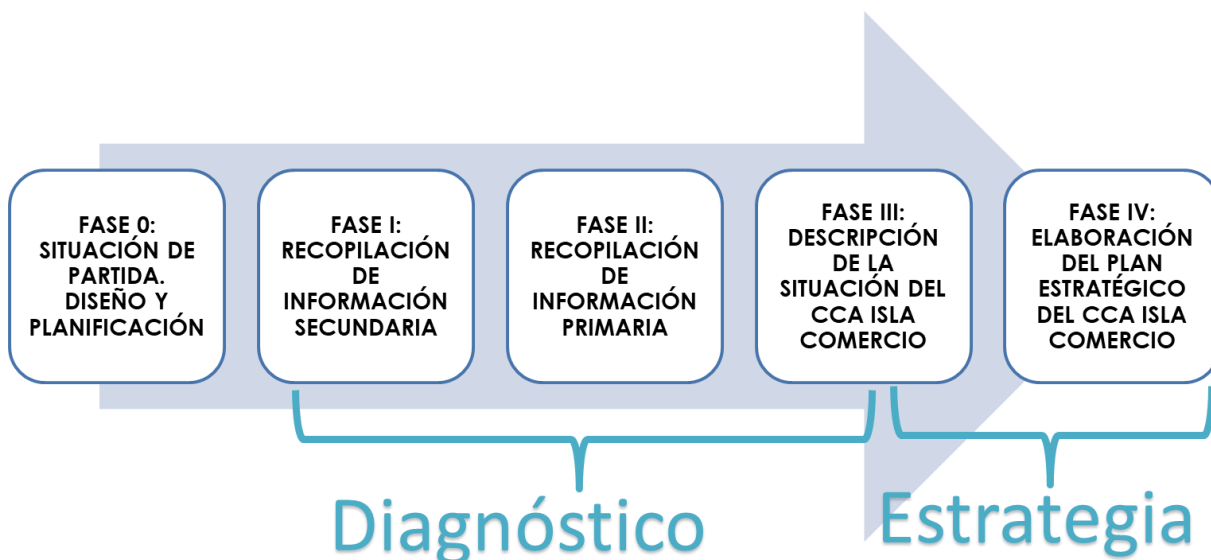
Dentro de las subvenciones en régimen de concurrencia competitiva destinadas a impulsar el asociacionismo comercial y artesano, a promocionar y dinamizar el pequeño comercio urbano y a promocionar la artesanía de Andalucía, la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía ha financiado a ACOSAFE la elaboración de Instrumentos de planificación de la estrategia de la asociación, un criterio indispensable para mantener el Reconocimiento Oficial como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

El Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto “Isla Comercio”, ha pretendido cumplir las siguientes funciones:

- Disponer de un plan estratégico participativo y de consenso. Fácil de implementar tanto en su diseño, como en las herramientas de gestión que se aporten para su gestión y ejecución.
- Que sirva como elemento para el mantenimiento como CCA reconocido oficialmente por la Junta de Andalucía
- Desarrollo de un plan de actuación que incluye acciones específicas que se alinean con las convocatorias de ayudas a asociaciones y a la administración, tanto las autonómicas como las ofrecidas por otros agentes.
- Alineación del plan estratégico con estrategias superiores de su ámbito local (Agenda Urbana, Plan de Movilidad Urbana Sostenible y Plan Estratégico y de Calidad de San Fernando).

2. METODOLOGÍA

El tipo de investigación realizado ha abarcado tanto estudio Exploratorios como Estudios Descriptivos, a fin de extraer todos los datos disponibles necesarios y los elaborados específicamente para el estudio. Se ha desarrollado un proceso sistemático de análisis para garantizar información homogénea en cuanto a su generación y fiabilidad en su obtención. El proceso sistemático de investigación ha tenido un carácter secuencial:



A continuación se desarrolla el proceso metodológico utilizado:

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

FASE O: SITUACIÓN DE PARTIDA, DISEÑO Y PLANIFICACIÓN

Objetivo: planificar correctamente el desarrollo del proyecto con los agentes implicados para su correcta ejecución.

Actividades:

- Definición de Objetivos.
- Directrices de Planificación y Desarrollo:
 - Estado situación CCA (Memoria de situación).
 - Identificación de la Documentación Secundaria disponible: nº y ubicación de socios, actuaciones de revitalización realizadas, contactos ...
 - Inicio de los diseños de herramientas de recopilación de información: entrevistas, encuestas, mesas de trabajo...
- Reuniones de trabajo (ACOSAFE, Ayuntamiento, Cámara y otros agentes de interés).
- Identificación de aspectos clave.

FASE I: RECOPIACION DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

Objetivo: recopilar toda la información necesaria y disponible ya existente sobre los diferentes parámetros que afectan al sector comercial en San Fernando en general y sobre el CCA Isla Comercio en particular.

Actividades:

- Recopilación y análisis de planes desarrollados en San Fernando (estrategia anterior del CCA, Agenda Urbana, Plan de Movilidad Urbana Sostenible, Plan de Calidad Turística...).
- Descripción Socioeconómica y del Comercio en San Fernando: estructura socioeconómica, tendencias del comercio, oferta y demanda comercial, marco legal, Balance Comercial...
- Identificación del estado actual del CCA: nº y ubicación de los socios del CCA, servicios ofrecidos, situación financiera...

FASE II: RECOPIACION DE INFORMACIÓN PRIMARIA

Objetivo: recopilar toda la información necesaria y disponible ya existente sobre los diferentes parámetros que afectan al sector comercial en San Fernando en general y sobre el CCA Isla Comercio en particular.

Actividades:

- Diseño de cuestionarios y Bases de datos.
- Encuesta a Comerciantes online.
- Análisis de la Demanda.
- Entrevistas Estructuradas/Mesas de Trabajo.

FASE III: DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN DEL CCA ISLA COMERCIO

Objetivo: tabulación y análisis de resultados para elaborar el diagnóstico de la realidad comercial del CCA Isla Comercio, lo que a su vez servirá de base para el diseño del plan de recomendaciones que definan la estrategia del CCA.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Actividades:

- Análisis de la Información Recopilada.
- Informes de situación (servicios ofrecidos por el CCA, estructura comercial, demanda, análisis cualitativo con agentes...).
- Realización de Análisis DAFO-CAME. Identificación de puntos críticos.
- Diagnóstico de la situación del CCA Isla Comercio.

ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DEL CCA ISLA COMERCIO

Objetivo: extraer las principales conclusiones de los diferentes análisis realizados y realizar las propuestas de actuación, con Programas específicos según materia, como instrumento de planificación de la estrategia del CCA y que estarán desarrolladas en fichas explicativas.

Actividades:

- Conclusiones. Problemas y necesidades estructurales y coyunturales detectadas.
- Orientación Comercial del CCA.
- Plan de Actuación Comercial: definición de Líneas Estratégicas y Medidas de Actuación.
- Redacción del Informe Final (Plan Estratégico del CCA Isla Comercio).

A continuación se exponen los resultados del trabajo realizado:

3. CONTEXTO

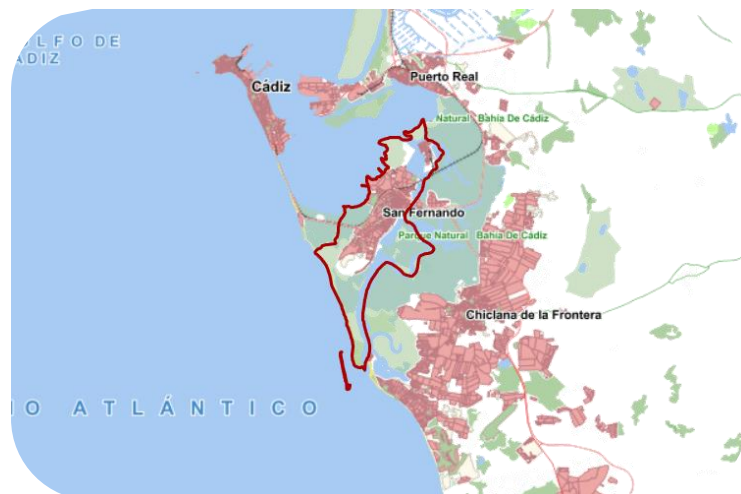
En este apartado se realiza una breve contextualización territorial de San Fernando centrada en aspectos que afectan al sector comercial como es la localización y las características socioeconómicas del municipio.

3.1. CONTEXTUALIZACIÓN GENERAL DEL TERRITORIO

Este apartado realiza un acercamiento a la realidad del municipio de San Fernando: su localización, las características básicas de su geografía, de su población, de su economía y de otros aspectos como las vías de acceso y los aparcamientos, que permita conocer las potencialidades y limitaciones propias de San Fernando que lo definen como territorio específico y que afectan indudablemente al sector comercial.

3.1.1. Localización y características básicas geográficas

San Fernando es una ciudad costera situada en la Bahía de Cádiz, en la provincia homónima. Su historia está estrechamente ligada al mar, siendo un importante enclave naval desde siglos atrás. Además del núcleo urbano principal, el término municipal de San Fernando abarca diversas zonas residenciales y núcleos de población.



Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA) 2024.

Comercialmente hablando, San Fernando pertenece a la Unidad Territorial Comercial Bahía de Cádiz, un área de carácter netamente polinuclear con una estructura urbana muy compleja y que es la principal concentración urbana del litoral sur-atlántico de la Península Ibérica.

La Bahía de Cádiz acoge una alta concentración urbana organizada a partir de un sistema polinuclear de ciudades, con una fuerte tendencia hacia la conurbación del espacio urbanizado, especialmente en las zonas más litorales. La Unidad Territorial Comercial Bahía de Cádiz se caracteriza por su enclave portuario, la presencia de núcleos urbanos medios en el ámbito subregional que no constituye una red jerarquizada con una ciudad principal a la cabeza, suponiendo un sistema de asentamientos condicionados por una geografía singular dominada por una compleja relación tierra-mar y una red de ciudades próximas en el espacio y de similar dimensión.

La jerarquía del ámbito se fundamenta en la capital provincial, Cádiz, que articula funcionalmente el territorio, y que mantiene una estrecha vinculación con las cuatro ciudades medias de Chiclana de la Frontera, El Puerto de Santa María, Puerto Real y San Fernando. Este ámbito territorial destaca por su carácter polinuclear que está marcado por la forma del territorio. El sistema natural acota y limita el crecimiento urbano estableciendo un freno a la conurbación. La ciudad principal, Cádiz, no alcanza el 20 % de la población total y su peso en el conjunto se ha ido reduciendo al tener agotada la posibilidad de crecimiento físico, como consecuencia de su condición de isla. La morfología del

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

conjunto de asentamientos se caracteriza por la localización costera de la mayor parte de los núcleos de población. Por una parte, Cádiz y San Fernando son islas rodeadas por las aguas que acotan el suelo disponible.

La ciudad de Cádiz se sitúa como el área urbana más importante de la Bahía. La crisis industrial y la carencia de suelo impuesta por la condición de isla del municipio de Cádiz, generaron una dinámica de pérdida de actividad industrial y relocalización de la población en las ciudades de la Bahía. De esta manera, San Fernando se configura como un área residencial estrechamente vinculada a Cádiz. Por tanto, el triángulo Cádiz-San Fernando -Puerto Real se perfila como un área urbana unitaria en donde la actividad, funciones y equipamiento característicos de las ciudades se presentan de forma complementaria.

La base económica productiva de la Bahía de Cádiz se ha sustentado históricamente en las actividades marinas, entre las cuales, destaca el comercio. La actividad portuaria favoreció el establecimiento de grandes manufacturas de carácter público que conformaron un tejido comercial inusual en la región, aunque se ha perdido parcialmente su importancia de otra época.

A partir de la década de los sesenta aparecen los polígonos exteriores a las áreas urbanas que incorporan la mayor parte de la actividad productiva en pequeñas y medianas empresas, generadoras de actividad, que se orientan a la comercialización y abastecimiento del mercado interior con productos elaborados en el exterior. Estas instalaciones se han localizado en los polígonos que han proliferado en las márgenes de las antiguas N-IV y N-340. Las actividades localizadas en estos corredores se nutren de una posibilidad excepcional y en coherencia con ella se convierten en puntos de focalidad y atracción supramunicipal para la instalación de actividades productivas, industriales, grandes instalaciones comerciales, equipamientos y servicios y urbanizaciones residenciales.

Realizando un análisis de la evolución temporal de las implantaciones de Grandes Superficies Minoristas (GSM) actualmente en funcionamiento de la unidad, se observa lo siguiente:

- En la década de los 70, la Unidad Territorial de la Bahía de Cádiz comienza a albergar GSM en el área de la Bahía, concretamente en El Puerto de Santa María, situándose fuera de la malla urbana de dicho núcleo. Los tipos de formatos corresponden con colectivos e individuales dentro de colectivos
- En la década de los 90 se produce un incremento en las GSM del ámbito. Se localizan en los municipios de Cádiz, Chiclana, San Fernando y El Puerto de Santa María, predominando los formatos individuales.
- A partir del año 2000 es cuando más nuevas GSM se ubican en la Unidad Territorial. En el municipio de Puerto Real abre su primera GSM de formato colectivo y los municipios de Cádiz, Chiclana de la Frontera y El Puerto de Santa María siguen albergando grandes superficies de todos los formatos.

Una situación que sigue ocurriendo, estando próximo a implantarse una nueva GSM en San Fernando (Parque Comercial Janer).

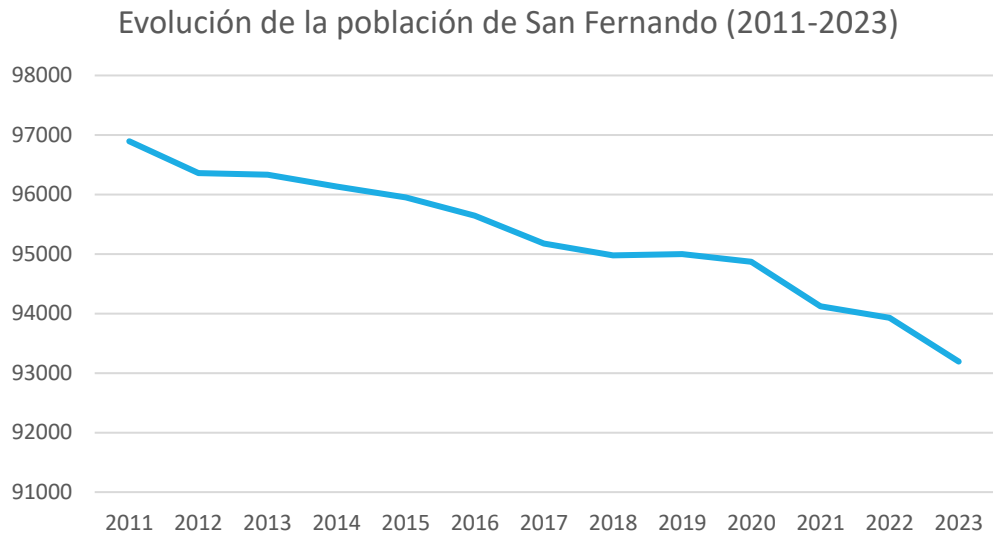
En este contexto, el Puerto de Santa María y Chiclana de la Frontera son los municipios con mayor peso comercial de la Unidad Territorial. En el caso de Cádiz, a pesar de ser la ciudad principal del ámbito, su particular localización complica cualquier posibilidad de crecimiento territorial, limitando la localización de nuevas GSM en el núcleo, a excepción de las que puedan surgir como consecuencia de cambios de usos y regeneración de espacios en el interior del casco urbano.

Existen centros comerciales abiertos con reconocimiento oficial en Cádiz, El Puerto de Santa María y San Fernando (Isla Comercio).

Una vez ubicado San Fernando en su contexto de la Bahía de Cádiz, se procede a realizar un análisis específico de la situación socioeconómica del municipio.

3.1.2. Características básicas de la población

La población total de San Fernando cuenta con un total de 93.193 habitantes en 2023 (INE, 2023). Esta cifra se mantiene en descenso, disminuyendo un 3,39% desde entonces, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico.



Fuente: INE, Padrón Municipal, 2024. Elaboración propia.

Respecto al reparto de la población entre hombres y mujeres, se observa una equidad entre ambos, representando las mujeres el 50,78% de la población y, los hombres, el 49,22%.

	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
MUJERES	48.207	48.251	48.590	48.581	48.552	48.572	48.848	48.960	48.999	48.983	48.936
(%) MUJERES	51,32	51,27	51,22	51,14	51,12	51,03	51,07	51,03	50,97	50,85	50,78
HOMBRES	45.720	45.869	46.277	46.420	46.427	46.602	46.795	46.989	47.132	47.352	47.425
% HOMBRES	48,68	48,73	48,78	48,86	48,88	48,97	48,93	48,97	49,03	49,15	49,22
TOTAL	93.927	94.120	94.867	95.001	94.979	95.174	95.643	95.949	96.131	96.335	96.361

Fuente: INE, Padrón Municipal, 2024. Elaboración propia.

La comarca en general ha perdido un 1.37% de población en el periodo 2012-2023.

Acerca de las ciudades que han experimentado una pérdida de población, San Fernando se encuentra por encima de la media, al haber experimentado una perdida poblacional del 2,37%. Junto con Cádiz, son las únicas ciudades que pierden población, si bien esta lo hace en un 9,79%, lo que deriva en un aumento notablemente de la media.

En cuanto a las ciudades que han experimentado un aumento poblacional se encuentran El Puerto de Santa María (0,84%), Puerto Real (1,70%) y Chiclana de la Frontera (9,36%).

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Municipio	2012	2023	Saldo	(%)
Cádiz	123.948	111.811	-12.137	-9,79%
Chiclana de la Frontera	81.113	88.709	7.596	9,36%
El Puerto de Santa María	89.068	89.813	745	0,84%
Puerto Real	41.364	42.069	705	1,70%
San Fernando	96.361	94.072	-2.700	-2,37%
TOTAL	432.265	426.329	-5.936	-1,37%

Fuente: INE, Padrón Municipal, 2024. Elaboración propia.

La pirámide poblacional del municipio (2011) presenta un reparto bastante equitativo respecto a los tramos de edad, siendo el más predominante la población menor de 26 años, representando más del 30% total de la población de San Fernando. En el lado opuesto, se observa cómo es la Generación silenciosa (>70 años) la que ocupa el tramo de menor población (8,57%).

Generación	Población	(%)
Generación Z y Alfa (< 26 años)	29.412	30,35%
Generación Y - Millenials (26-38 años)	20.194	20,84%
Generación X (39-50 años)	18.301	18,89%
Baby Boomers (51-70 años)	20.679	21,34%
Generación silenciosa (> 70 años)	8.308	8,57%
TOTAL	96.894	100,00%

Fuente: INE, Padrón Municipal, 2024. Elaboración propia.

Además de conocer las características básicas de la población de San Fernando, es de especial interés desglosar esta población en generaciones de consumo. La información de los diferentes colectivos facilita conocer cómo interactúa o reacciona este a los sucesos económicos, sociales o tecnológicos que suceden a su alrededor y especialmente en sus preferencias de consumo, lo que es una herramienta muy valiosa para adaptar productos y servicios a sus preferencias.

En el caso concreto de la población de San Fernando, se comprueba cómo la principal generación de consumo que destaca en esta población es la denominada Generación Z y la Generación Alfa (< 26 años), esta última, ya nacidos digitales. Estas generaciones han crecido (o nacido) con la expansión masiva de Internet y son muy críticos con todo lo que le rodea, además de exigir inmediatez.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

El segundo segmento en importancia de las personas consumidoras se concentra en la generación denominada Baby Boomers (entre 51 y 70 años), aquellos que tienen mayor capacidad de consumo y que a la vez, valoran mucho la calidad y comodidad. También han incrementado su consumo digital, por lo que la transición digital del comercio San Fernando tendrá que ser un aspecto a tener en cuenta.

Pero en general, por el propio peso poblacional del municipio (al que hay que añadir la capacidad de atracción del resto de municipios de la comarca), existe mercado suficiente para todos los segmentos de consumo.

3.1.3. Características básicas de la economía

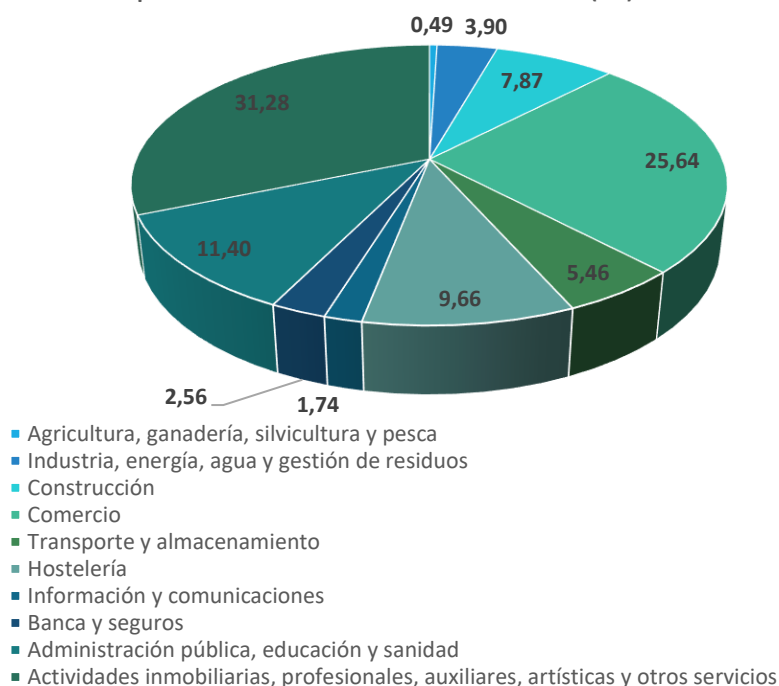
El cierre de empresas clave, secciones de Navantia y bases militares en San Fernando ha tenido un impacto severo en su economía. La reducción de actividad en el sector naval y militar, motores históricos de empleo y desarrollo, ha generado un efecto dominó que ha afectado a sectores complementarios como la logística y el transporte. La pérdida de estas fuentes de empleo ha disminuido el poder adquisitivo local y agravado el desempleo.

El sector comercial ha sufrido una drástica caída en ventas debido a la menor capacidad de consumo de la población. Muchos negocios han cerrado sus puertas, reduciendo la oferta comercial y debilitando el tejido económico de la ciudad. Los comercios que han sobrevivido se han visto obligados a adaptarse, diversificando su oferta y buscando formas innovadoras de atraer clientes en un entorno adverso.

A largo plazo, San Fernando enfrenta retos significativos como el envejecimiento poblacional, dificultando la reactivación del consumo y la atracción de inversiones. Para contrarrestar estos efectos, la ciudad trabaja en diversificar su economía hacia sectores como turismo, pesca y servicios. Sin embargo, estos cambios requieren tiempo, recursos y una planificación estratégica que aproveche las fortalezas de la región.

A nivel económico, San Fernando presenta una estructura diversificada que se apoya en actividades inmobiliarias, profesionales, auxiliares, artísticas y otros servicios (31,28%). Si bien el comercio (25,64%) y administraciones públicas, educación y sanidad (11,40%) juegan un papel fundamental en la economía local. La ciudad también destaca por la hostelería (9,66%).

Reparto porcentual del peso de los sectores productivos de San Fernando (%)



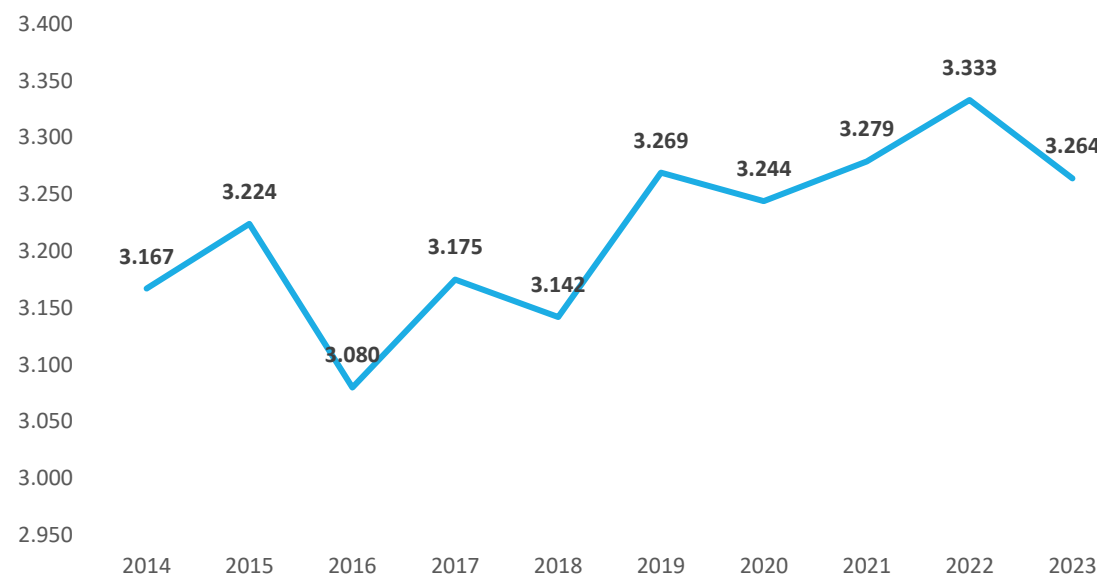
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) 2024.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

El sector empresarial de San Fernando se encuentra en una situación de crecimiento irregular desde 2016 incrementándose en un 5,97% el número de empresas respecto a 2016.

Evolución del número de empresas 2014-2023



* La evolución del número de empresas 2014-2023 no incluye, para ninguno de los años, las empresas incluidas en la actividad económica agricultura, ganadería, silvicultura y pesca debido a falta de datos estadísticos.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) 2024.

La forma jurídica predominante son las empresas de persona física, siendo más del 73% del sector empresarial, presentando un aumento respecto a 2014 del 5,31% de las empresas de dicha tipología.

Forma jurídica	2023	(%)	2014	(%)
Persona física	2.398	73,11%	2.277	71,90%
Sociedades anónimas	24	0,73%	41	1,29%
Sociedades de responsabilidad limitada	621	18,93%	583	18,41%
Sociedades cooperativas	8	0,24%	24	0,76%
Sociedades colectivas	1	0,03%	1	0,03%
Comunidades de bienes y herencias yacentes	96	2,93%	94	2,97%
Asociaciones	83	2,53%	71	2,24%
Sociedades civiles, con o sin personalidad jurídica	34	1,04%	55	1,74%
Corporaciones locales	1	0,03%	1	0,03%

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Organismos públicos	1	0,03%	2	0,06%
Congregaciones o instituciones religiosas	10	0,30%	11	0,35%
Uniones Temporales de Empresas	1	0,03%	3	0,09%
Otros tipos no definidos en el resto de las claves	2	0,06%	4	0,13%
TOTAL	3.280	100%	3.167	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) 2024.

3.1.4. Accesos y aparcamientos

Tras analizar documentación como la Agenda Urbana, PMUS, así como otra bibliografía de referencia se obtienen las siguientes conclusiones:

Diagnóstico Actual Aparcamientos

La mayoría de los vehículos privados ocupan la calzada y áreas peatonales, reduciendo la calidad del espacio público y limitando actividades como el desplazamiento, la estancia y las relaciones sociales. Debido a ello, existe una disparidad entre la demanda de plazas y su oferta en espacios designados fuera de las calles.

Objetivos

- Optimización del Espacio Público:
 - Recuperar el espacio urbano para los peatones, reduciendo el uso de vehículos privados en zonas clave.
 - Promover la movilidad sostenible y fomentar entornos peatonales atractivos.
- Fortalecimiento de la Movilidad Intermodal:
 - Facilitar la conexión entre los aparcamientos estratégicos y el transporte público o alternativas sostenibles.
- Accesibilidad y Sostenibilidad:
 - Garantizar plazas de aparcamiento suficientes para residentes y visitantes en áreas estratégicas, especialmente en la periferia del centro urbano.
 - Reducir el impacto ambiental asociado al tráfico en la ciudad.

Estrategias Propuestas

- Red de Aparcamientos Tácticos:
 - Establecer aparcamientos gratuitos fuera de la calzada, ubicados estratégicamente junto a vías principales y a menos de 500 metros de las áreas comerciales y peatonales.



Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”



- Construcción de aparcamientos en altura en zonas con alta densidad poblacional o restricciones de espacio.
- 2. Restricción y Reorganización del Tráfico:
 - Reducción progresiva de plazas de aparcamiento en aceras, medianas y calles del centro histórico.
 - Peatonalización de áreas clave, especialmente en supermanzanas, para priorizar la movilidad peatonal y ciclista.



- 3. Facilitación de la Movilidad:
 - Implementar itinerarios peatonales desde los aparcamientos hasta los principales destinos comerciales y turísticos.
 - Mejorar la señalización y accesibilidad de estos itinerarios para fomentar su uso.
- 4. Planificación Normativa y Operativa:
 - Aplicar la Ordenanza para una Movilidad Amable y Sostenible de San Fernando, regulando el uso y acceso de los vehículos a las áreas peatonales y de baja velocidad.
 - Consolidar un Plan Director de Aparcamientos Tácticos que incluya inversiones para ampliar y mejorar las infraestructuras.



Impacto Esperado

1. Revitalización del Comercio Local: Un entorno urbano más accesible y atractivo fomentará la afluencia de visitantes a las áreas comerciales.
2. Mejora de la Habitabilidad Urbana: Espacios públicos más limpios y libres de tráfico vehicular incrementarán la calidad de vida y el atractivo turístico.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”



3. Sostenibilidad y Conciencia Ambiental: El diseño de movilidad y aparcamiento reducirá la huella de carbono, contribuyendo a los objetivos climáticos de la ciudad.

Indicadores de Éxito

- Incremento en el uso de aparcamientos tácticos y transporte público.
- Reducción del tráfico vehicular en zonas céntricas.
- Crecimiento en la afluencia peatonal a las áreas comerciales.
- Percepción positiva de los residentes sobre los cambios implementados.

Diagnóstico Actual Transporte Público

1. La Agenda Urbana de San Fernando propone un modelo basado en la movilidad sostenible, reorganización urbana y priorización del transporte público. Los puntos principales incluyen:
2. Fomento del transporte público como eje principal de la movilidad urbana y metropolitana.
3. Tranvía Cádiz-Chiclana como pilar del sistema intermodal, con un impacto significativo en la Calle Real.
4. Impulso del uso de transportes no motorizados (bicicletas y peatones), reduciendo contaminación y ruido.

Supermanzanas y Jerarquización Viaria:

- Supermanzanas para reorganizar el tráfico y dar prioridad al peatón. El modelo busca reducir el tráfico de paso y favorecer el acceso de residentes a zonas interiores.

Peatonalización:

- La Calle Real se ha rediseñado para priorizar peatones y tranvías, mejorando la experiencia urbana. Esta transformación incluye la reducción de aparcamientos en vía pública y la mejora del transporte público.

Intermodalidad:

- Integra diversos modos de transporte (tranvía, autobuses, taxis, bicicletas) en un sistema cohesivo. Más del 80% de la población tiene acceso a una parada cercana de transporte público.



Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Sostenibilidad:

- Renovación de la flota de transporte con vehículos híbridos y sostenibles.
- Introducción de un billete único para facilitar la movilidad colectiva en toda la Bahía de Cádiz.

Reorganización Urbana:

- Se han reconfigurado arterias principales para conectar mejor la ciudad y optimizar el espacio urbano.
- La transformación ha generado nuevos espacios abiertos, fortaleciendo el comercio y el turismo.

Futuro del Transporte:

- Se proyecta un modelo de transporte público más accesible, eficiente y sostenible. El plan apuesta por cerrar un anillo de transporte colectivo y priorizar nuevas infraestructuras.

Gestión de Ordenanza Reguladora de Aparcamiento y Transporte Público

En San Fernando, AUSSA es la empresa especializada en la gestión de aparcamientos y estacionamiento regulado, administra la zona azul y brindando varios servicios clave, entre los que destacan:

1. Implementación y Mantenimiento:
 - Responsable de instalar la señalización, parquímetros y la infraestructura necesaria para la zona azul.
 - Realiza el mantenimiento y reparación de equipos en caso de averías.
2. Control y Vigilancia:
 - Supervisa el uso de las plazas mediante sistemas de control remoto, asegurando el cumplimiento de la normativa y correcto uso de los espacios.
3. Gestión de Pagos: Ofrece varias opciones de pago para mayor comodidad:
 - Parquímetros: Aceptan efectivo y tarjeta.
 - Aplicaciones móviles: Uso de herramientas como Apparkya o Telpark para pagos desde el smartphone.
 - SMS: En ciertos casos, permite pagar enviando un mensaje de texto.
4. Información al Usuario:
 - Proporciona detalles sobre horarios, tarifas y áreas reguladas a través de señalización, apps, su web y campañas informativas.
5. Innovación:
 - Aplica tecnologías como inteligencia artificial para predecir plazas libres y guiar a los conductores hacia ellas, mejorando la experiencia del usuario.



Por otro lado, en lo que a transporte público se refiere Trambahía es un tranvía que conecta Chiclana, San Fernando y Cádiz, marcando un antes y un después en la movilidad urbana. Ofrece una alternativa sostenible y eficiente al transporte privado, promoviendo una mayor conectividad y reducción de emisiones.

La gestión integral de Trambahía está a cargo de la Agencia de Obra Pública de la Junta de Andalucía, responsable de:

- Planificación: Definir rutas, horarios, frecuencias y puntos de parada para optimizar el servicio.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

- Explotación: Delegar la operación en empresas como Renfe, que gestionan la conducción y atención al público.
- Mantenimiento: Garantizar la seguridad y correcto funcionamiento de la infraestructura y trenes.
- Mejoras continuas: Introducir innovaciones para optimizar el sistema.

Entre sus características, destaca su integración con la red de transporte público de la Bahía de Cádiz, facilitando la movilidad de los ciudadanos. Emplea tecnología avanzada, como sistemas de información al pasajero y control de acceso, para mejorar la experiencia del usuario.

Asimismo, es un modelo de sostenibilidad, reduciendo emisiones de CO2 y mejorando la calidad del aire. Por otro lado, prioriza la seguridad con estrictos protocolos y un mantenimiento constante de sus operaciones.



3.2. RECURSOS PROPIOS DIFERENCIADORES

San Fernando como municipio cuenta con recursos que constituyen elementos clave para su desarrollo y diferenciación en el ámbito comercial de la Bahía de Cádiz. Estos recursos son fundamentales para mejorar la competitividad del comercio local, atraer a más visitantes y consolidar la ciudad como un destino atractivo, tanto para los residentes como para los turistas. Aprovechar estos recursos no solo permite fortalecer el tejido comercial, sino también contribuir al crecimiento de la economía local mediante una oferta diferenciada, que resalta la singularidad de San Fernando.

En este sentido, los recursos propios diferenciadores del municipio, que a su vez están reflejados en la asociación, son aquellos activos, capacidades y características que le otorgan una ventaja competitiva frente a otros destinos comerciales. Estos recursos son diversos y abarcan varios aspectos clave, que se describen a continuación. A través de su adecuada gestión y explotación, se busca maximizar su impacto y aprovechar todo su potencial para generar dinamismo económico.

La utilización estratégica de estos recursos diferenciadores permitirá a la Asociación de Comerciantes de San Fernando fortalecer su presencia en el mercado, generar nuevas oportunidades de negocio y contribuir al dinamismo económico de la ciudad. El potencial de los productos y marcas locales, sumado a la capacidad para organizar eventos atractivos y al aprovechamiento de los recursos patrimoniales y naturales, tiene el poder de transformar San Fernando en un modelo de comercio local integrado con su identidad cultural y su entorno.

3.2.1. *Productos, marcas, eventos y actividades dinamizadoras*

Productos

En San Fernando, el cazón en adobo, conocido como "bienmesabe", es un símbolo de la gastronomía local y una de las especialidades más representativas de la ciudad. Este plato tradicional, elaborado con pescado fresco marinado en especias y vinagre antes de freírse, forma parte esencial de la cultura culinaria de la Bahía de Cádiz y es muy apreciado tanto por residentes como por visitantes.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

El "bienmesabe" desempeña un papel destacado en la oferta gastronómica de San Fernando, siendo un atractivo principal en bares y restaurantes de la ciudad. Su presencia en las cartas de numerosos establecimientos fomenta el consumo local y contribuye a generar experiencias gastronómicas asociadas a la identidad cultural isleña.

La promoción del cazón en adobo como recurso clave en la estrategia turística y comercial de San Fernando puede reforzar su impacto económico. Herramientas como rutas temáticas gastronómicas, eventos específicos centrados en el "bienmesabe", y campañas de comunicación que lo posicionen como un elemento icónico de la ciudad, ayudarían a consolidar su reputación. Estas iniciativas no solo atraerían a más visitantes, sino que también incentivarían el desarrollo del comercio local vinculado a la restauración.

El "bienmesabe", por su conexión con la tradición y su capacidad de generar experiencias únicas, tiene el potencial de ser un motor dinamizador para la economía local, fortaleciendo la posición de San Fernando como un destino gastronómico de referencia en la provincia de Cádiz.

Eventos/actividades dinamizadoras

La Asociación de Comerciantes de San Fernando (ACOSAFE) organiza un calendario diverso de actividades con el propósito de dinamizar el comercio local, fomentar el consumo en la hostelería, y promover la interacción de residentes y visitantes con la oferta cultural, gastronómica y comercial de la ciudad. Estas actividades están diseñadas para fortalecer el tejido económico, atraer a nuevos consumidores y consolidar la imagen de San Fernando como un destino destacado.

Ruta Gastronómica de Andalucía

Esta iniciativa ofrece a los establecimientos locales la oportunidad de presentar platos típicos de la gastronomía andaluza, destacando la variedad y riqueza culinaria de la región. Durante el desarrollo de esta ruta, los participantes proponen menús o tapas especiales que permiten a los clientes realizar un recorrido gastronómico por Andalucía sin salir de San Fernando. El evento no solo fomenta la afluencia a los bares y restaurantes participantes, sino que también enriquece la oferta turística, atrayendo a visitantes interesados en la cultura y el sabor de la tierra.

Campañas del Día del Padre y del Día de la Madre

Estas campañas están diseñadas para resaltar el comercio local como el lugar ideal para encontrar el regalo perfecto. A través de promociones, sorteos y descuentos exclusivos, los negocios participantes se convierten en un punto de referencia para los clientes que buscan productos personalizados y de calidad. Además, se refuerza la visibilidad de los comercios mediante acciones de marketing en redes sociales y medios locales, fortaleciendo la conexión con los consumidores.

Media Maratón Bahía de Cádiz

En el marco de este importante evento deportivo, ACOSAFE realiza una acción promocional que busca vincular el comercio y la hostelería local con los participantes y asistentes. La distribución de panfletos y materiales promocionales destaca la oferta gastronómica y comercial de San Fernando, aprovechando la visibilidad de la maratón para atraer a nuevos clientes. Esta estrategia permite que el evento deportivo trascienda el ámbito deportivo, generando un impacto positivo en la economía local.

Ruta de la Caballa

Esta ruta se centra en uno de los productos más emblemáticos de la gastronomía de San Fernando: la caballa. Los establecimientos hosteleros participantes ofrecen durante varias semanas diferentes elaboraciones de este pescado, desde las recetas tradicionales hasta interpretaciones más innovadoras. La actividad promueve la identidad culinaria de la ciudad, incentiva el consumo en los negocios locales y posiciona a San Fernando como un destino atractivo para los amantes de la gastronomía.

Noche Blanca

La Noche Blanca transforma el centro de San Fernando en un espacio lleno de vida, donde el comercio local toma protagonismo. Durante esta jornada, las tiendas ofrecen descuentos especiales y extienden su horario, mientras que las calles se llenan de actividades como pases de moda, actuaciones musicales y espectáculos en directo. Este evento combina entretenimiento y promoción comercial, generando una experiencia única que fomenta la afluencia de público y el incremento de las ventas.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Feria Gastronómica de la Bahía

Este evento reúne a los mejores establecimientos de la zona para presentar una selección de platos y productos representativos de la Bahía de Cádiz. La feria, celebrada en un espacio emblemático de San Fernando, permite a los asistentes disfrutar de una experiencia culinaria de calidad y refuerza la identidad gastronómica de la ciudad. Además, se convierte en una plataforma para que los negocios locales se den a conocer, amplíen su clientela y fortalezcan su reputación.

Ruta Halloween

En esta actividad temática, los establecimientos hosteleros de San Fernando elaboran tapas y platos inspirados en la festividad de Halloween. La creatividad y la ambientación especial que acompaña a la ruta generan un ambiente festivo que atrae a familias, jóvenes y turistas. Esta iniciativa dinamiza la hostelería en una fecha señalada, fomentando la participación ciudadana y la visibilidad de los negocios.

Campaña Navideña

La campaña de Navidad se convierte en uno de los momentos clave para el comercio local. ACOSAFE organiza una serie de actividades, como sorteos, descuentos y eventos temáticos, que incentivan las compras en los negocios de San Fernando. Entre las acciones destacadas se incluyen la tradicional cabalgata de Papá Noel, que recorre las principales calles de la ciudad, y la instalación de una ludoteca en la Plaza del Carmen, que ofrece un espacio de entretenimiento para los más pequeños mientras las familias realizan sus compras. La campaña busca aprovechar la alta afluencia de público en estas fechas para consolidar la fidelidad de los clientes y atraer nuevos consumidores.

Street Market

El Street Market se desarrolla como un mercado urbano donde los comerciantes locales exhiben y venden sus productos en espacios abiertos, fomentando un ambiente dinámico y accesible. Este evento, acompañado de actividades recreativas y promociones especiales, refuerza la relación entre los comercios y la comunidad, al tiempo que atrae a un público más amplio interesado en descubrir la oferta local.

Ruta Gastronómica de Semana Santa

Aprovechando el atractivo turístico y cultural de la Semana Santa, esta ruta gastronómica invita a los establecimientos hosteleros a ofrecer platos típicos de la temporada. La iniciativa conecta la tradición religiosa con la oferta culinaria de San Fernando, brindando a los asistentes una experiencia enriquecedora que combina cultura, sabor y descubrimiento.



Estas actividades refuerzan el compromiso de ACOSAFE con el desarrollo del comercio y la hostelería en San Fernando, generando oportunidades de crecimiento y promoviendo un entorno vibrante y atractivo para residentes y visitantes.

3.2.2. Patrimonio y/o recursos con componente dinamizador de la economía

San Fernando está situada en la Bahía de Cádiz, una de las zonas más privilegiadas de Andalucía en términos de paisaje y biodiversidad. Este entorno geográfico tiene una doble función en la dinamización económica: primero, a través de su atractivo como destino turístico natural y, segundo, por su relevancia histórica en términos de comercio marítimo y defensa. La proximidad al Parque Natural de la Bahía de Cádiz no solo lo convierte en un sitio atractivo para actividades como el ecoturismo y el turismo de naturaleza, sino que también favorece actividades de investigación y conservación ambiental, contribuyendo a un turismo sostenible.

La ciudad se encuentra conectada por diferentes vías de comunicación, facilitando el acceso a turistas de otras regiones y reforzando la interacción con el resto de la provincia de Cádiz. Su puerto y la cercanía con otros núcleos turísticos importantes como Cádiz o la Costa de la Luz potencian la afluencia de visitantes.

Patrimonio Material

El patrimonio material de San Fernando es esencial para la economía de la ciudad debido a su potencial para atraer turistas interesados en la historia, la arquitectura y el arte. Este tipo de patrimonio se presenta a través de monumentos, castillos, iglesias, museos y otras infraestructuras que sirven como puntos de interés turístico y cultural. Veamos algunos ejemplos claves:

Hornos Púnicos y Fenicios y el Poblado Neolítico de Camposoto

Estos yacimientos arqueológicos son fundamentales para entender los primeros asentamientos humanos en la zona. A nivel turístico, San Fernando se posiciona como un destino de turismo arqueológico, ofreciendo a los turistas la oportunidad de descubrir los vestigios de civilizaciones fenicias y neolíticas. Además, el desarrollo de actividades de divulgación y restauración puede generar empleo directo e indirecto.

Castillos y Fortificaciones

Castillo de Sancti-Petri y Castillo de San Romualdo: Estos castillos no solo tienen valor histórico, sino que también contribuyen al atractivo turístico de la ciudad. El Castillo de Sancti-Petri, por ejemplo, está vinculado a la historia naval de la ciudad, y su restauración y puesta en valor pueden ser un motor para el turismo cultural y la organización de eventos relacionados con la historia militar y marítima.

Las Baterías de Urrutia, San Genís y Aspiroz: Fueron esenciales para la defensa de la Bahía de Cádiz. A través de su conservación, se pueden organizar visitas guiadas que ayuden a promover el turismo de historia militar.

Monumentos religiosos

Las iglesias y ermitas de San Fernando, como la Iglesia Mayor de San Pedro y San Pablo y la Iglesia del Carmen, son patrimonios de gran importancia tanto religiosa como cultural. Estos templos sirven como lugares de culto y también como centros turísticos. Durante la Semana Santa, las iglesias se convierten en el centro de actividades litúrgicas, lo que contribuye a la dinamización de la economía local a través de la hostelería y el turismo religioso.

Museos y Centros Culturales

Museo Histórico Municipal: Ofrece una visión profunda de la historia de San Fernando, lo que atrae tanto a turistas como a estudiantes y académicos interesados en la historia local.

Museo Naval: Refleja el vínculo histórico de la ciudad con la Armada y el mar. Este tipo de museos actúa como una plataforma para promover el turismo cultural y marítimo.

Centro de Interpretación del Parlamentarismo: Dado el importante papel de la ciudad durante las Cortes de Cádiz, este centro permite a los visitantes conocer la historia constitucional de España. Además, contribuye a la educación cívica, lo que también fomenta el turismo cultural.

Patrimonio Inmaterial

El patrimonio inmaterial está relacionado con las tradiciones, fiestas y costumbres que se transmiten de generación en generación y juegan un papel clave en la identidad cultural de San Fernando.

Carnaval de San Fernando

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

El Carnaval isleño es uno de los eventos más importantes de la ciudad, conocido por su carácter festivo y su arraigo popular. Actividades como el Pregón del Carnaval, el Concurso de Disfraces, la Carrera de Agrupaciones Carnavalescas y la Gran Cabalgata atraen miles de turistas cada año, contribuyendo al dinamismo económico de la ciudad, especialmente en los sectores de hostelería, comercio y servicios. Además, el carnaval isleño tiene un carácter único, lo que lo convierte en un atractivo cultural con potencial de internacionalización.

Semana Santa

La Semana Santa de San Fernando, declarada de Interés Turístico Nacional, es otra de las festividades clave de la ciudad. Las procesiones y actos religiosos, junto a la devoción popular, generan un flujo de turistas que visitan la ciudad para presenciar las celebraciones. Esto beneficia la economía local, especialmente la restauración y el alojamiento. Las cofradías locales también son una parte fundamental de la identidad social y religiosa de la ciudad, lo que hace que la Semana Santa sea un evento que perdura en el tiempo, enriqueciendo la oferta cultural.

Feria del Carmen y de la Sal

Esta festividad, vinculada a la Virgen del Carmen, patrona de la ciudad, es otro evento que combina tradición religiosa con cultura popular. Las actividades, como conciertos, ferias y procesiones, son una fuente importante de ingresos para el comercio local. Este tipo de festividades también refuerza el sentido de comunidad y genera un turismo que va más allá del ámbito religioso, abarcando también el entretenimiento.

Otras festividades y tradiciones

Las Fiestas de Tosantos, la Romería de San Servando y San Germán y otras verbenas locales como la de San Juan o la de la Vera Cruz son eventos de gran arraigo que refuerzan la identidad cultural de la ciudad. Estos eventos contribuyen a la dinamización de la economía a través de la participación de comerciantes locales, artesanos y artistas, quienes tienen la oportunidad de promocionar sus productos y servicios.

Oferta Cultural y Tradicional

San Fernando posee una rica oferta cultural que abarca desde museos, centros de interpretación hasta festivales y eventos. Su Centro de Congresos Cortes Real Isla de León se dedica a la organización de congresos, seminarios y eventos culturales que atraen a profesionales de diversas áreas, impulsando la economía local mediante el turismo de negocios. La presencia de la Biblioteca Luis Berenguer y la Real Academia de San Romualdo de Ciencias, Letras y Artes también contribuye a un entorno cultural vibrante y fomenta la actividad académica y literaria, lo que enriquece la oferta cultural y refuerza la identidad intelectual de la ciudad.

Dinamización Económica a través del Patrimonio

La protección y promoción del patrimonio de San Fernando no solo contribuye a la conservación de la identidad cultural, sino que también genera beneficios económicos tangibles. El turismo cultural y la organización de eventos no solo atraen visitantes, sino que también generan empleo y fomentan la inversión en infraestructuras. La conservación de monumentos, la promoción de las festividades locales y la difusión de la cultura tradicional son elementos que refuerzan el tejido económico de la ciudad, involucrando a sectores como la hostelería, el comercio, el transporte y los servicios turísticos.

Además, la restauración y mantenimiento de monumentos históricos y edificios, como el Castillo de Sancti-Petri o el Museo Naval, pueden generar empleo en áreas de la construcción, restauración y gestión cultural, promoviendo la sostenibilidad económica y social de la ciudad a largo plazo.

En resumen, San Fernando es un ejemplo claro de cómo el patrimonio, tanto material como inmaterial, juega un papel fundamental en la dinamización económica, convirtiendo a la ciudad en un destino turístico multifacético que combina historia, cultura, naturaleza y tradición.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”



En definitiva, la Asociación de Comerciantes de San Fernando tiene una oportunidad única para vincular el patrimonio material e inmaterial de la ciudad con la dinamización de la economía local. Con un enfoque estratégico, esta asociación puede convertirse en un impulsor clave del turismo, facilitando la promoción de los productos y servicios de la ciudad de una manera alineada con los eventos culturales y festivos. A través de colaboraciones con las administraciones locales, los comerciantes pueden establecer sinergias para ofrecer experiencias turísticas que incluyan visitas a los monumentos, actividades relacionadas con el patrimonio, y promociones especiales durante las festividades. Este tipo de iniciativas no solo enriquecerá la experiencia de los turistas, sino que también incrementará el consumo local.

Además, la Asociación de Comerciantes tiene la posibilidad de desempeñar un papel crucial durante los eventos más relevantes de la ciudad, como el Carnaval o la Semana Santa. En estos períodos de alta afluencia turística, los comercios pueden aprovechar el flujo de visitantes para ofrecer productos artesanales locales, gastronomía típica y servicios relacionados con la historia y la cultura de San Fernando. De esta forma, se crea una oferta comercial vinculada al patrimonio que beneficia tanto a los comercios como al turista, generando un ciclo económico positivo.

La colaboración entre la Asociación de Comerciantes y otras entidades culturales y turísticas de la ciudad puede llevar a la creación de rutas culturales, festivales de artesanía o mercados temáticos que pongan en valor los productos locales. Mediante esta integración de la cultura y el comercio, San Fernando tiene la oportunidad de reforzar su identidad y posicionarse como un referente turístico de la región, donde el patrimonio no solo es una fuente de orgullo, sino también una herramienta activa para el crecimiento económico.

4. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR COMERCIAL

El presente epígrafe tiene como objetivo analizar la evolución y la estructura actual del comercio en la San Fernando. Se ha examinado la transformación que ha experimentado el sector a lo largo del tiempo, así como su configuración actual en términos de tipos de comercio, número de establecimientos y distribución geográfica y área de mercado. Asimismo, se ha realizado un perfil del comerciante asociado al CCA Isla Comercio, identificando sus características y cómo percibe la situación comercial.

4.1. EL ÁREA POTENCIAL DE MERCADO DE SAN FERNANDO

El presente epígrafe tiene como objetivo analizar en profundidad el área potencial de mercado de San Fernando. Para ello, se emplearán herramientas de análisis geográfico como las isocronas y la gravitación comercial.

Las isocronas nos permitirán delimitar las zonas de influencia del municipio, identificando las áreas que pueden ser alcanzadas por los potenciales clientes en un tiempo de viaje razonable. De esta manera, podremos conocer el alcance geográfico real de los negocios establecidos en San Fernando. Por otro lado, el análisis de gravitación comercial permitirá determinar la fuerza de atracción que ejercen los establecimientos comerciales de San Fernando sobre los consumidores. Esto nos ayudará a comprender la dinámica competitiva del municipio y a identificar aquellos sectores con mayor potencial de crecimiento.

A través de la combinación de estos dos enfoques, se obtendrá una visión más real del área de mercado de San Fernando.

4.1.1. Delimitación y estudio poblacional del Área Potencial de Mercado (APM) según isócronas

La determinación de las áreas de aproximación temporal mediante isócronas, se realiza midiendo sobre plano las distancias reales por carretera desde un punto central (centro urbano comercial de San Fernando en este caso) hasta los municipios del entorno, teniendo en cuenta las barreras espaciales existentes y, por tanto, la atracción se aproxima de un modo más preciso a la realidad existente. El resultado es un mapa de arcos y nodos que determinan los tiempos de acceso en función de la tipología del viario (autopistas, autovías, carreteras nacionales, comarcales y locales).

Aplicando este método, con el que las distancias se transforman en un asunto de carácter temporal (minutos, en este caso), delimitamos el que a partir de ahora llamaremos Área Potencial de Mercado (APM). El APM se estructura a partir de los intervalos temporales que se han delimitado previamente en función del estudio que se realice.

Generalmente se delimitan tres áreas de influencia rodada (en vehículo), una Primaria que llega hasta los 10 minutos de influencia rodada, otra Secundaria o de Aproximación que llega hasta los 20 minutos, una Terciaria que llega hasta los 30 minutos en vehículo, y otra denominada Cautiva que llega hasta los 40 minutos. Para el caso de San Fernando, teniendo en cuenta su posición junto a la capital provincial y el peso comercial de los municipios limítrofes (a la que habría que añadir la relativa cercanía de un núcleo comercial de gran importancia como es Jerez de la Frontera), se ha eliminado esta barrera de los 40 minutos, siendo más realista cerrar en la isócrona de los 30 minutos.

Según la metodología utilizada, el Área Potencial de Mercado de San Fernando según Isócronas, asciende a casi medio millón de personas en un radio de menos de 30 minutos en vehículo privado a San Fernando, estructurada por áreas conforme se indica a continuación:

- El Área Primaria acapara el 21,7% del Área Potencial de Mercado de San Fernando, estando conformada por los habitantes del municipio.
- El Área Secundaria la conforma el 54,8% del Área Potencial de Mercado, siendo el municipio de Cádiz el 47,2% de habitantes de esta área el más poblado, seguido de Chiclana de la Frontera (35,1%) y Puerto Real (17,7%).

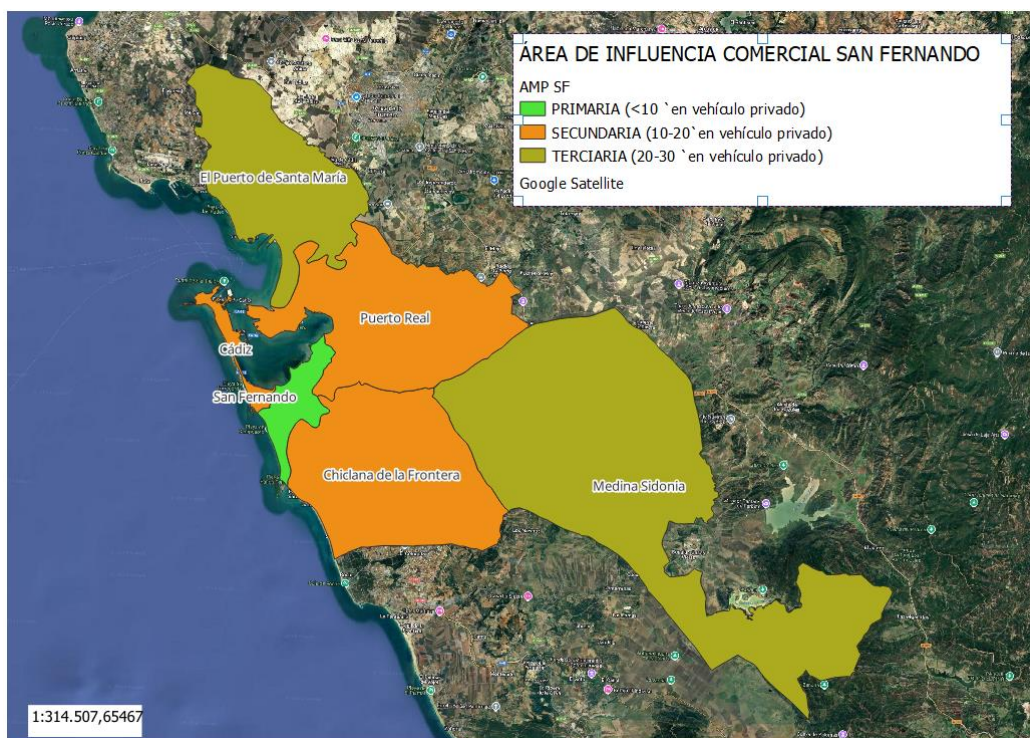
Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

- El Área Terciaria acapara el 23,5% del Área Potencial de Mercado, teniendo mayor representatividad el municipio de El Puerto de Santa María con el 88,4% de los habitantes de esta Área y estando complementado por el municipio de Medina Sidonia (11,6%).

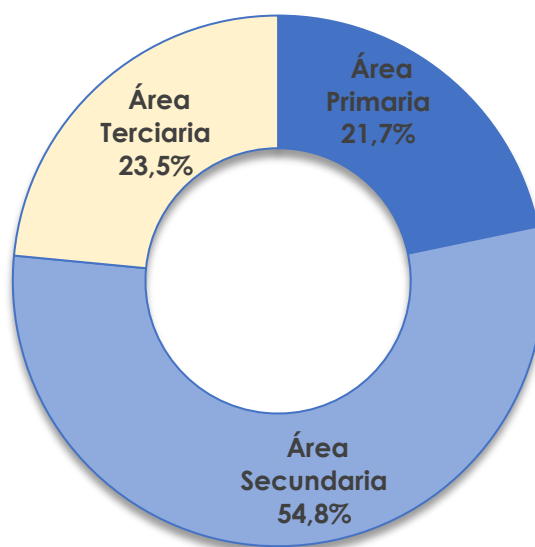
ÁREAS	Municipios	Poblacion	%
ÁREA PRIMARIA	San Fernando	93.913	100,0%
TOTAL: 1 municipio		93.913	21,7%
ÁREA SECUNDARIA	Puerto Real	42.069	17,7%
	Chiclana de la Frontera	83.148	35,1%
	Cádiz (capital)	111.811	47,2%
TOTAL: 3 municipios		237.028	54,8%
ÁREA TERCIARIA	El Puerto de Santa María	89.813	88,4%
	Medina Sidonia	11.738	11,6%
TOTAL: 2 municipios		101.551	23,5%
TOTAL APM: 6 municipios		432.492	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IECA.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IECA.

Población del APM según Áreas de Influencia



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IECA.

4.1.2. Potencial de personas consumidoras según el modelo de gravitación comercial (Índice de Huff)

Pero no toda la población de un área determinada es persona consumidora de un determinado espacio comercial, por lo que, con el fin de conocer con mayor precisión el potencial teórico de personas consumidoras en San Fernando, se ha utilizado el modelo gravitatorio de interacción espacial: índice de Huff.

El objetivo de dicho Índice, es modelizar todo movimiento o comunicación sobre el espacio resultante de un proceso de decisión; esto implica un origen, un destino y el movimiento resultante de la elección que hace el consumidor del destino, siempre teniendo en cuenta que las personas consumidoras realizan sus compras habitualmente en distintos formatos comerciales.

Fórmula del Índice o Modelo de Huff:

$$P_{ij} = \frac{\frac{S_j}{T_{ij}^\lambda}}{\sum_{j=1}^n \frac{S_j}{T_{ij}^\lambda}}$$

Donde:

P_{ij} = Probabilidad de un consumidor de un punto de origen i de viajar a un centro de mercado j .

S_j = Superficie comercial del municipio (o centro de mercado) destinada a la venta de todos o de un determinado bien o servicio.

T_{ij} = Tiempo consumido por el consumidor i en viajar al centro j .

λ = Exponente estimado empíricamente para reflejar el efecto del tiempo de viaje, y que puede variar en función de los diferentes productos. Las personas consumidoras están dispuestas a viajar mayores distancias para muebles por ejemplo y menores en ropa o alimentación.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

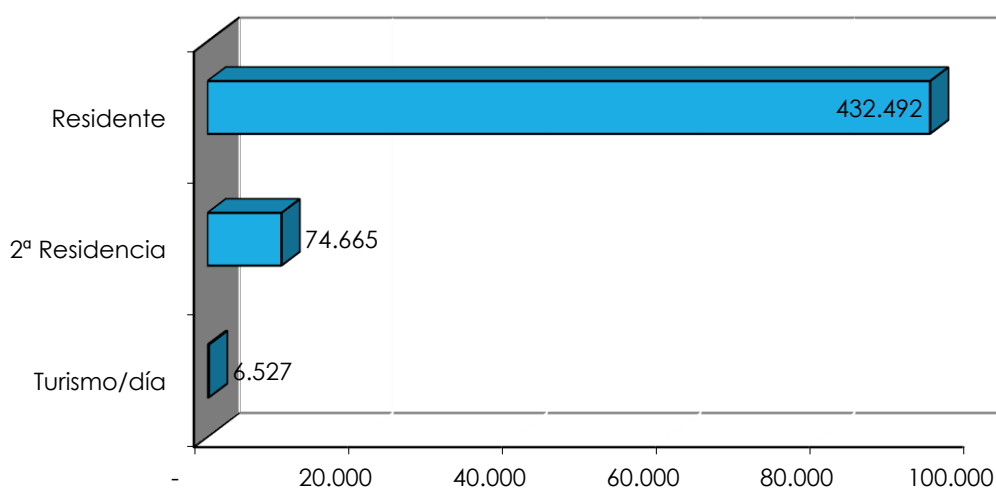
Por regla general, la intensidad de la demanda desciende al aumentar el coste de fricción espacial. En este sentido para acercarnos más a la realidad de la persona consumidora, se aplica este índice corrector de atracción comercial con el que nos acercamos bastante a la capacidad de atracción de personas consumidoras.

Como se hizo con el análisis de Isócronas, dentro de este modelo de gravitación comercial se ha analizado la posibilidad de atracción comercial de San Fernando según la población residente censada en los municipios y añadiendo ahora la población de segunda residencia que estacionalmente utiliza los municipios y localidades del área de mercado para pasar allí los fines de semana o alguna temporada de vacaciones, como se puede observar en la tabla inferior, donde la población de hecho se eleva a 513.684 personas, un 18,8% más.

ÁREAS	Residente	2ª Residencia	Turismo/día	Total	%
Área Primaria	93.913	9.623	204	103.740	84,2%
Área Secundaria	237.028	42.601	4.844	284.474	14,5%
Área Terciaria	101.551	22.441	1.479	125.471	1,3%
TOTAL APM	432.492	74.665	6.527	513.684	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). Censo de Población y Viviendas 2021, Padrón Año 2023. Elaboración Propia.

Tipologías de Población en el Área de Mercado

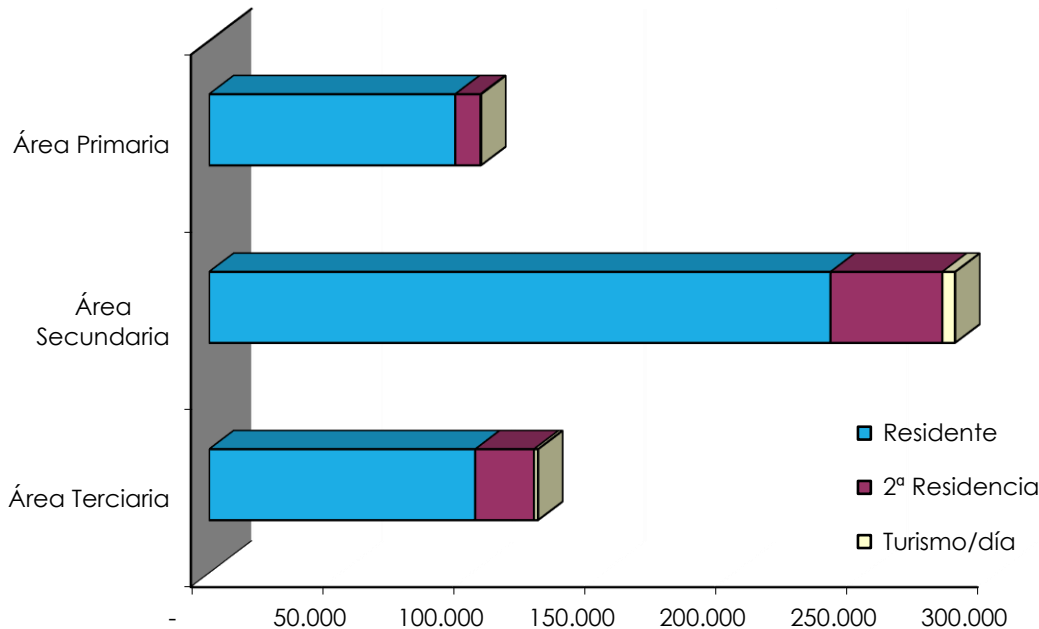


Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). Censo de Población y Viviendas 2021, Padrón Año 2023. Elaboración Propia.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Tipologías de Población en San Fernando



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). Censo de Población y Viviendas 2021, Padrón Año 2023. Elaboración Propia.

Pero una vez aplicamos los modelos de gravitación comercial, se comprueba como se reduce hasta el 28% aproximadamente de la capacidad de atracción inicial, la estructura comercial de San Fernando:

ÁREAS	Pob. Residente	Pob. 2ª Residencia	Turismo	Total Pob. de Hecho	Consumidores Potenciales	% ¹
Área Primaria	93.913	9.623	204	103.536	77.706	54,69%
Área Secundaria	237.028	42.601	4.844	279.629	27.546	19,39%
Área Terciaria	101.551	22.441	1.479	123.992	36.829	25,92%
TOTAL APM	432.492	74.665	6.527	507.157	142.080	27,66% ²

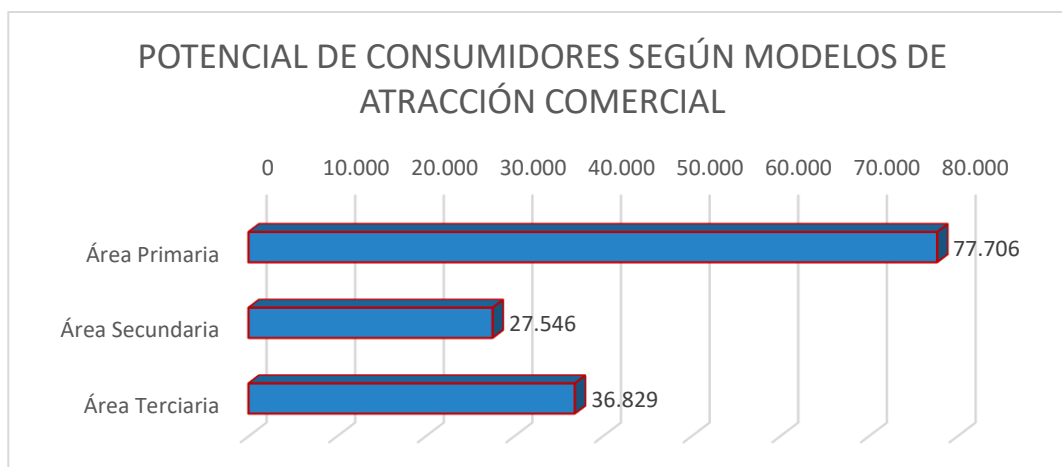
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). Censo de Población y Viviendas 2021, Padrón Año 2023. Elaboración Propia.

1 Porcentaje respecto al total de consumidores potenciales del APM.

2 Porcentaje respecto al total de población de hecho del APM.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). Censo de Población y Viviendas 2021, Padrón Año 2023. Elaboración Propia.

Los resultados obtenidos tras aplicar este modelo de gravitación comercial son los siguientes:

- Según su estructura comercial actual, San Fernando tiene capacidad para atraer al 27,66% del total de población de la población de hecho (residente, segunda residencia y turística) registrada para toda el Área Potencial de Mercado.
- El 54,69% de las personas consumidoras principales pertenecen al Área Primaria, seguido de un 25,92% que se encuentran en el Área Terciaria.
- Por último, se encuentra que el Área Secundaria atrae al 19,39% de la población del Área Potencial de Mercado.

4.1.3. Balance Comercial de la Estructura Comercial de San Fernando

Con la finalidad de realizar un correcto balance de la capacidad comercial de San Fernando, se hace necesario conocer la estructura comercial instalada de cara a evaluar la atracción comercial de clientela potencial. Estos datos serán utilizados para intentar adecuar la oferta comercial a la demanda de los distintos segmentos de consumidores, realizándose una búsqueda de huecos de mercado y dando las pautas para la potencial reestructuración comercial del entorno del CCA.

CAPACIDAD DE GASTO DEL APM DE SAN FERNANDO

El gasto comercializable es el gasto disponible para la adquisición de servicios o bienes de consumo. Para calcular el gasto comercializable existente en San Fernando, se ha utilizado el gasto total y el gasto medio por persona, tanto residente como estacional (2ª residencia y turística), a partir de los últimos datos publicados de la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares del Instituto Nacional de Estadística.

Conforme a los cálculos realizados, el total de consumidores del Área de Mercado de San Fernando tiene una capacidad de gasto de algo más de 804 M€/año en productos de consumo, destacando el gasto alimentario por encima de todos (47,3%), le sigue el gasto en equipamiento personal y otro comercio especializado (19,9%), siendo más equilibrado en el resto de tipologías de consumo ocasional (entre el 10 y el 11,5% del gasto respectivamente). De toda esta capacidad de gasto, el municipio de San Fernando supone el 46% del total.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

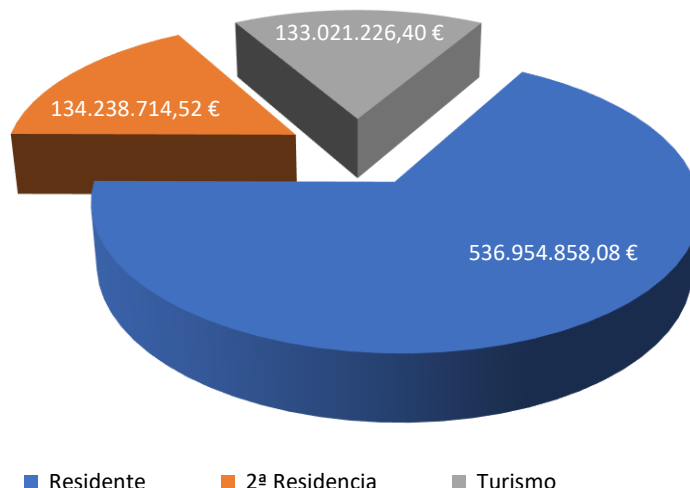
“Isla Comercio”

CAPACIDAD DE GASTO	Total, Potenciales Consumidores APM	
Tipología de Consumo	Gasto Comercializable	%
Alimentación	380.213.778,22 €	47,3%
Tecnología y Comunicación	80.844.853,39 €	10,1%
Equipamiento Hogar y Artículos de Uso Doméstico	91.190.435,76 €	11,3%
Artículos de Cultura y Ocio	92.299.949,25 €	11,5%
Equipamiento Personal y Otro Comercio Especializado	159.665.782,38 €	19,9%
TOTAL	804.214.799,01 €	100,0%

Fuente: IECA. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares ECPF. Padrón 2023. Elaboración Propia.

Por otro lado, es la población residente el segmento que más capacidad de gasto dispone, con el 66,8% del total del gasto, seguido de la población de segunda residencia y la población turística, que agrupan el 33,2% restante.

Estimación del Gasto Comercializable en el APM por Tipologías de Consumidores



Fuente: IECA. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares ECPF. Padrón 2023. Elaboración Propia.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

CAPACIDAD DE VENTA DEL SISTEMA COMERCIAL INSTALADO

Atendiendo a la superficie comercial existente en San Fernando, se ha estimado el potencial de ventas presente actualmente en la totalidad del municipio. En concreto, la capacidad de venta de la estructura comercial de San Fernando asciende a casi 227 millones de euros, siendo la Alimentación con el 75,81% y el Equipamiento Personal y Otro Comercio Especializado, las tipologías que tienen una mayor relevancia dentro del municipio, acaparando el 75,81% y el 13,32% respectivamente.

CAPACIDAD DE VENTA	Total Estructura Comercial	
Tipología de Consumo	Volumen Comercializable	%
Alimentación	171.878.657,20 €	75,81%
Tecnología y Comunicación	3.279.604,20 €	1,45%
Equipamiento Hogar y Artículos de Uso Doméstico	17.947.851,73 €	7,92%
Cultura y Ocio	3.416.564,45 €	1,51%
Equipamiento Personal y Otro Comercio Especializado	30.195.032,97 €	13,32%
TOTAL	226.717.710,55 €	100%

Fuente: IECA, PECA, Alimarket. Elaboración Propia.

ESTIMACIÓN DEL BALANCE COMERCIAL

El último paso es realizar el balance comercial de la estructura comercial del municipio, que consiste en comparar la oferta con la demanda comercial, es decir, la capacidad de venta que tiene la estructura comercial de San Fernando (oferta) frente a la capacidad de gasto comercializable que tiene la población de hecho de este espacio (demanda). Tras este análisis se puede comprobar si el saldo es favorable a la oferta o a la demanda. Si el saldo es positivo, es decir, es mayor la capacidad de venta de la estructura comercial que la capacidad de gasto de la población de hecho en el área de influencia definida como principal área potencial, quiere decir que hay un exceso de superficie comercial en el área de estudio o que abastece a un mayor número de población que la estimada. En cambio, si el saldo es negativo, por tanto, la capacidad de venta es inferior a la capacidad de gasto, nos está indicando una necesidad de reestructuración (que no de ampliación).

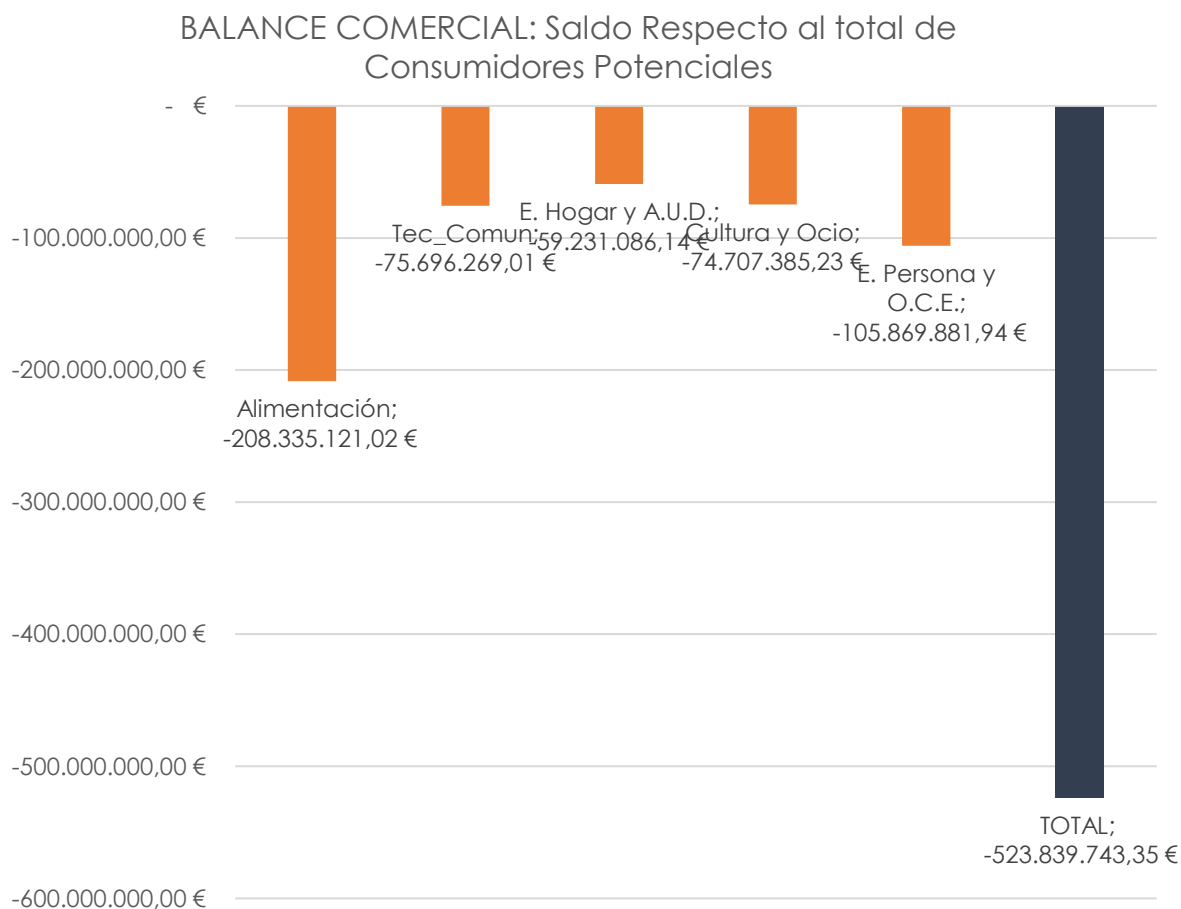
Conforme a este análisis, los resultados son los siguientes:

BALANCE COMERCIAL DE SAN FERNANDO RESPECTO A LOS CONSUMIDORES DEL APM				
Municipio/APM	Oferta	Demanda	Saldo	%
Alimentación	171.878.657,20 €	380.213.778,22 €	-208.335.121,02 €	39,8%
Tecnología y Comunicación	3.279.604,20 €	78.975.873,21 €	-75.696.269,01 €	14,5%
Equipamiento Hogar y Artículos de Uso Doméstico	17.947.851,73 €	77.178.937,87 €	-59.231.086,14 €	11,3%
Artículos de Cultura y Ocio	3.416.564,45 €	78.123.949,68 €	-74.707.385,23 €	14,3%
Equipamiento Persona y Otro Comercio Especializado	30.195.032,97 €	136.064.914,91 €	-105.869.881,94 €	20,2%
TOTAL	226.717.710,55 €	750.557.453,90 €	-523.839.743,35 €	-69,8%

Fuente: IECA. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares ECPF. Padrón 2023. IECA, PECA, Alimarket. Elaboración Propia.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”



Fuente: IECA. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares ECPF. Padrón 2023. IECA, PECA, Alimarket. Elaboración Propia.

Analizando en Balance Comercial de San Fernando con respecto al potencial de consumidores, nos encontramos con un déficit del -69,8%, es decir existe un saldo de unos 524 millones de euros que nos indica, por un lado, que la estructura comercial de San Fernando no los está captando y se va a otros espacios o formatos comerciales como el comercio electrónico; o, segundo, que los establecimientos instalados están vendiendo por encima de la media de sus formatos¹. En cualquier caso, sea una razón u otra (o ambas), la realidad es que el comercio instalado en el ámbito del CCA Isla Comercio de San Fernando tiene capacidad de incrementar sus ventas en torno a un 16%².

Una vez comprobada la posibilidad de una mayor cuota de mercado para el comercio local, se pasa a realizar un análisis específico de su estructura.

¹ No en vano, se va a instalar otra gran superficie en la localidad (Parque Comercial Janer), lo que demuestra que existe mayor capacidad de gasto en San Fernando.

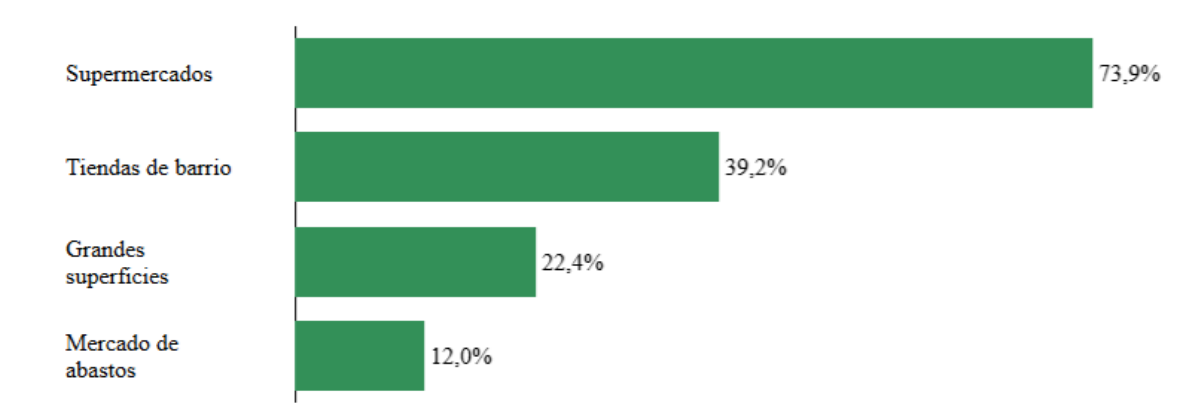
² En relación al potencial de consumidores del saldo disponible.

4.1.4. Hábitos y Actitudes de Consumo de la Población

Según el análisis realizado, existe potencial de crecimiento para el comercio local. Para aprovechar esta oportunidad, es fundamental que los negocios se adapten a los nuevos hábitos de consumo de la población. En este apartado, se exponen los principales patrones de compra actuales, con el fin de que se identifiquen las tendencias y oportunidades que pueden impulsar el crecimiento del sector. Al comprender las necesidades y preferencias de los consumidores, los establecimientos locales podrán diseñar estrategias comerciales más efectivas y aumentar su cuota de mercado.

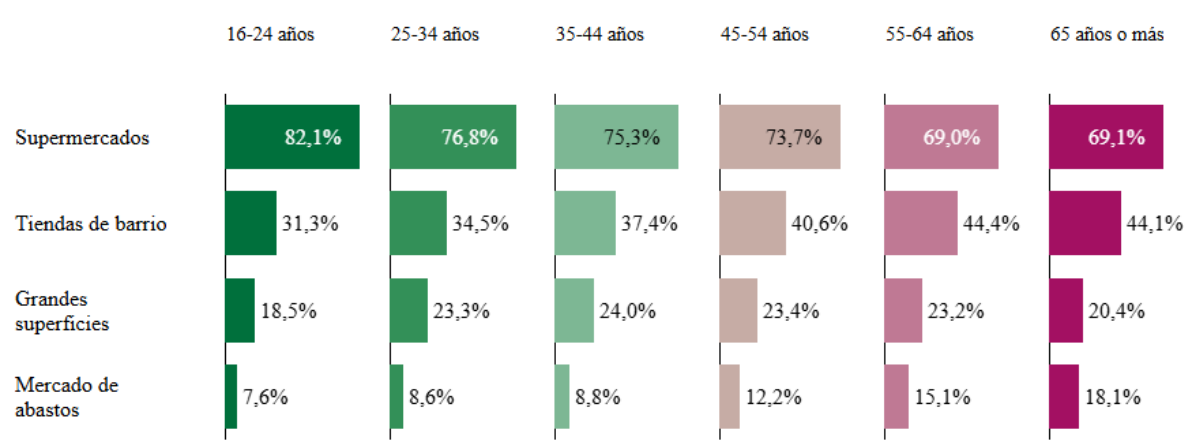
TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS PARA LA COMPRA HABITUAL DE ALIMENTOS EN EL HOGAR:

Datos totales:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Por edad:

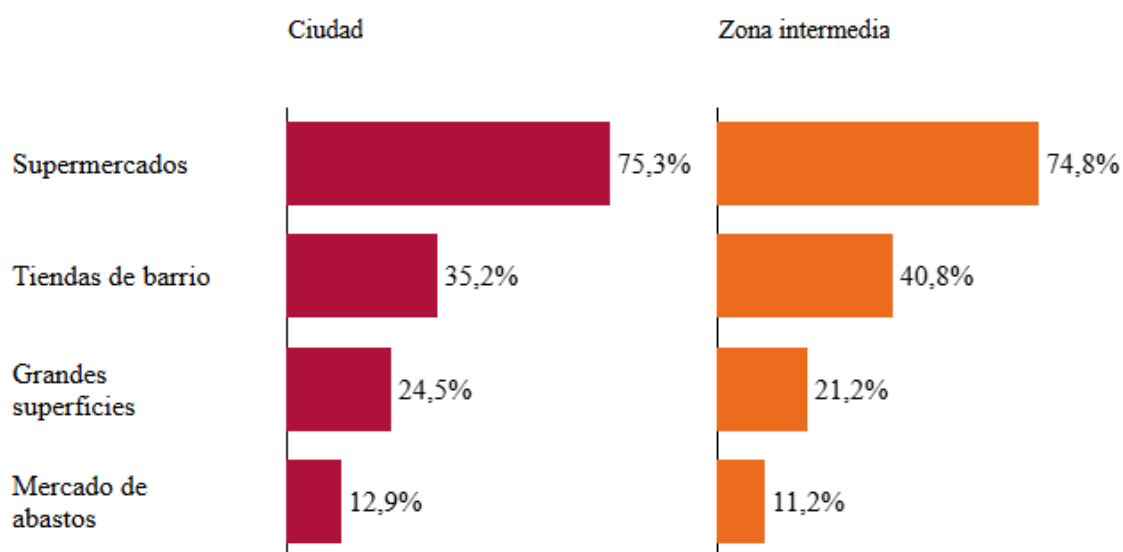


Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

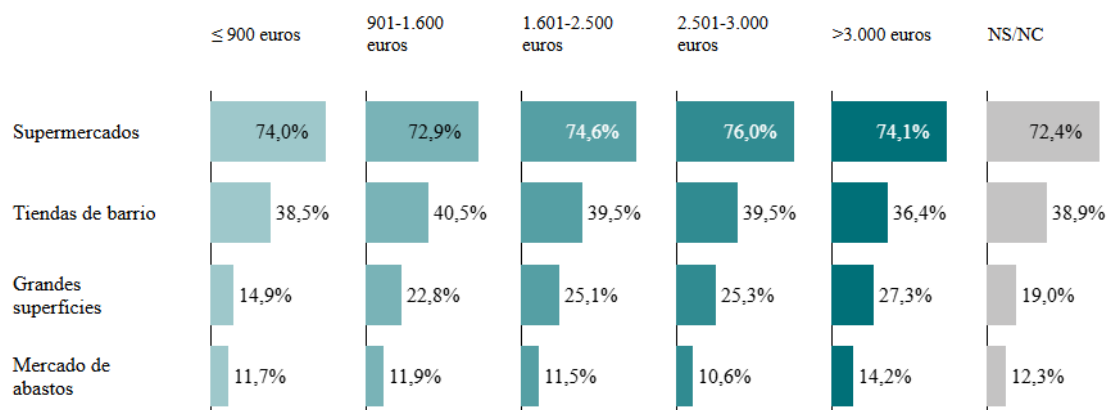
“Isla Comercio”

Según grado de urbanización:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

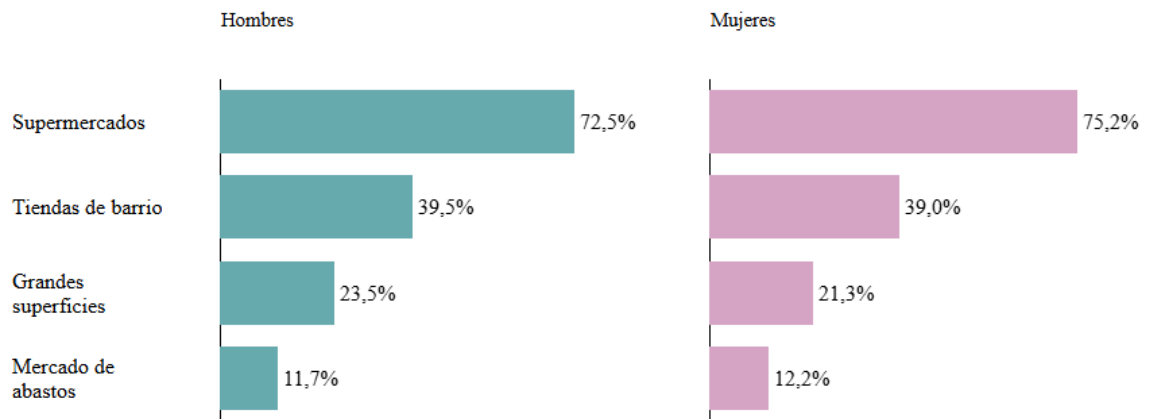
Según nivel de ingresos:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

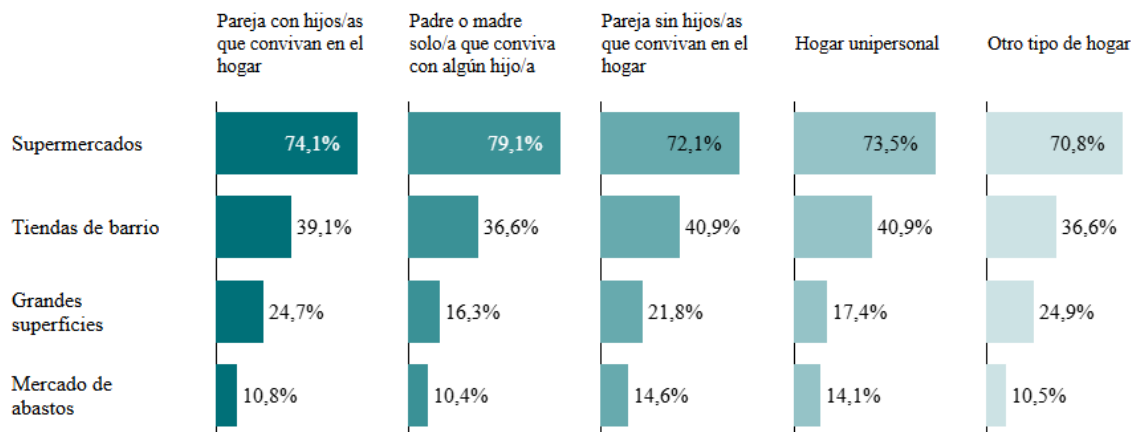
Según sexo:

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando "Isla Comercio"



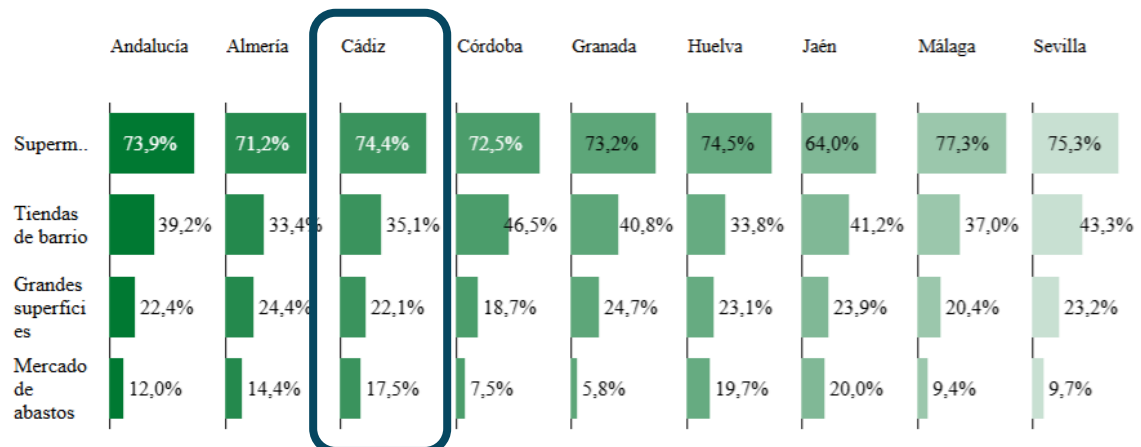
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según tipo de hogar:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según provincia:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

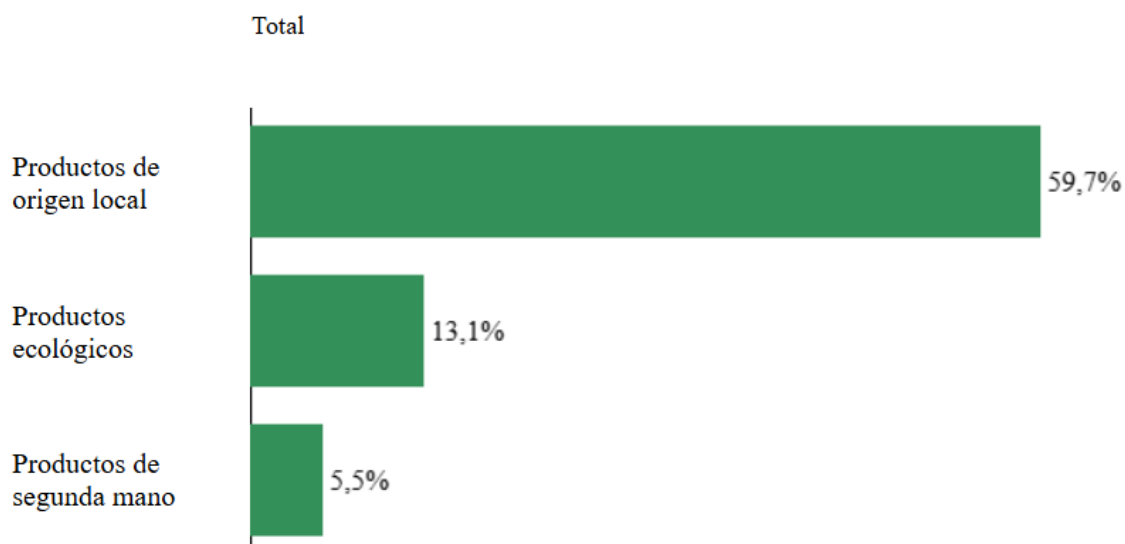
Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

FRECUENCIA DE COMPRA SEGÚN TIPO DE PRODUCTO:

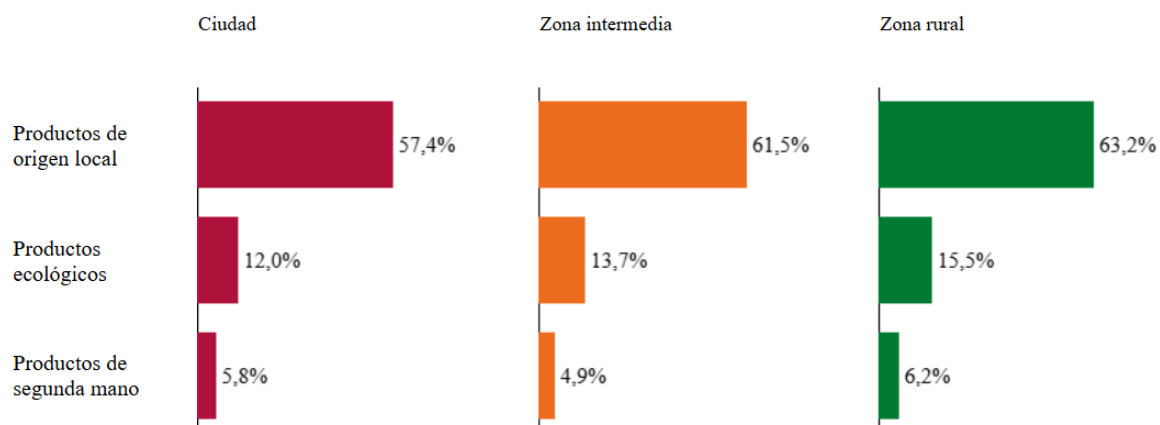
Tomando de referencia datos referidos a: Habitualmente

Datos totales:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según Grado de urbanización:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según nivel de ingresos:

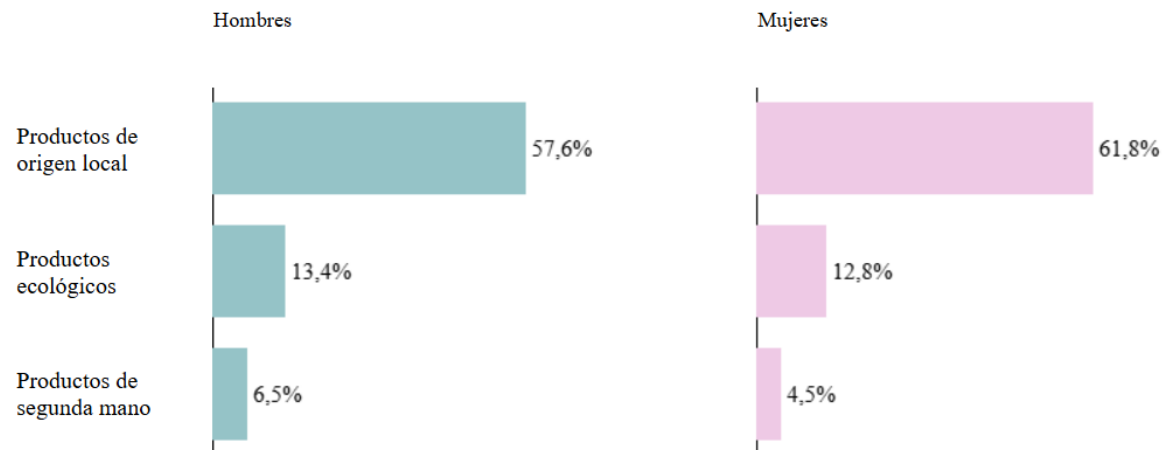
Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”



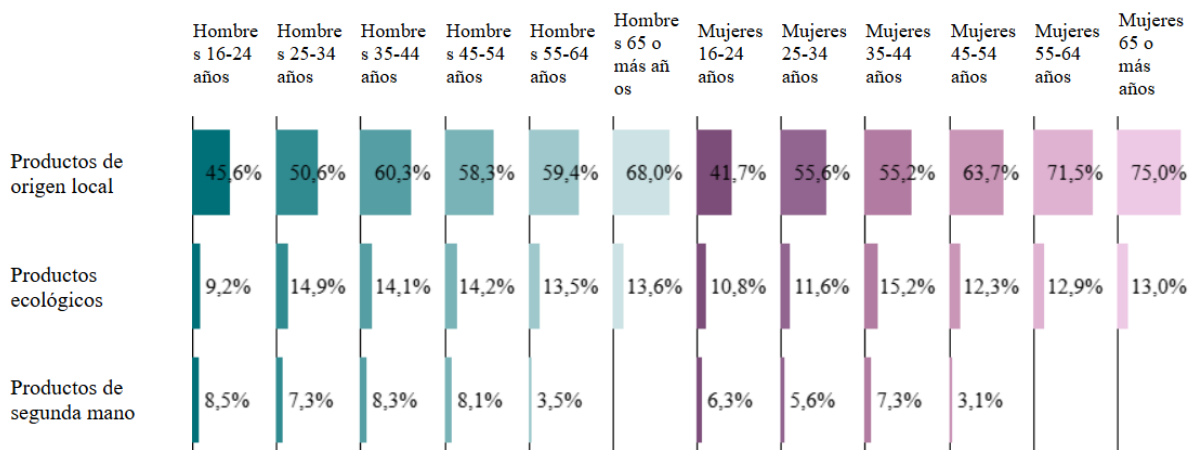
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según sexo:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según sexo y edad:

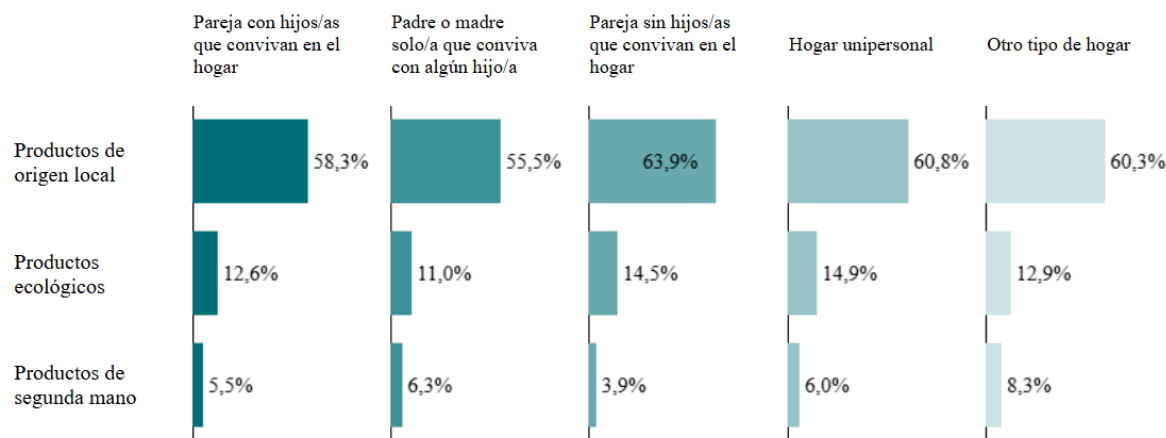


Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

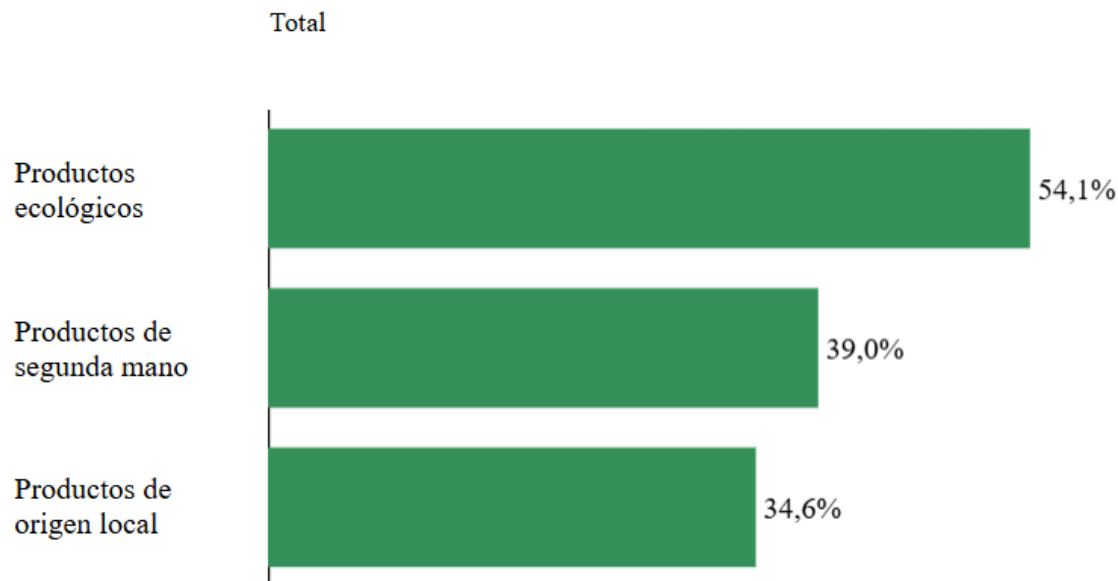
Según tipo de hogar:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Tomando de referencia datos referidos a: Algunas veces

Datos totales:

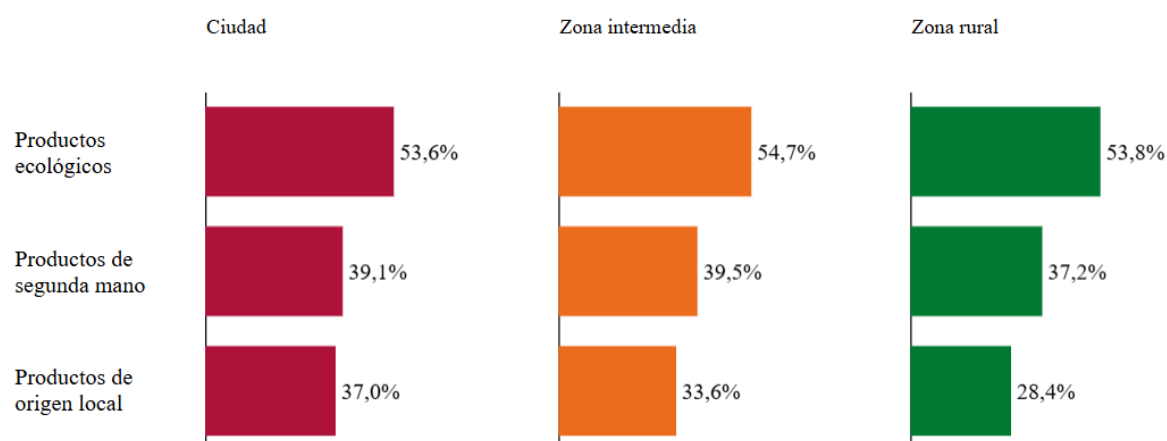


Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según Grado de urbanización:

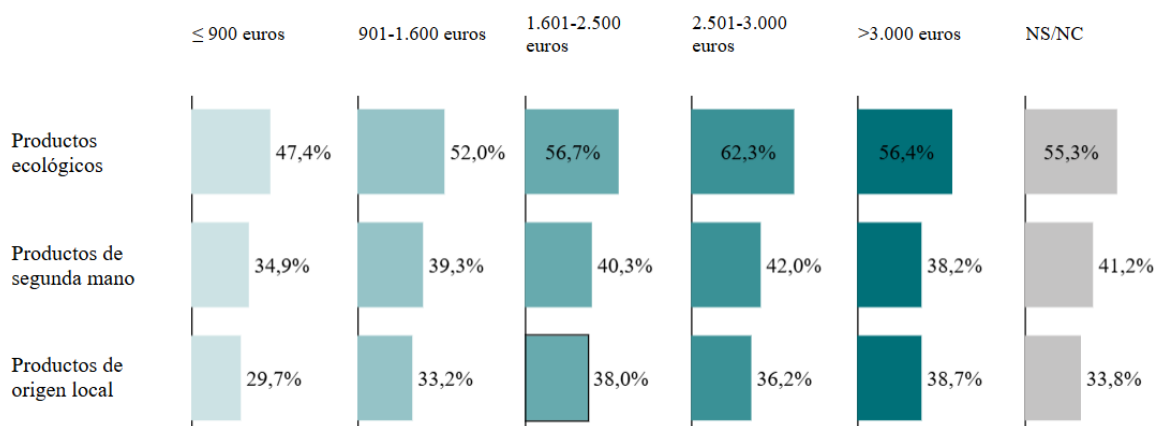
Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”



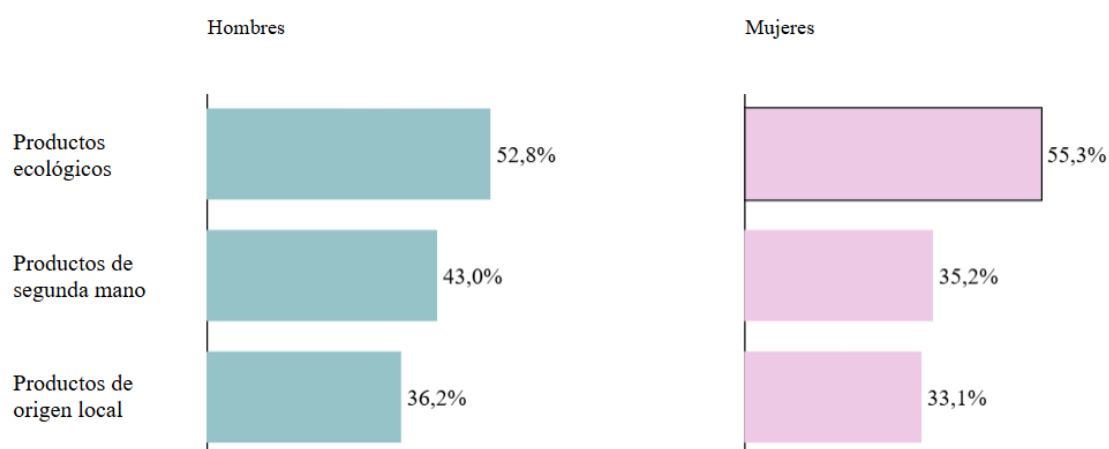
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según nivel de ingresos:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según sexo:

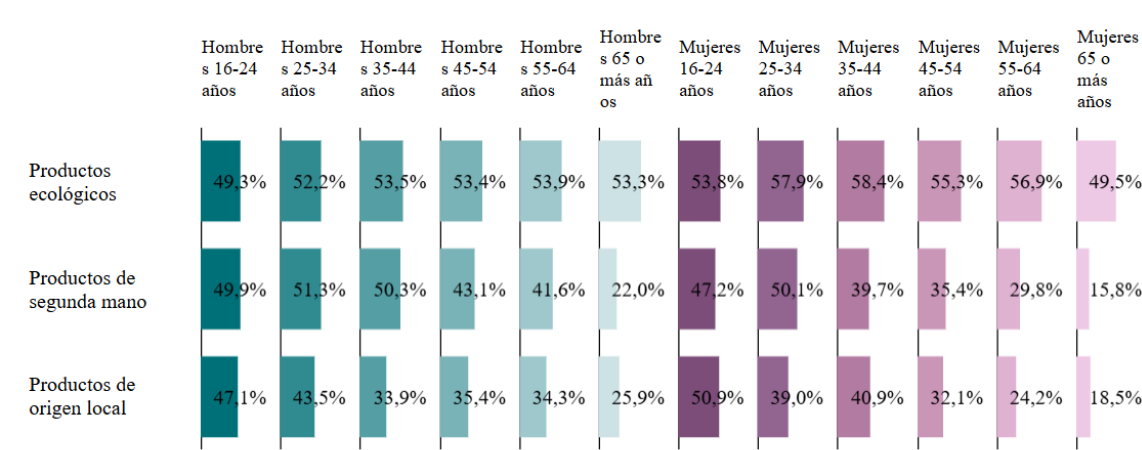


Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

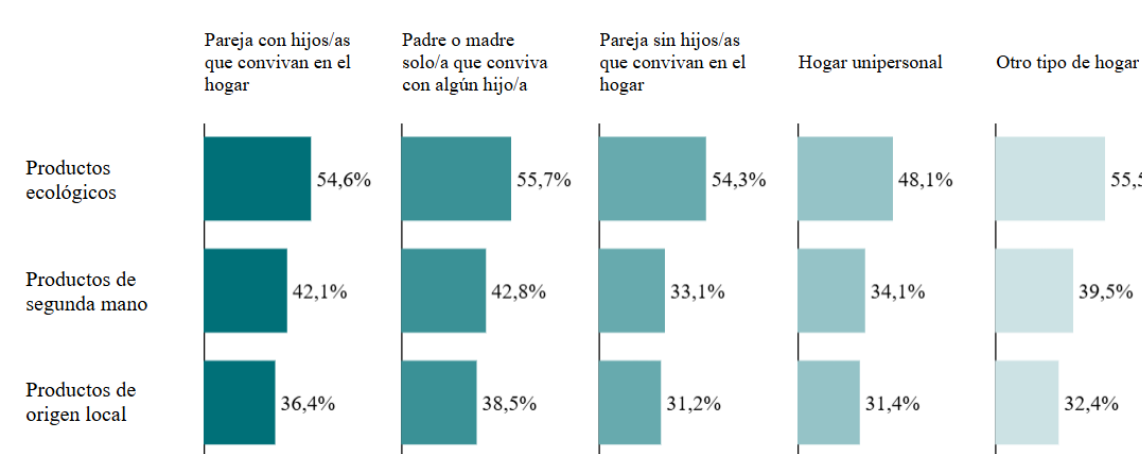
“Isla Comercio”

Según sexo y edad:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según tipo de hogar:



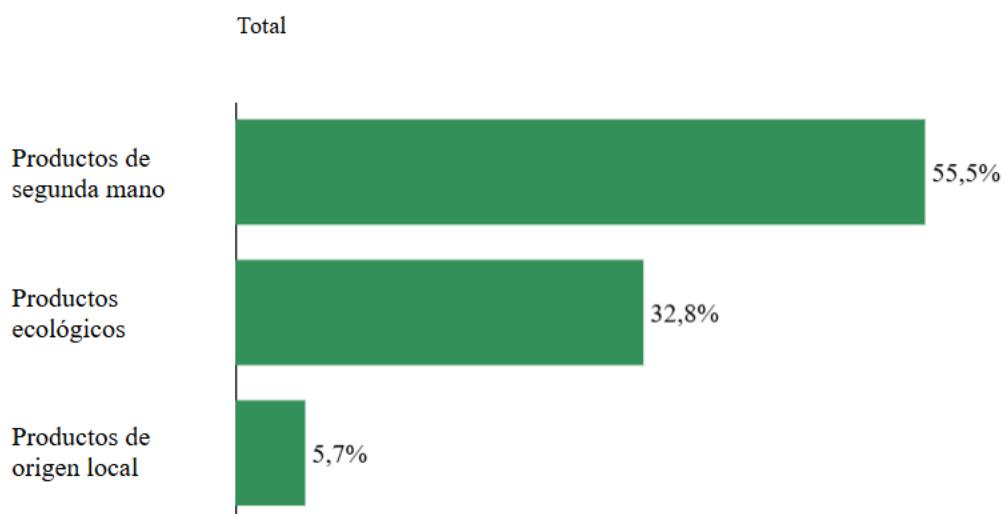
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Tomando de referencia datos referidos a: Nunca

Datos totales:

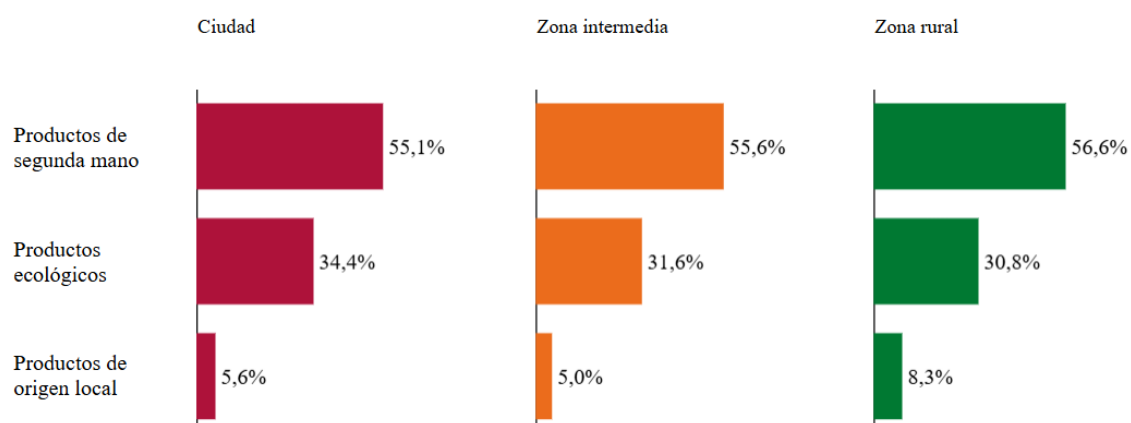
Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”



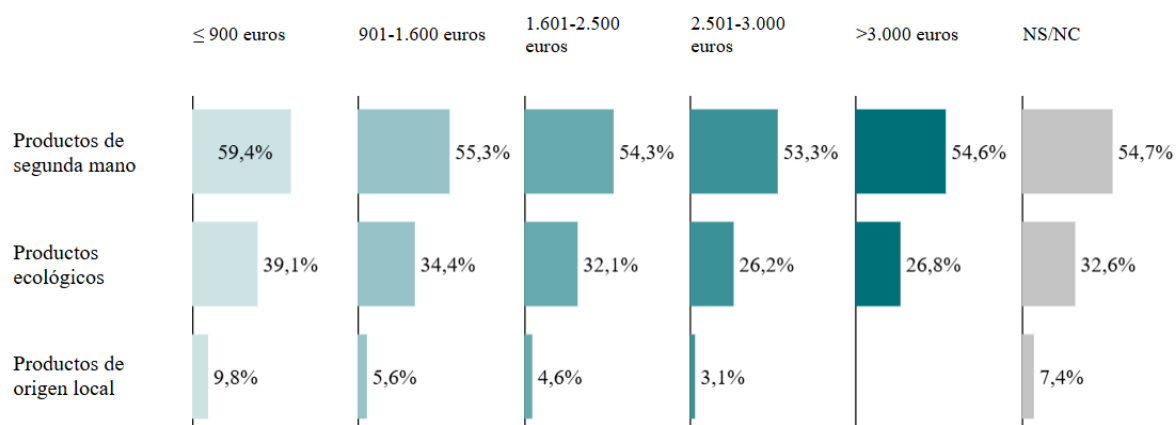
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según Grado de urbanización:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según nivel de ingresos:

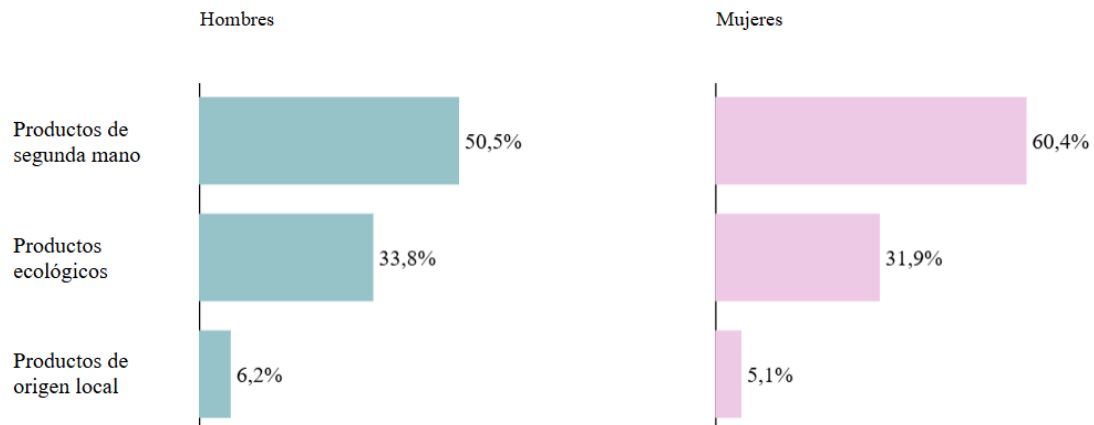


Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

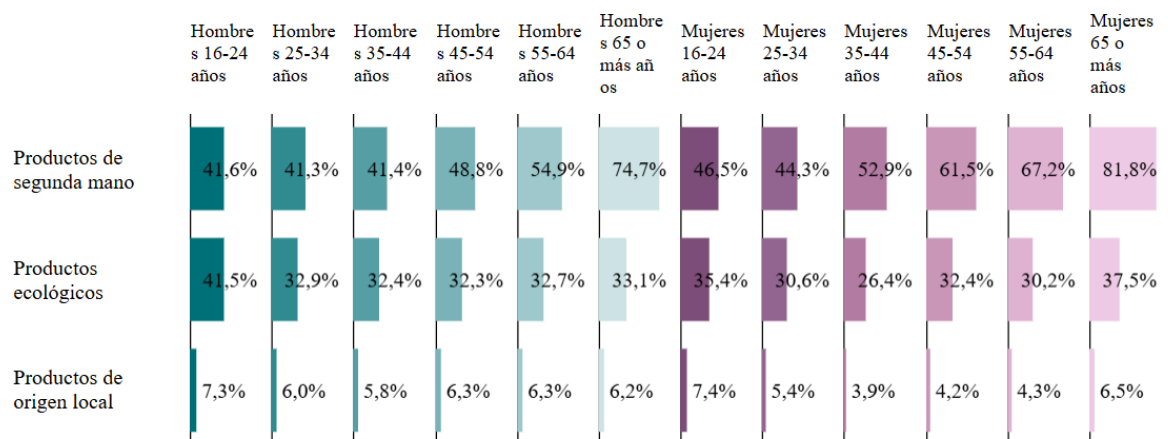
“Isla Comercio”

Según sexo:



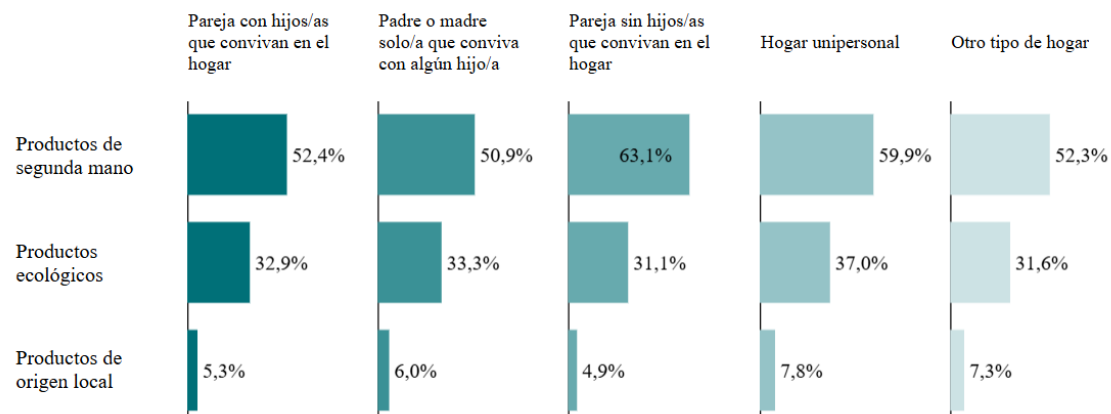
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según sexo y edad:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según tipo de hogar:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

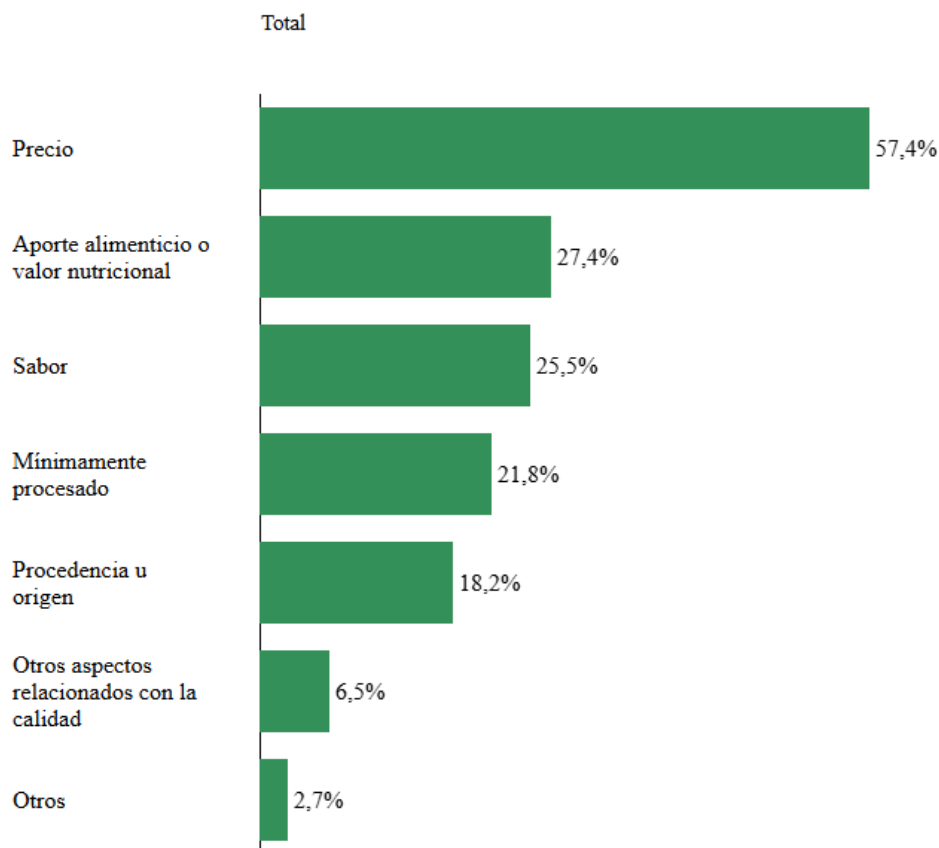
Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

ASPECTOS PRIORITARIOS EN LA COMPRA SEGÚN PRODUCTO:

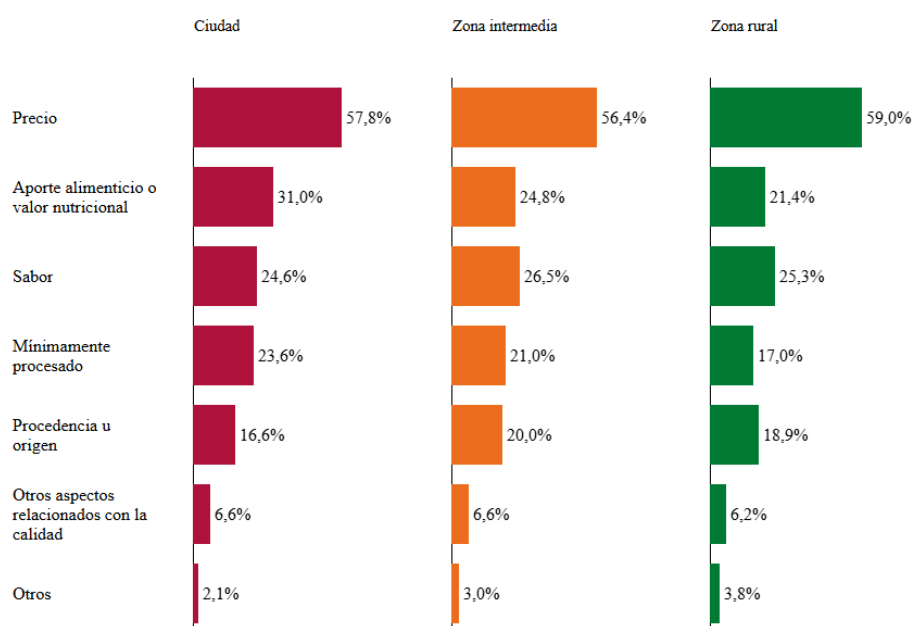
Tomando de referencia datos referidos a: Alimentos

Datos totales:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según Grado de urbanización:

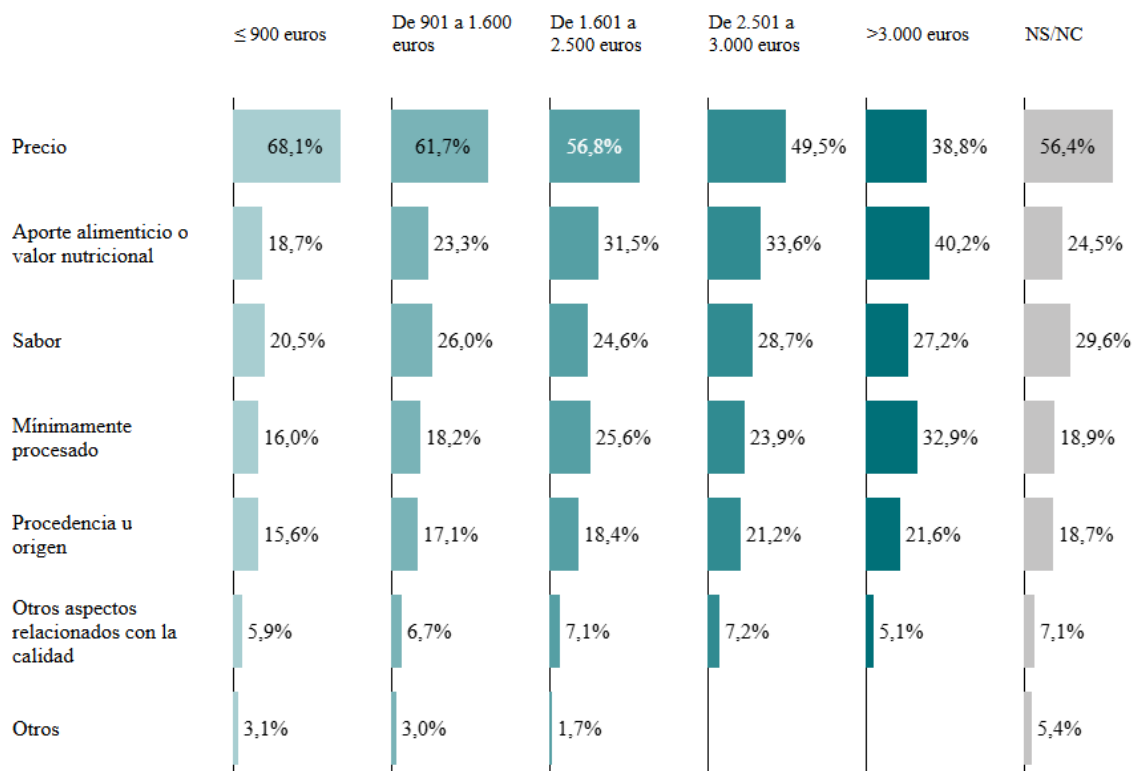


Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

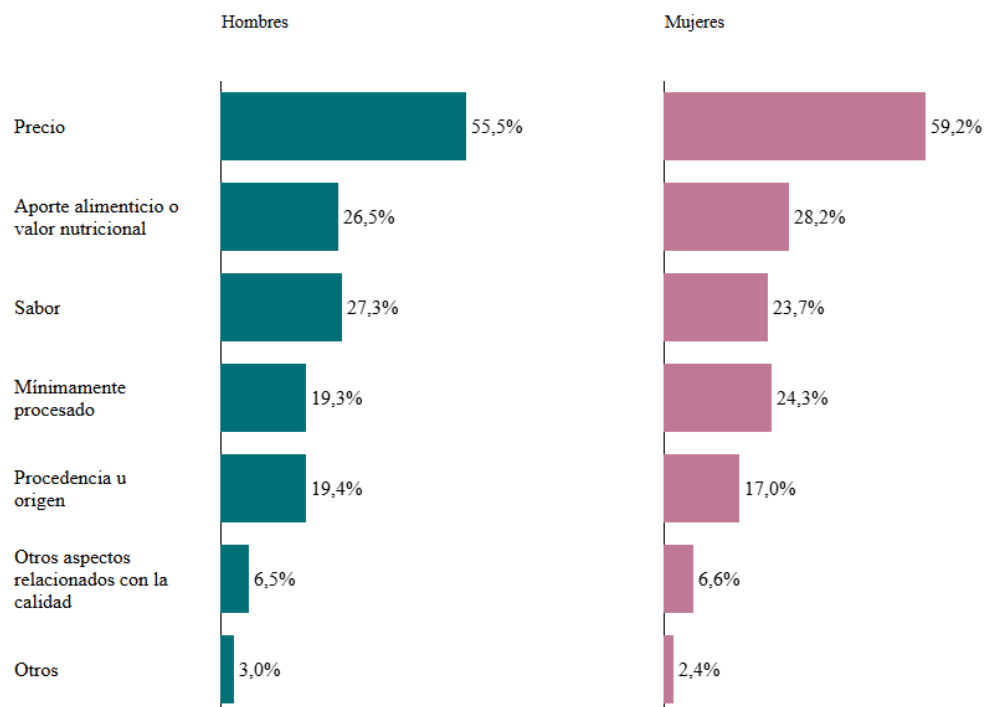
“Isla Comercio”

Según nivel de ingresos:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según sexo:

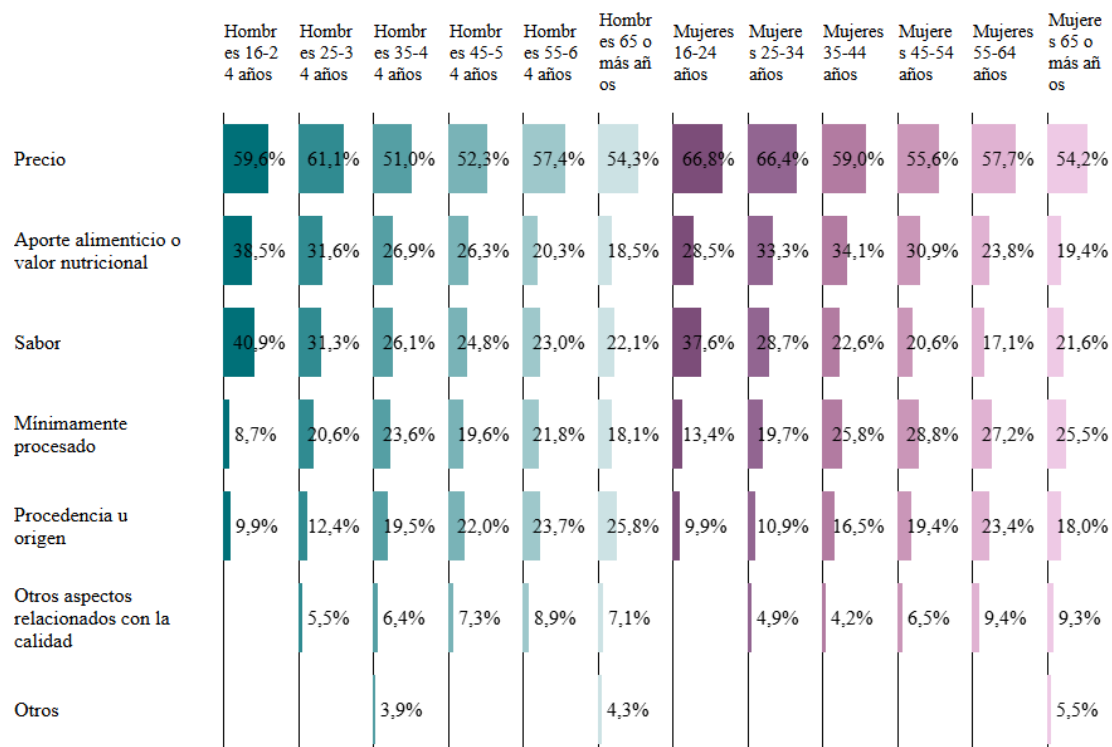


Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

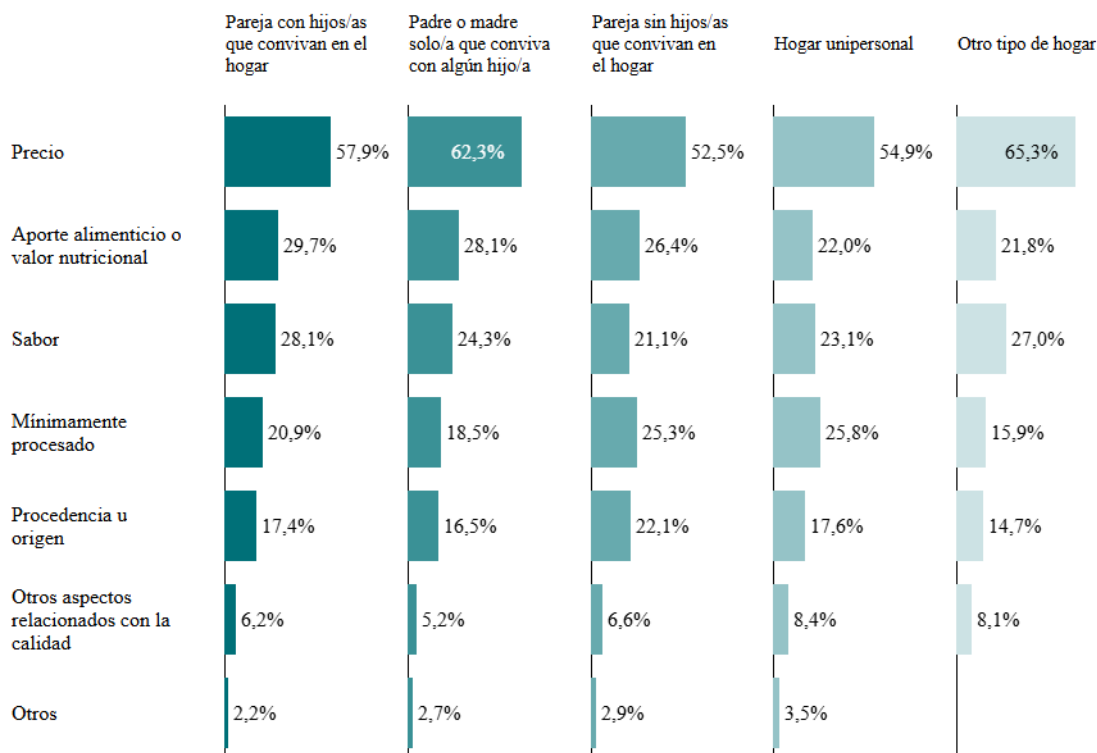
“Isla Comercio”

Según sexo y edad:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según tipo de hogar:



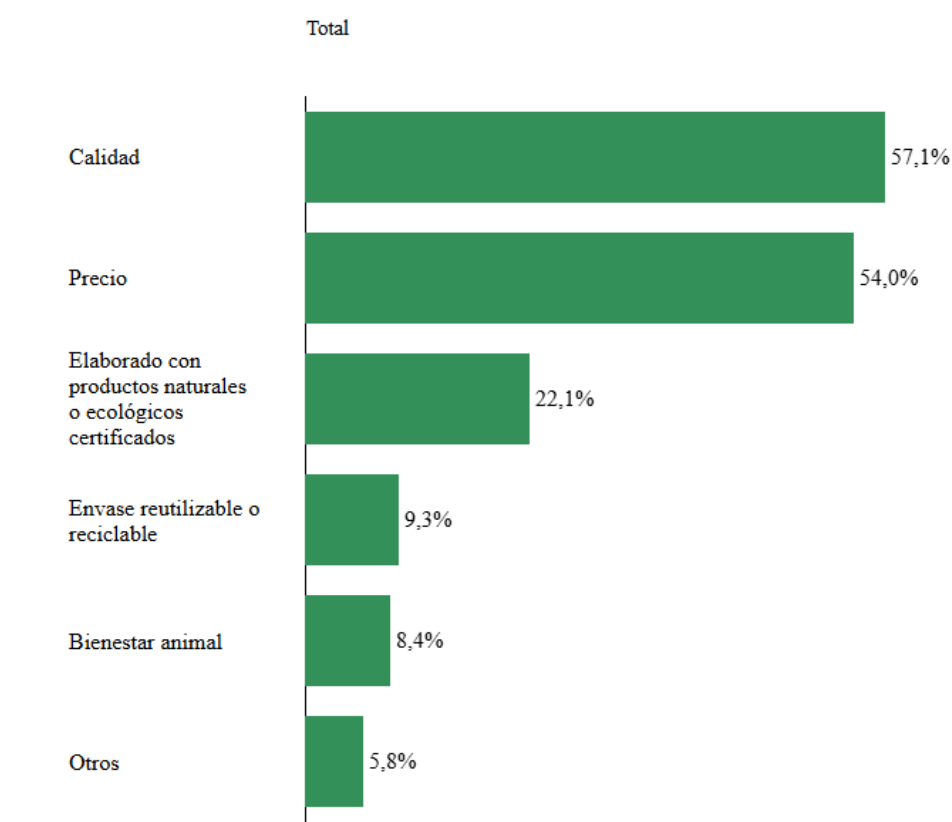
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

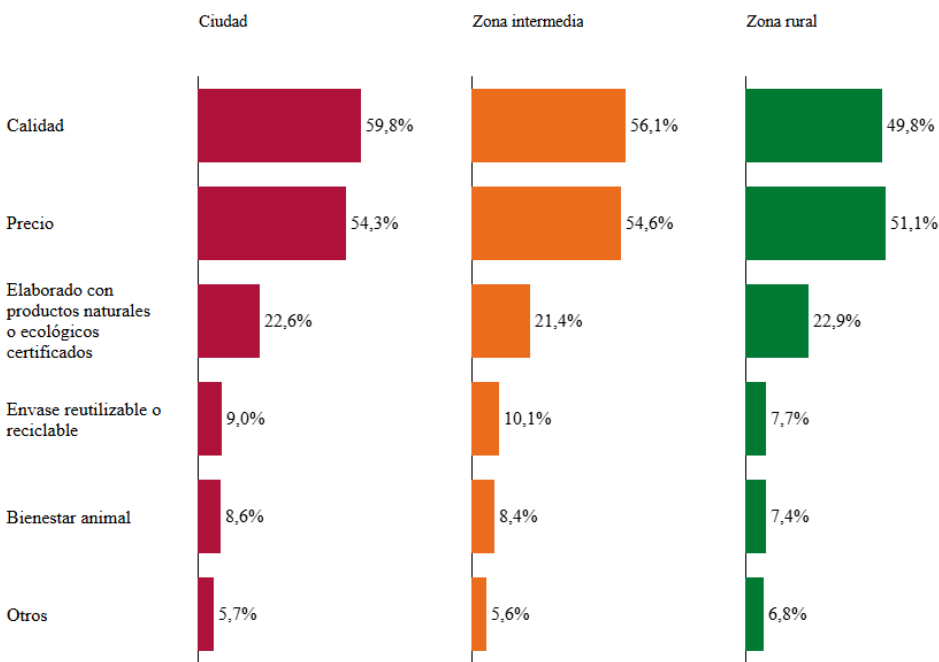
Tomando de referencia datos referidos a: Productos de Higiene y cosmética

Datos totales:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según Grado de urbanización:

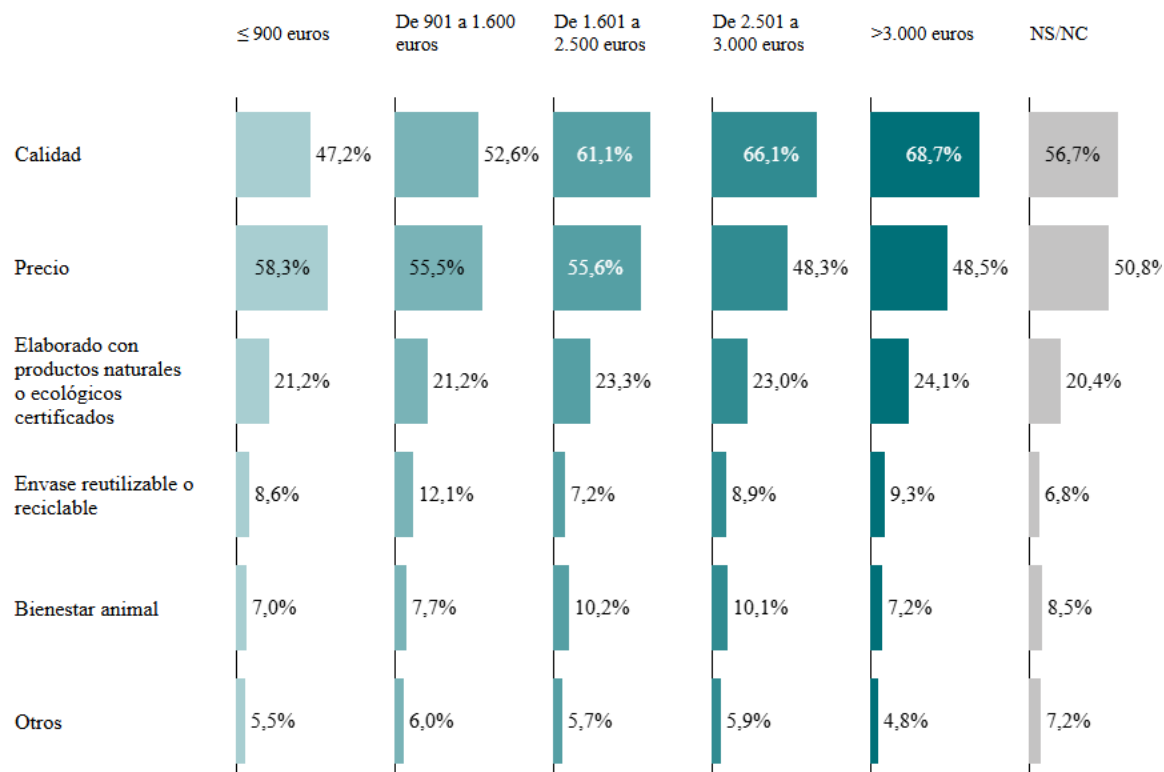


Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

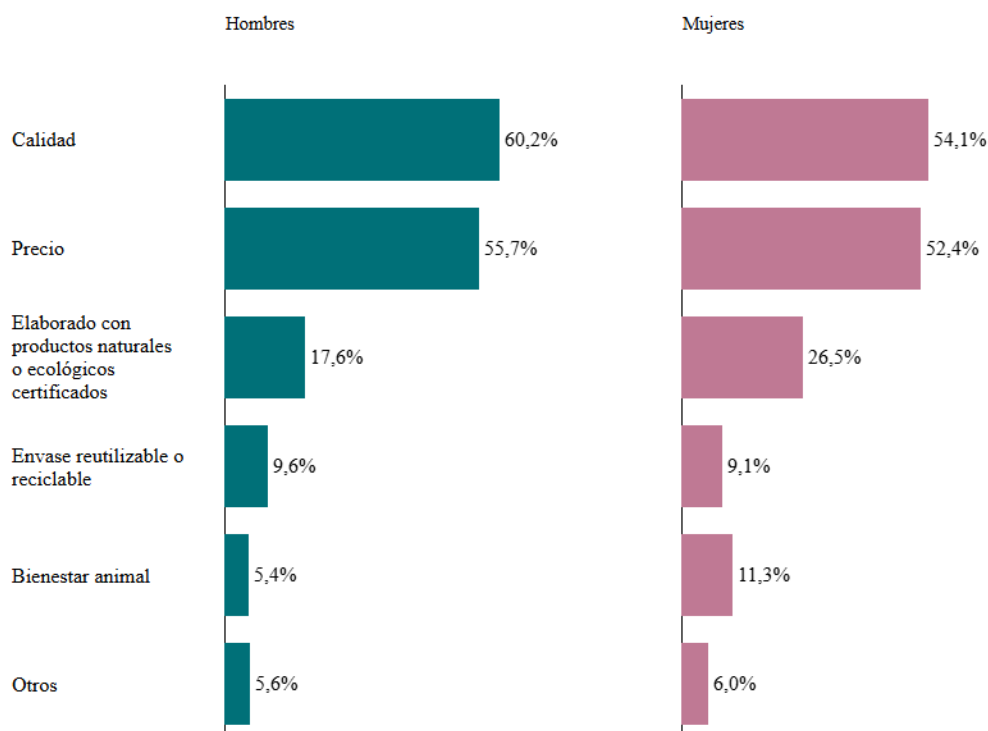
“Isla Comercio”

Según nivel de ingresos:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según sexo:

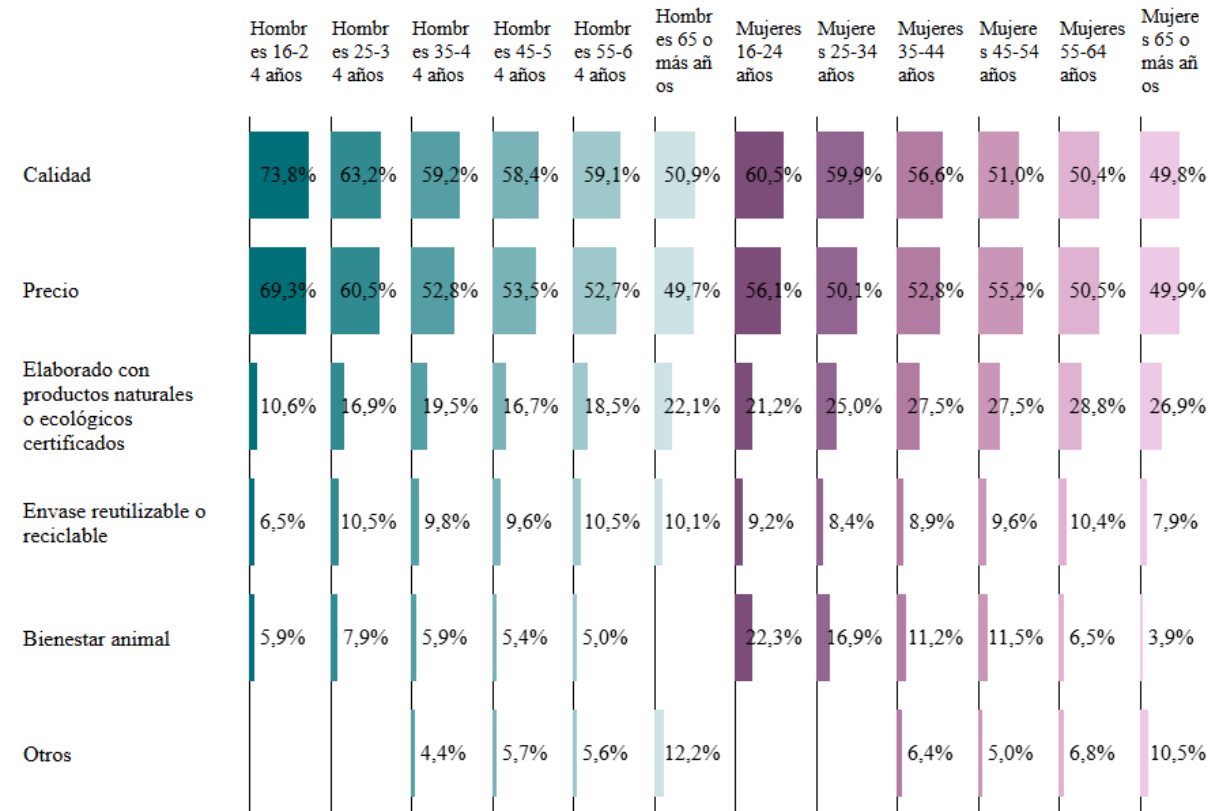


Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

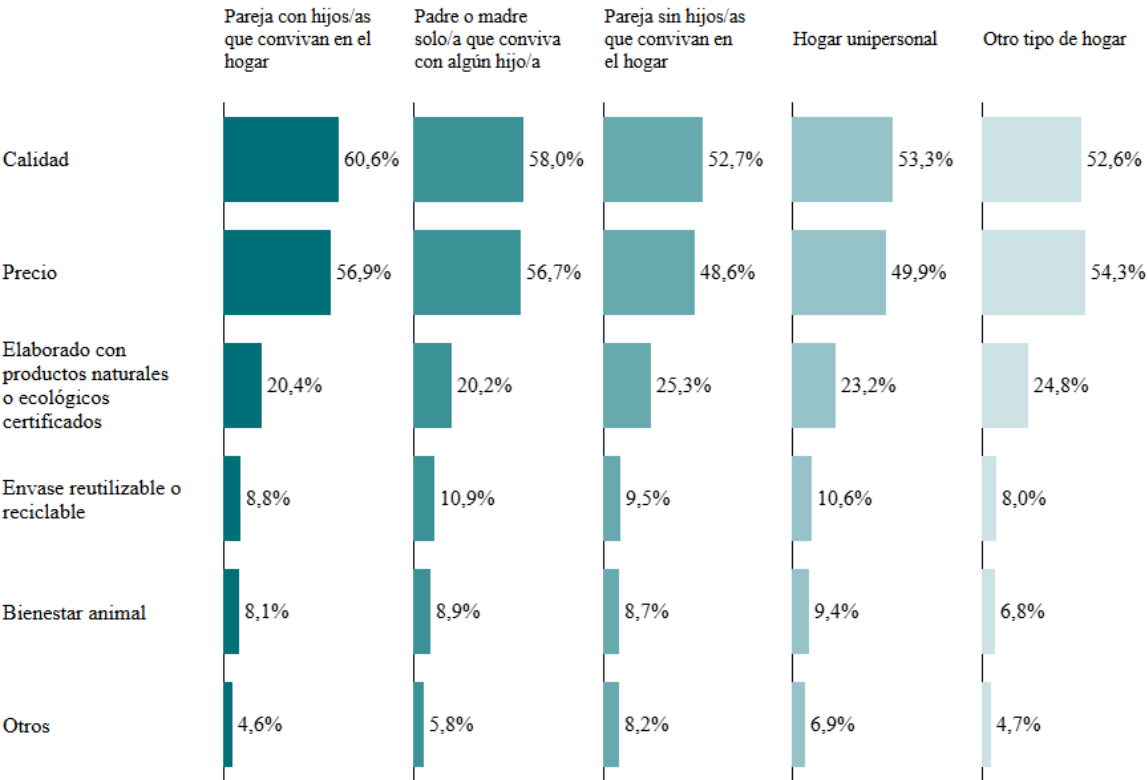
“Isla Comercio”

Según sexo y edad:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según tipo de hogar:



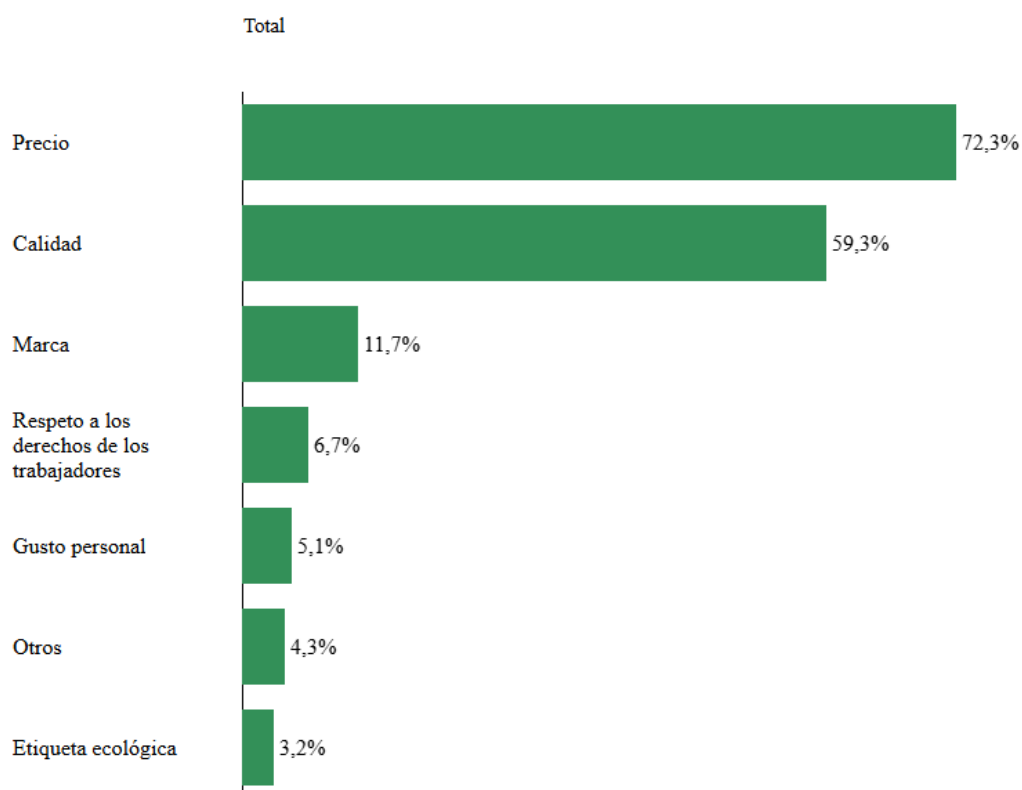
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

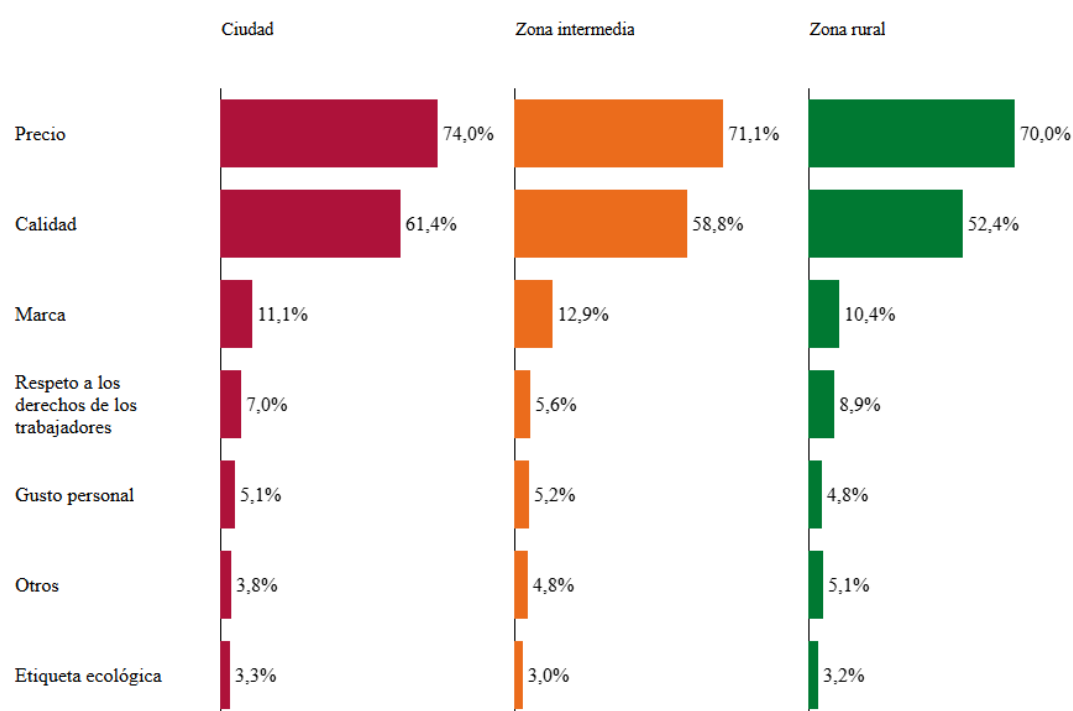
Tomando de referencia datos referidos a: Ropa

Datos totales:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según Grado de urbanización:

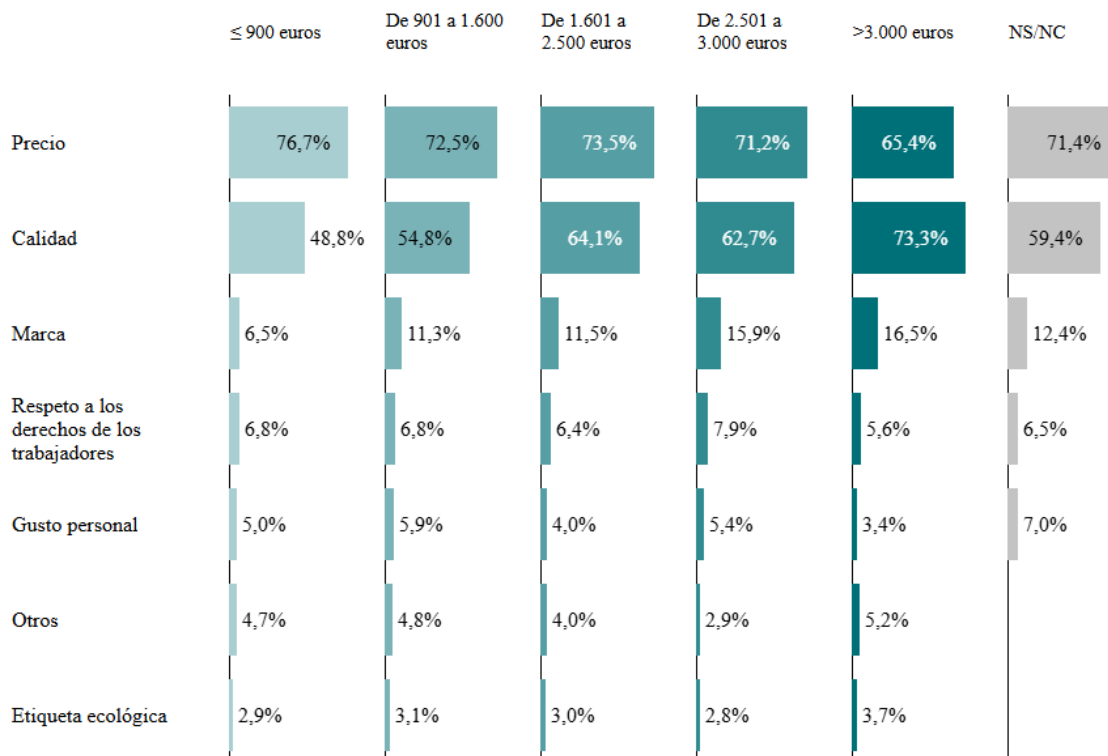


Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

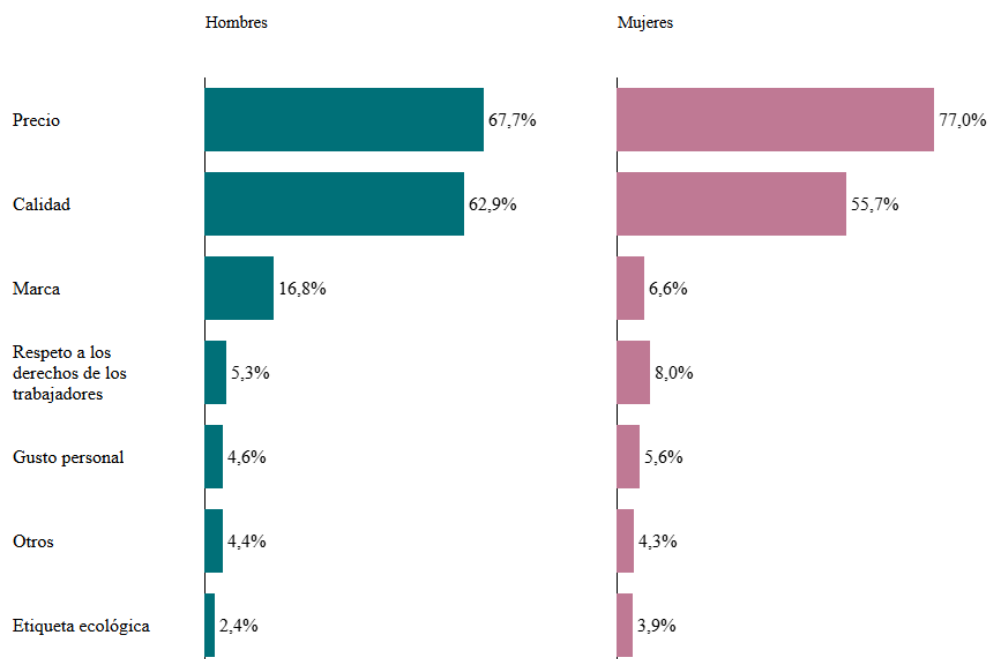
“Isla Comercio”

Según nivel de ingresos:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según sexo:

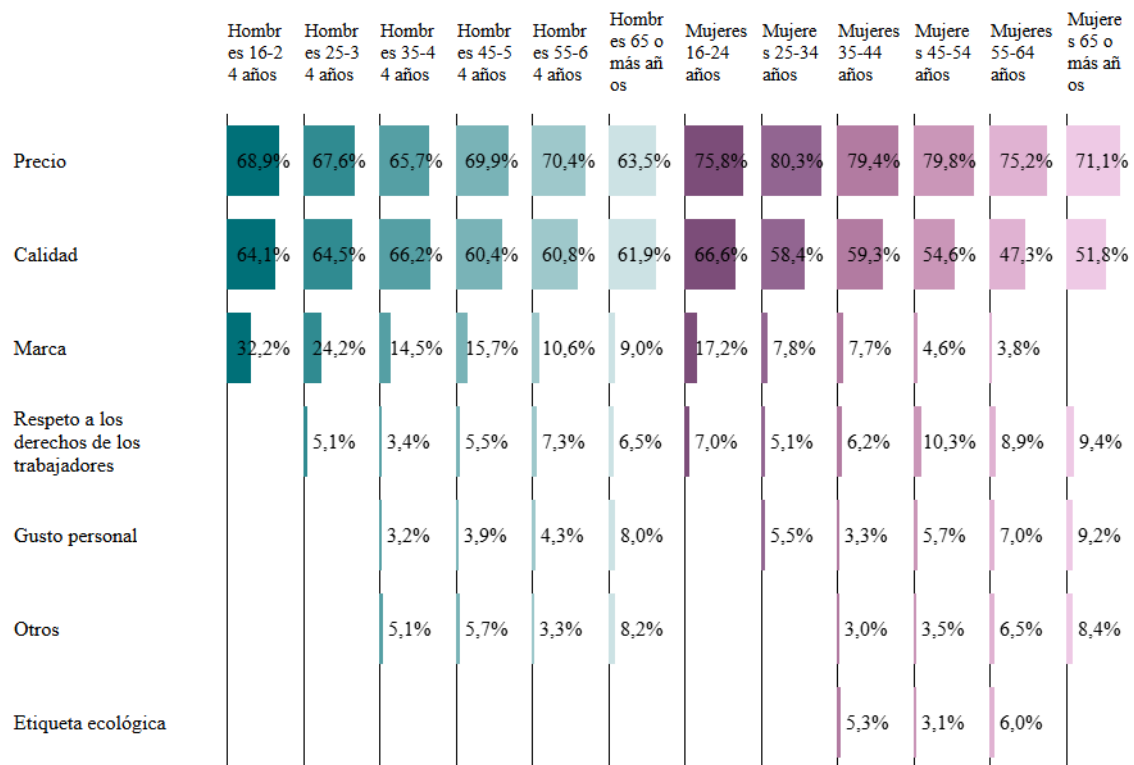


Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

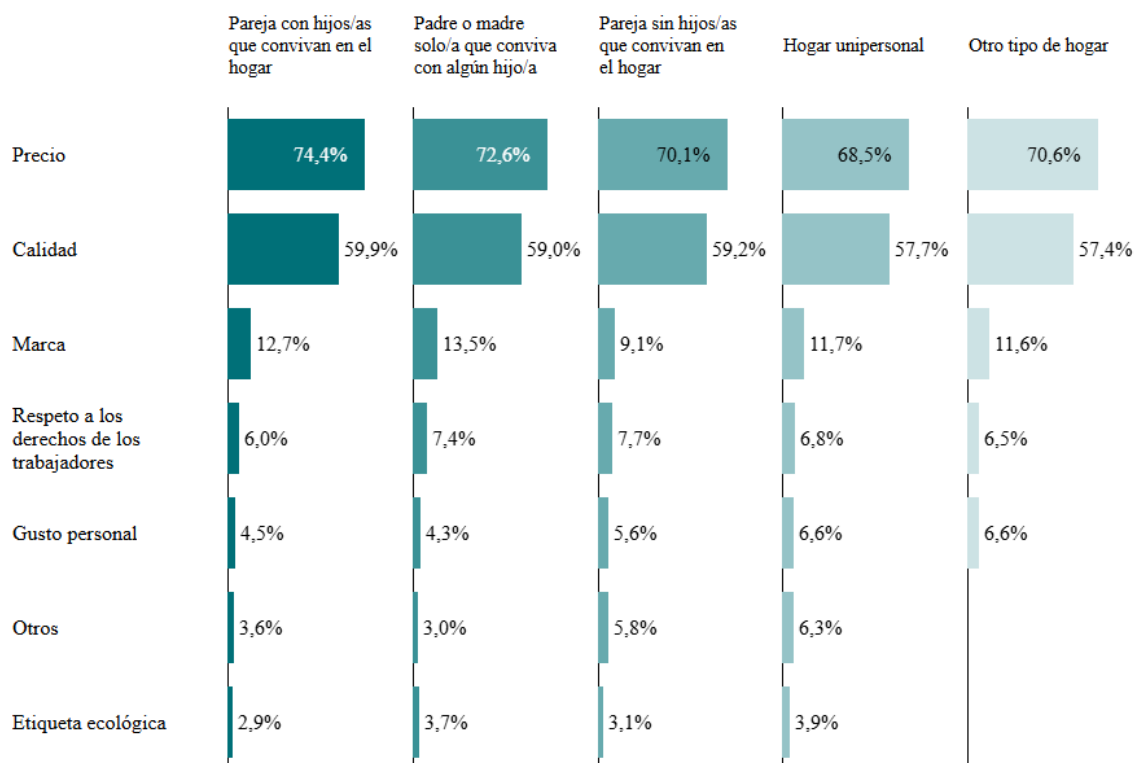
“Isla Comercio”

Según sexo y edad:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según tipo de hogar:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

PORCENTAJE DE PERSONAS QUE NO SE ENCARGAN DE LA COMPRA SEGÚN TIPO DE PRODUCTOS Y SEXO

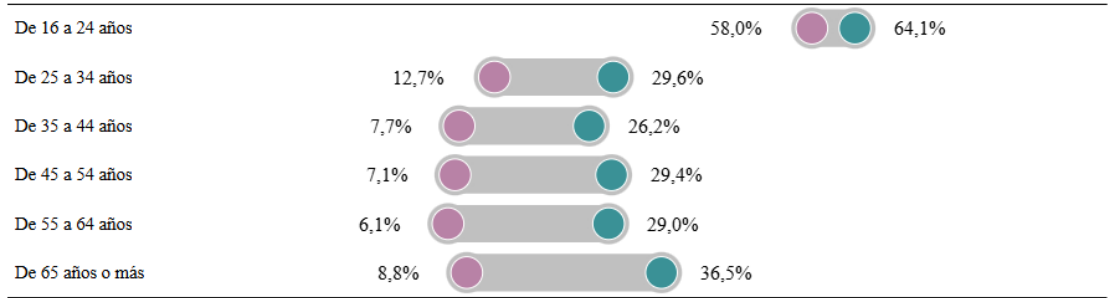
Tomando de referencia datos referidos a: Alimentos

Datos totales:



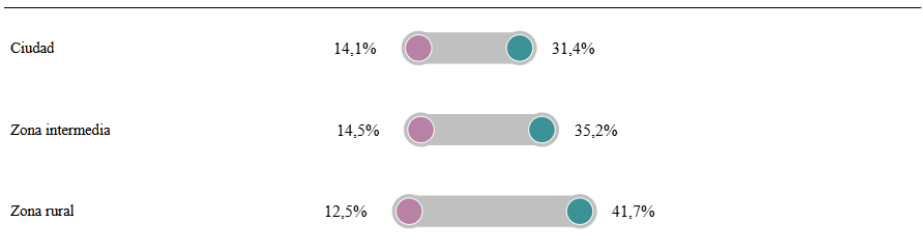
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según edad:



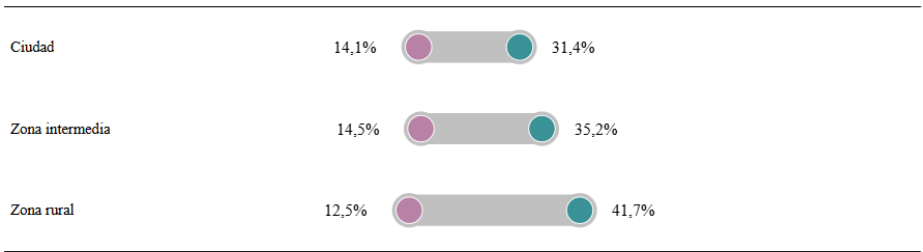
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según grado de urbanización:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según nivel de estudios:



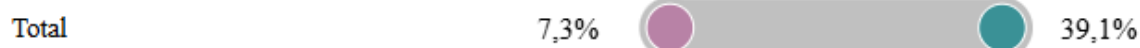
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

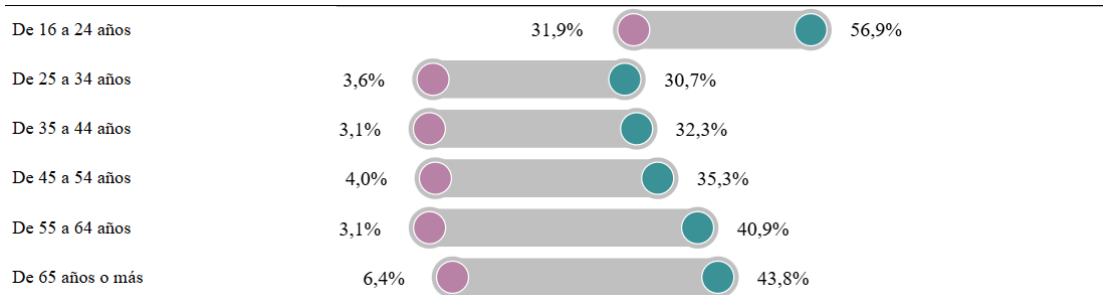
Tomando de referencia datos referidos a: Productos de higiene y cosmética

Datos totales:



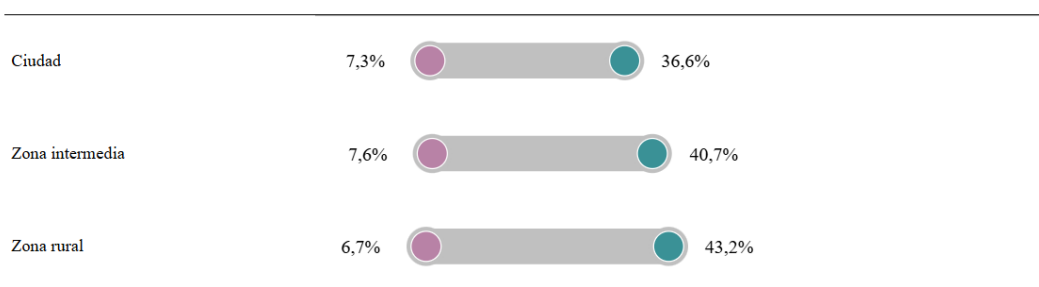
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según edad:



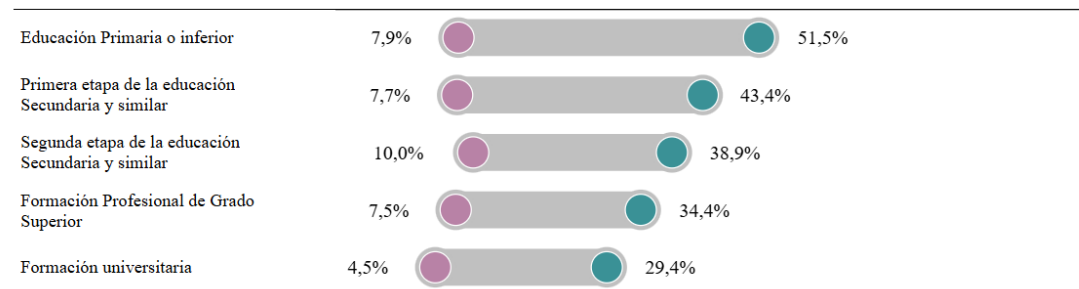
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según grado de urbanización:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según nivel de estudios:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

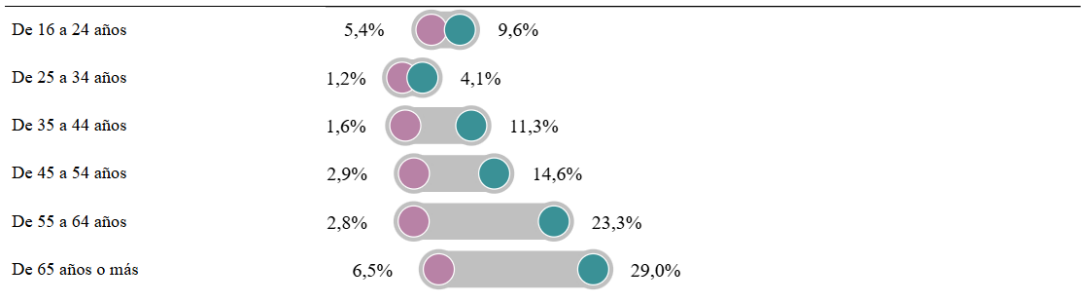
Tomando de referencia datos referidos a: Ropa

Datos totales:



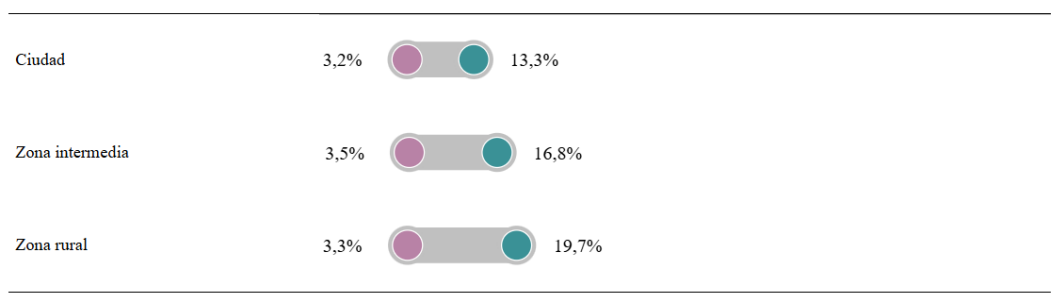
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según edad:



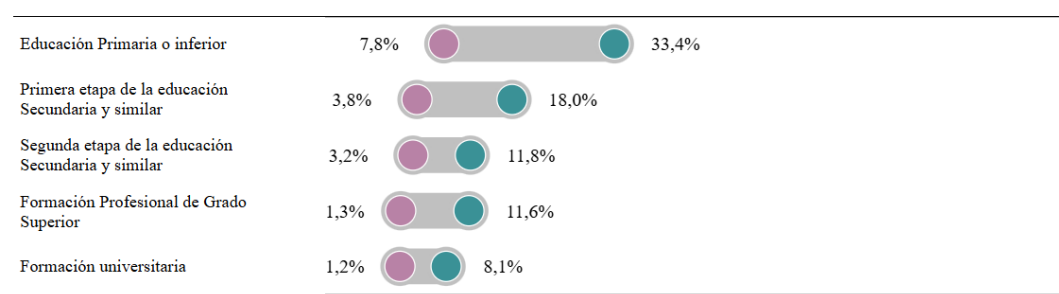
Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según grado de urbanización:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

Según nivel de estudios:



Fuente: IECA. Encuesta social 2023.

4.2. LA OFERTA COMERCIAL

El presente análisis se centra en la evolución y concentración de la estructura comercial del municipio de San Fernando. A través del estudio comparativo de su tejido comercial a lo largo del tiempo, se busca identificar tendencias, patrones y cambios significativos. Además, se analizará la distribución espacial de los establecimientos comerciales, con especial atención a la concentración en determinadas áreas. También se ha considerado la ubicación de los asociados del Centro Comercial Abierto (CCA Isla Comercio) para contextualizar este escenario dentro del ecosistema comercial más amplio de San Fernando.

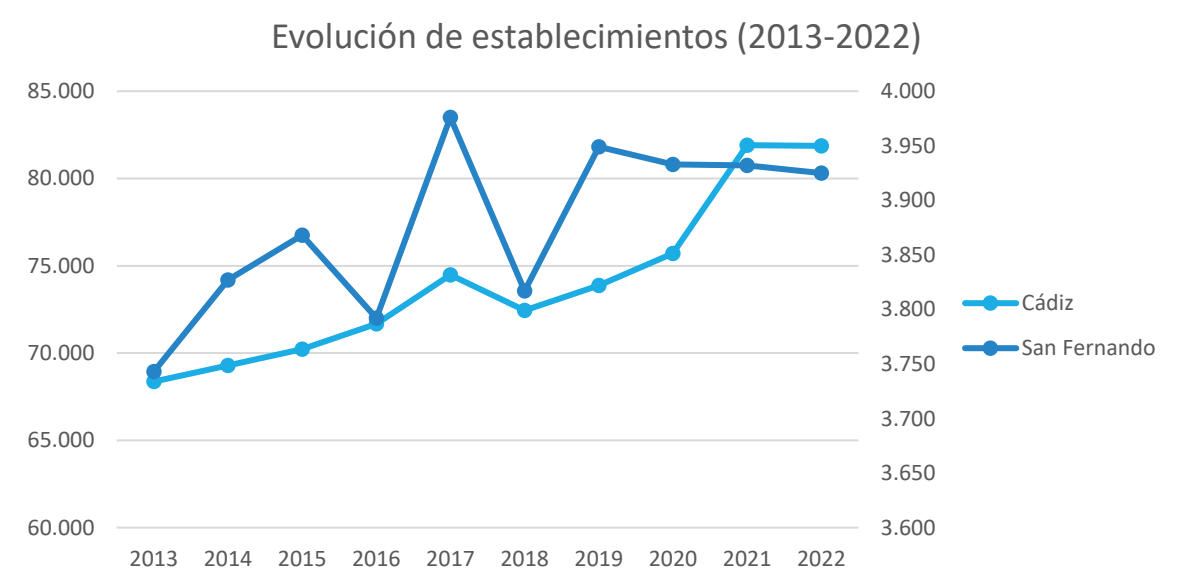
4.2.1. Análisis cuantitativo (evolución y estructura comercial)

En este apartado se analiza la oferta comercial de San Fernando mediante un análisis cuantitativo y un análisis cualitativo, el análisis de las principales locomotoras comerciales del municipio y el grado de adaptación del sector comercial. Se desglosará la estructura comercial, se describirá brevemente otros formatos comerciales de interés en el municipio y la competencia destacada en el ámbito del comercio. Para realizar el diagnóstico de la oferta comercial es imprescindible contar con el estudio de la estructura empresarial presente de San Fernando.

Según el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, el municipio cuenta con unos 3.925 establecimientos, que representa el 4,79% del total de establecimientos de la provincia de Cádiz. En el siguiente gráfico se muestra la evolución de establecimientos en San Fernando y en la provincia sin contar con aquellos establecimientos de Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (5.009 en Cádiz y 15 en San Fernando, en el año 2021).

Evolución del número de establecimientos en San Fernando. Comparación con la provincia.										
Espacio	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Provincia de Cádiz	68.368	69.295	70.231	71.671	74.477	72.439	73.873	75.699	81.907	81.859
San Fernando	3.743	3.827	3.868	3.792	3.976	3.817	3.949	3.933	3.932	3.925

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2024). Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía.



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2024). Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

A continuación, se desglosa el número de establecimientos del municipio según su actividad económica. Como se muestra en la siguiente tabla sobre la tipología de las actividades desarrolladas en los establecimientos, el 29,45% son “Actividades inmobiliarias, profesionales, auxiliares, artísticas y otros servicios”, seguido de “Comercio” que representan el 27,62% de las actividades, estando por encima de los promedios regional y provincial, lo que habla de la importancia del sector en el municipio.

Número de establecimientos según actividad económica						
Actividad	Andalucía	%	Provincia de Cádiz	%	San Fernando	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	108.175	14,80	5.009	6,12	15	0,38
Industria, energía, agua y gestión de residuos	34.528	4,72	3.880	4,74	146	3,72
Construcción	63.869	8,74	6.934	8,47	280	7,13
Comercio	163.383	22,36	21.260	25,97	1.084	27,62
Transporte y almacenamiento	35.026	4,79	4.505	5,50	198	5,04
Hostelería	57.760	7,90	8.502	10,39	369	9,40
Información y comunicaciones	10.267	1,40	997	1,22	59	1,50
Banca y seguros	18.276	2,50	2.077	2,54	125	3,18
Administración pública, educación y sanidad	58.507	8,01	7.373	9,01	493	12,56
Actividades inmobiliarias, profesionales, auxiliares, artísticas y otros servicios	18.1053	24,77	21.322	26,05	1.156	29,45
TOTAL, ESTABLECIMIENTOS	730.844	100,00	81.859	100,00	3.925	100,00

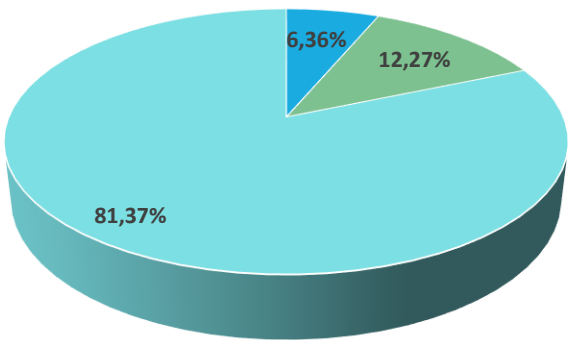
Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2024). Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía. Elaboración propia.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Se expone a continuación la estructura en la que se distribuye el sector comercial en San Fernando, donde se observa como el comercio al por menor es la actividad comercial con mayor representación:

Establecimientos Comerciales (2022)



- 45. Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas
- 46. Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto vehículos de motor y motocicletas
- 47. Comercio al por menor, excepto vehículos de motor y motocicletas

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2024). Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía. Elaboración propia.

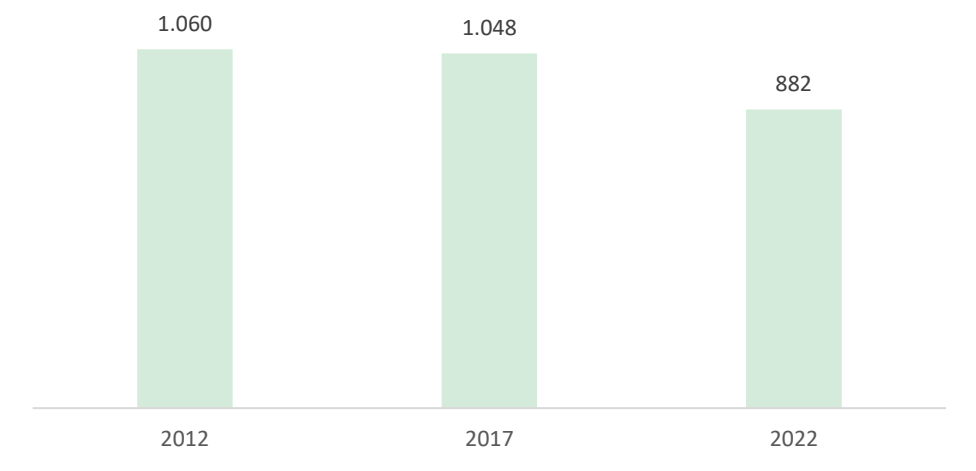
Sin embargo, San Fernando presenta una dotación de comercio minorista por habitante algo inferior a otros territorios:

Dotación comercio minorista/ 1.000 habitantes	
Territorio	Dotación comercio minorista/ 1.000 habitantes
Andalucía	12,69
Cádiz	12,24
San Fernando	9,37

Fuente: Elaboración propia a partir del Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía (IECA) y Padrón de Habitantes (INE).

Esto nos da pie a realizar un análisis de la evolución del comercio minorista, comprobando que existe una continuada disminución de establecimientos comerciales en la última década, un descenso del -16,8%.

Evolución del comercio al por menor (2012-2022)



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2024). Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía. Elaboración propia.

Para conocer si esta pérdida de establecimientos comerciales minoristas es importante, se ha realizado un análisis de la evolución en los municipios que conforman el área de mercado de San Fernando, donde podemos comprobar que San Fernando experimenta peores comportamientos que la provincia y Andalucía y de todos los municipios que conforman su área de mercado, algunos de los cuales están creciendo, como Chiclana de la Frontera y Puerto Real especialmente. Esto se puede comprobar en el elevado número de locales inactivos existentes en el centro urbano de San Fernando.

Evolución del comercio minorista y la hostelería en diferentes espacios de influencia									
Sector	Andalucía	Provincia de Cádiz	Cádiz (capital)	Chiclana de la Frontera	El Puerto de Santa María	Medina Sidonia	Puerto Real	San Fernando	Promedio
Comercio minorista	-3,4%	-2,2%	-13,8%	1,7%	-12,3%	-4,9%	10,3%	-16,8%	-5,2%
Hostelería	16,1%	17,3%	4,4%	28,7%	3,5%	0,0%	-7,6%	11,8%	9,3%

Fuente: Elaboración propia a partir del Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía (IECA).

También es importante comprobar como la hostelería está sustituyendo en muchas ocasiones al comercio local, especialmente en los municipios turísticos. Esta situación se da también en San Fernando, con una tendencia positiva en el sector hostelero y de restauración, aunque menor que la provincia y Andalucía.

Por otro lado, si analizamos las subramas de actividad, se obtiene que el comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados es de mayor representación en este tipo de actividad, con un 31,86% del comercio minorista en San Fernando. Le sigue el comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados (26,76%) y el comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados, ambos con un (13,61%).

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

La actividad con menor representación en el comercio minorista es el comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados, con un 1,13%. Le sigue el comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados, con un 1,59%.

N.º Establecimientos por Subramas de Actividad en San Fernando		
Subramas de Actividad	N.º Establecimientos	%
471. Comercio al por menor en establecimientos no especializados	100	11,34
472. Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	236	26,76
473. Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados	10	1,13
474. Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados	14	1,59
475. Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados	120	13,61
476. Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados	73	8,28
477. Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados	281	31,86
478. Comercio al por menor en puestos de venta y mercadillos	31	3,51
479. Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	17	1,93

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2024). Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía. Elaboración propia.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

En el siguiente cuadro podemos comprobar las actividades que sí han crecido en la última década. Concretamente han sido el comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos (112,5%) y el comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados (28,07%). En conclusión, se muestra una disminución total del comercio minorista del 16,79% respecto al año 2012, es decir, 178 establecimientos comerciales menos. En la siguiente tabla se muestra la variación en este periodo (2012-2022), mediante el cual se aprecia una gran disminución de actividad en el comercio al por menor en establecimientos no especializados (-60,37%) seguido del comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados (-26,31%).

Evolución del N.º Establecimientos por Subramas de Actividad en San Fernando						
Actividad	2012	2022	Var. 2012/22	% Var. 2012/22	% Var. 2012/22 (Cádiz)	% Var. 2012/22 (Andalucía)
45. Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	58	69	11	18,96	7,72	16,45
46. Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	145	133	-12	-8,28	0	7,60
47. Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	1.060	882	-178	-16,79	-2,19	-3,35
471. Comercio al por menor en establecimientos no especializados	252	100	-152	-60,37	-40,24	-43,31
472. Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	244	236	-8	-3,28	8,16	13,07
473. Comercio al por menor de combustible para la automoción en	6	10	4	66,66	27,05	18,22

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

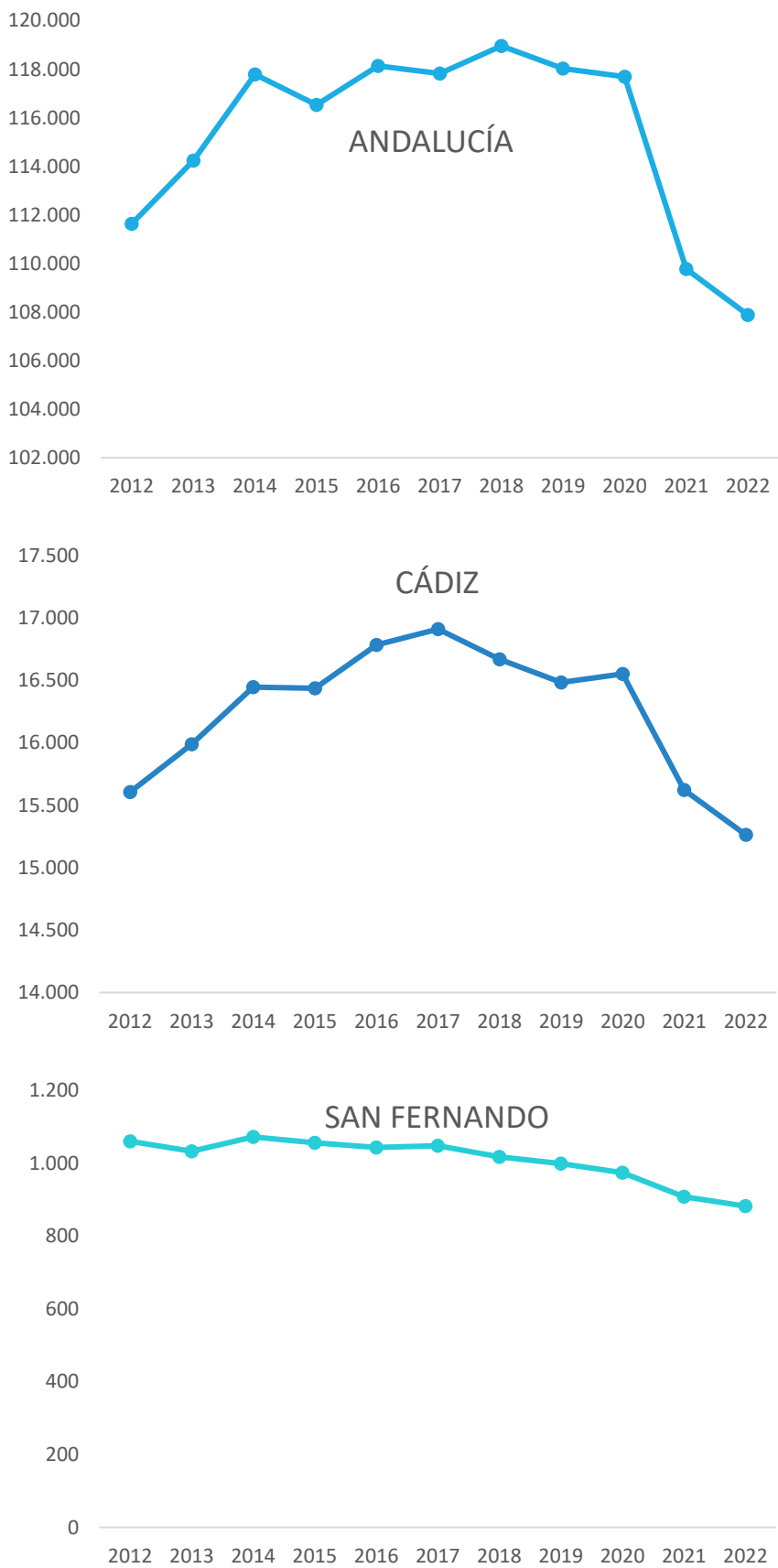
Evolución del N.º Establecimientos por Subramas de Actividad en San Fernando						
establecimientos especializados						
474. Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados	19	14	-5	-26,31	-38,08	-16,56
475. Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados	165	120	-45	-27,28	-6,73	-15,53
476. Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados	57	73	16	28,07	18,58	7,14
477. Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados	276	281	5	1,82	11,77	13,87
478. Comercio al por menor en puestos de venta y mercadillos	33	31	-2	-6,06	41,73	22,56
479. Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	8	17	9	112,50%	86,32	109,68

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2024). Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía. Elaboración propia.

En las siguientes gráficas se muestra la evolución del comercio al por menor en Andalucía, provincia de Cádiz y San Fernando por separado, donde se comprueba que, mientras la región y la provincia han sufrido altibajos en esta última década, San Fernando presenta una disminución constante en todo momento.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2024). Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía. Elaboración propia.

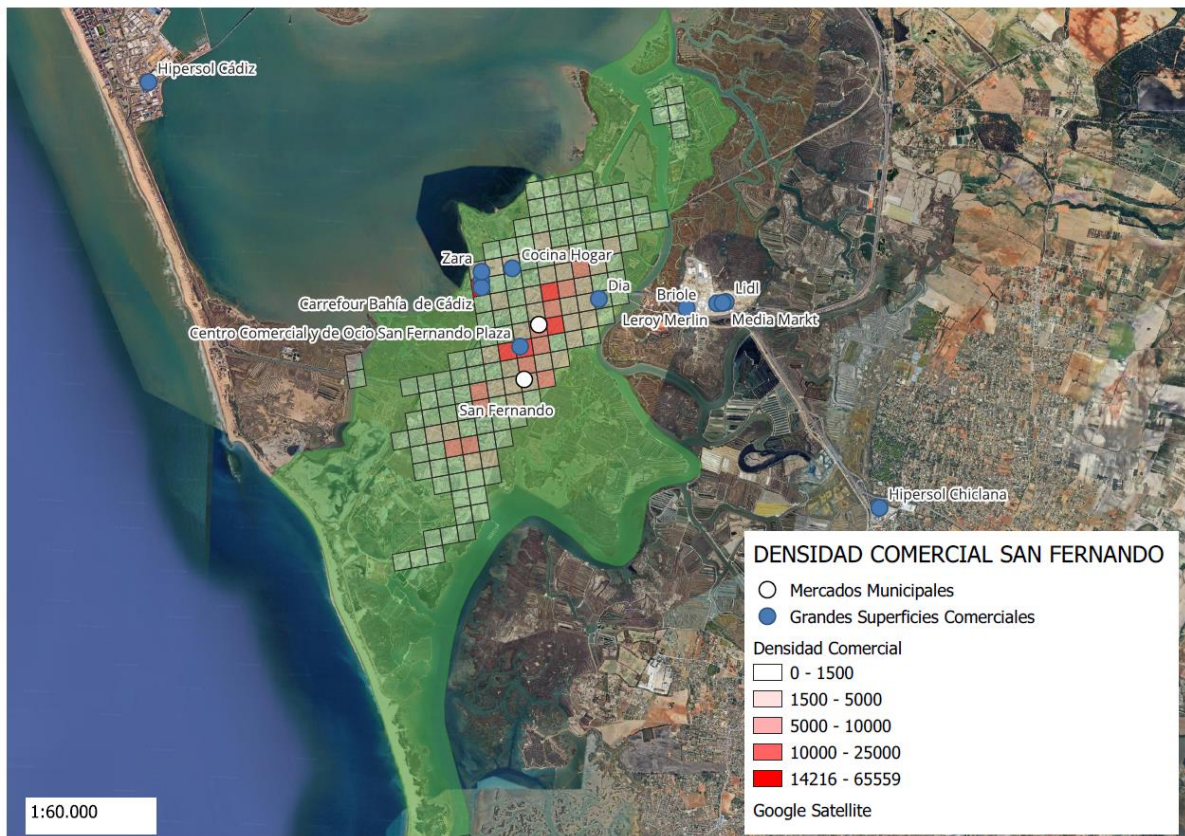
Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

4.2.2. Concentración de la Estructura Comercial de San Fernando

La concentración comercial en San Fernando muestra una marcada heterogeneidad espacial (Grandes Superficies-Centro Urbano). Para visualizar estos patrones, se presentan una serie de mapas que abarcan desde una escala municipal hasta un nivel de detalle que incluye el área de influencia del Centro Comercial Abierto (CCA Isla Comercio). A través de mapas de densidad por mallas, se representará la distribución comercial en el municipio. Este análisis permite identificar los principales núcleos comerciales, evaluar el grado de concentración de cada zona y comprender las relaciones espaciales entre los diferentes establecimientos. Los resultados obtenidos servirán como base para desarrollar la estrategia del CCA en la dinamización del comercio local y para proponer medidas de mejora en colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando.

En primer lugar, se puede comprobar como la concentración comercial se localiza principalmente en las Grandes Superficies Comerciales (especialmente Bahía Sur) y en determinados espacios del centro urbano. Así, la actividad comercial en San Fernando se encuentra fuertemente concentrada en dos grandes polos. Por un lado, Bahía Sur, como principal centro comercial de la zona, atrae a un gran número de consumidores, concentrando una proporción significativa de las ventas totales. Por otro lado, el centro histórico conserva un núcleo comercial tradicional, aunque con una menor densidad de establecimientos y una oferta más especializada. Esta dualidad refleja la evolución del comercio en el municipio, marcada por la creciente importancia de las grandes superficies comerciales y la pérdida continuada del comercio tradicional, al que le cuesta más adaptarse a los nuevos desafíos y que necesita la colaboración activa de todas las administraciones, especialmente, la local.

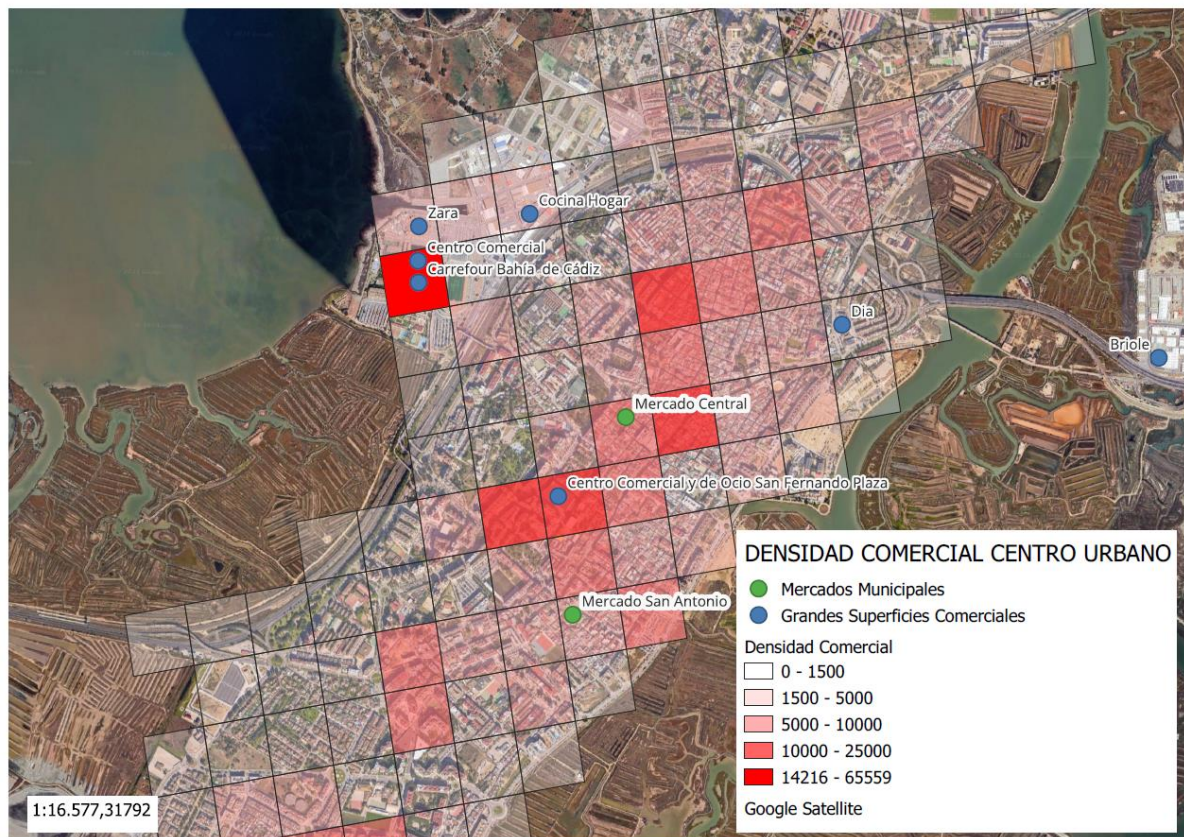


Fuente: Elaboración propia a partir del DERA (IECA)

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Al analizar el centro urbano de San Fernando con mayor detalle, se observa una clara concentración de la actividad comercial en los ejes viarios principales, las grandes superficies y los mercados municipales, especialmente el Mercado Central. Por un lado, los ejes actúan como espina dorsal de la ciudad, concentrando una gran variedad de establecimientos, desde tiendas de moda y alimentación hasta servicios. Además, las grandes superficies comerciales, como Bahía Sur, y los mercados municipales, como el Mercado Central, actúan como potentes imanes, atrayendo a un gran número de consumidores. Sin embargo, esta concentración no es homogénea, ya que existen zonas con menor densidad de establecimientos, especialmente en los espacios más periféricos de los ejes comerciales tradicionales.

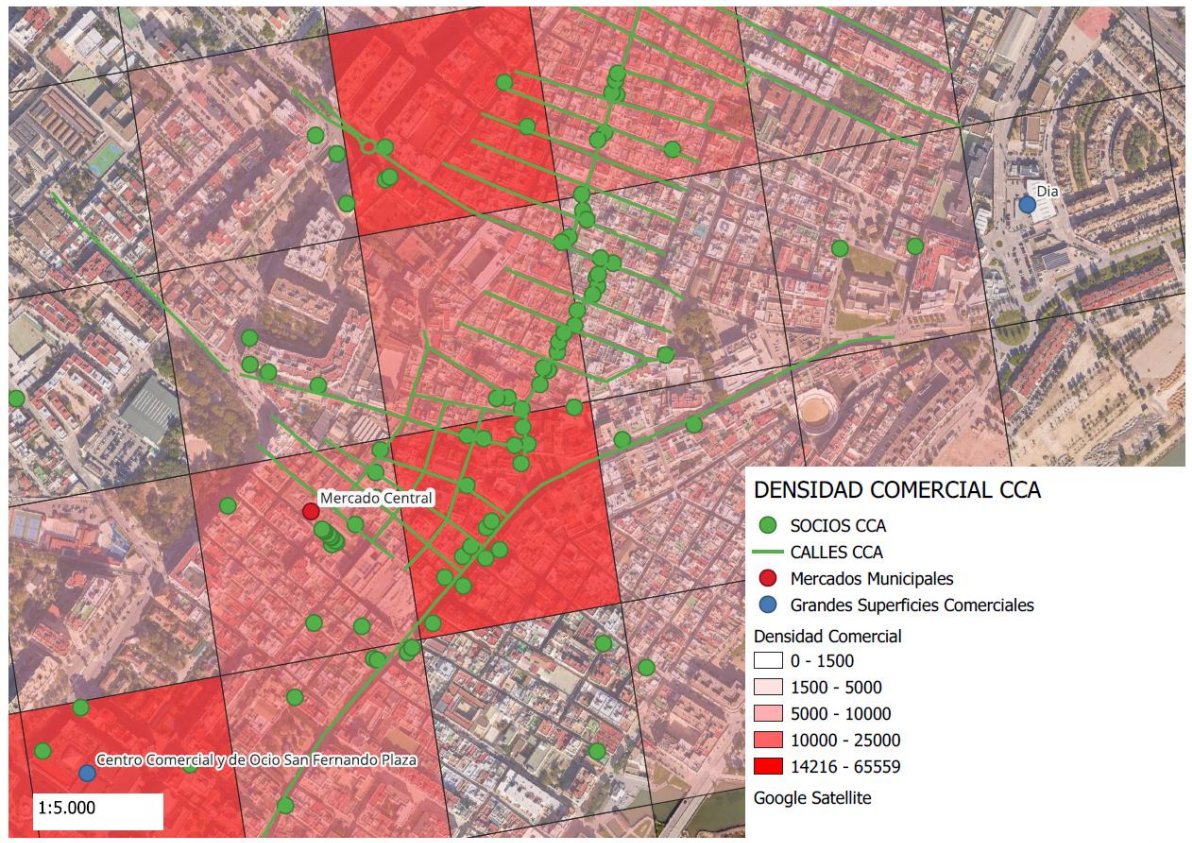


Fuente: Elaboración propia a partir del DERA (IECA)

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Por último, se comprueba como la densidad comercial se localiza en el eje calle Real, Rosario y San Rafael, que es a su vez donde hay mayor concentración de asociados al CCA. Esta zona concentra el mayor número de establecimientos por metro cuadrado, coincidiendo con la ubicación de la mayor parte de los asociados al Centro Comercial Abierto (CCA). Esta alta concentración se explica por factores históricos y por la accesibilidad de esta zona, que la convierte en un destino atractivo tanto para los residentes como para los visitantes.



Fuente: Elaboración propia a partir del DERA (IECA) y datos de asociados a ACOSAFE.

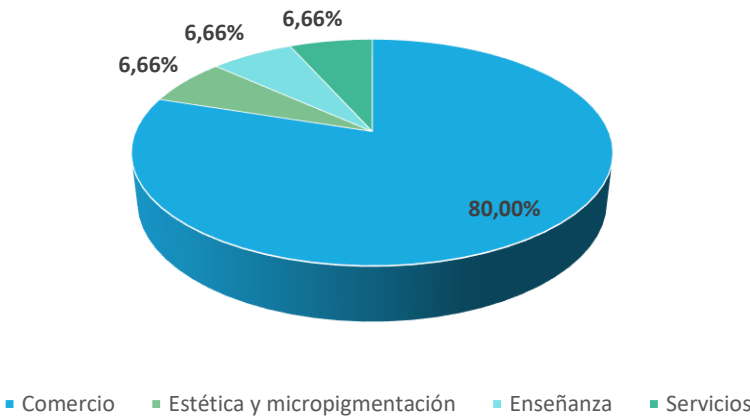
4.2.3. Perfil de las Empresas Asociadas al CCA Isla Comercio

El siguiente análisis tiene como objetivo profundizar en la situación actual del comercio en el centro de San Fernando, con especial atención a los establecimientos asociados al Centro Comercial Abierto (CCA). A través de una encuesta dirigida a los negocios asociados, se ha buscado caracterizar el tejido empresarial, identificar los principales desafíos que enfrenta y conocer las propuestas de mejora de las propias empresas asociadas. Los resultados de este análisis han permitido obtener una visión más precisa de la realidad del sector y han servido de base para la elaboración de las estrategias de apoyo y promoción del comercio local.

Diversidad de Sectores Representados

La mayor parte de los encuestados pertenecen al sector comercio (80%), seguido de estética y micropigmentación, enseñanza y servicios (estos tres últimos con un 6,7%). Esto refleja una composición diversa, pero con predominancia en comercio.

Diversidad de Sectores Representados

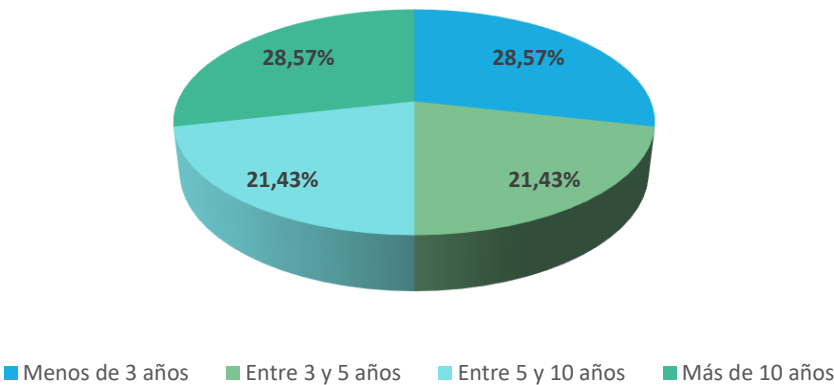


Fuente: Encuesta asociados a ACOSAFE. Diciembre 2024

Antigüedad Promedio del Comercio Local

La antigüedad promedio de los negocios es de 26 años, lo que sugiere una base empresarial consolidada en el área del CCA Isla Comercio. Si bien es cierto que existe una muestra amplia de establecimientos con una antigüedad inferior a 5 años, así como algunos con una experiencia de más de 75 años e incluso cercana a los 100.

Antigüedad Promedio del Comercio Local



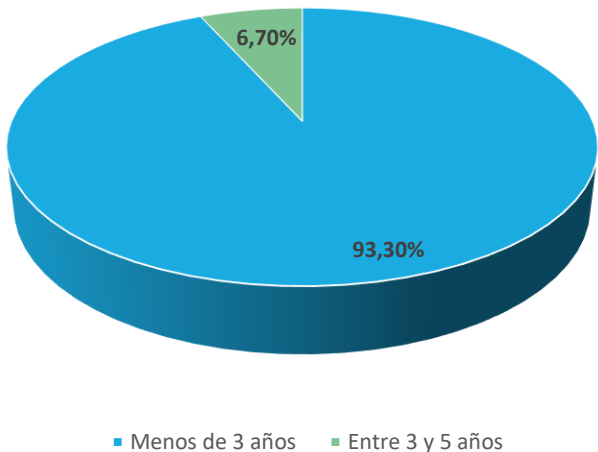
Fuente: Encuesta asociados a ACOSAFE. Diciembre 2024

Régimen de Tenencia y Horarios

La gran mayoría de los locales opera bajo régimen de alquiler (93,3%), con horarios predominantemente de 09:00 a 14:00 y de 16:00 a 20:30 (46,67%). Esto apunta a la adaptabilidad de los negocios a las demandas locales.

La cuota media se sitúa en 733€, siendo las más elevadas de 1200€, mientras que las más bajas oscilan entre 300€.

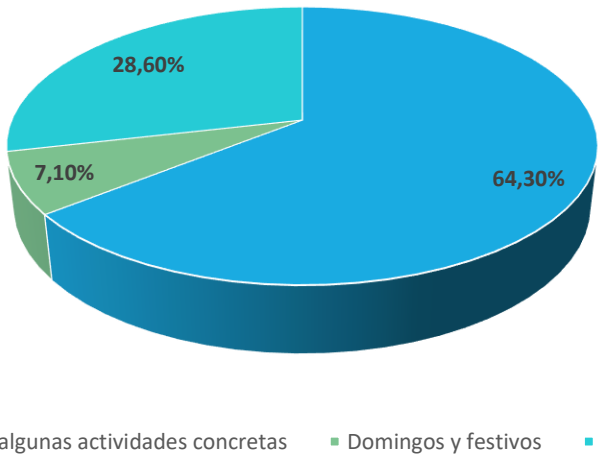
Régimen de Tenencia



Fuente: Encuesta asociados a ACOSAFE. Diciembre 2024

Al ser consultados acerca de si realiza algún tipo de apertura excepcional, se han obtenido los siguientes resultados:

¿Realizas aperturas excepcionales?



Fuente: Encuesta asociados a ACOSAFE. Diciembre 2024

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Seguidamente, se les pregunta acerca de si conocen el origen geográfico de su principal clientela, obteniéndose los siguientes resultados:

- La opción predominante indica que los comerciantes conocen a los clientes cuyo origen proviene de todo San Fernando en general (60%), así como de los municipios del entorno de la Bahía de Cádiz (53,3%).
- En menor proporción (26,7%) se encuentran los municipios que únicamente conocen a la clientela procedente del centro de San Fernando.

Asociación al CCA Isla Comercio

El 93,3% de los negocios están asociados al CCA, mientras que 6,7% no lo están. Entre los no asociados, la razón principal es “No conozco los servicios ventajosos que ofrece el CCA”. Esto indica la necesidad de fortalecer la percepción del valor del asociacionismo.

Delimitación Física Oficial

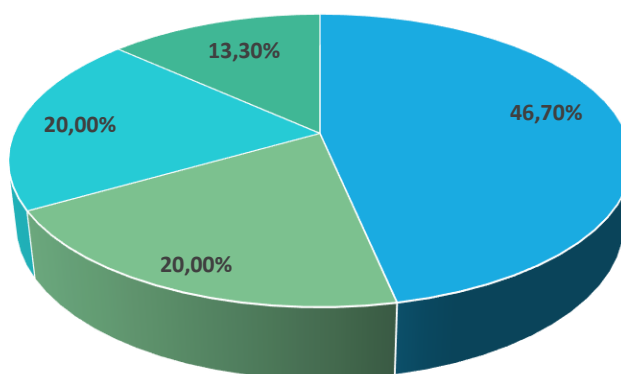
El 86,7% de los establecimientos encuestados se encuentra en la delimitación física oficial del Centro Comercial Abierto “Isla Comercio”.

Percepción de la Evolución

El 46,7% considera que la situación del comercio es positiva, frente al 20% que percibe un estancamiento o retroceso. Por otra parte, un 20% considera que la situación se mantiene igual.

Este resultado sugiere una perspectiva mixta sobre el impacto de las iniciativas en el CCA.

Evolución del negocio en el entorno del CCA en los últimos 3 años



■ Positiva ■ Negativa ■ Igual ■ NS/NC

Fuente: Encuesta asociados a ACOSAFE. Diciembre 2024

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Prioridades para el Fortalecimiento del Sector

Los participantes identifican como áreas clave de mejora:

- El 46,7% de los participantes priorizan “incrementar la oferta comercial (o de servicios) con empresas locomotoras (franquicias, grandes marcas, etc.)”, así como “potenciar la vinculación del turismo y el comercio” e “intensificar el uso de la calle y espacios públicos para atraer tráfico de potenciales consumidores (mercadillos temáticos, música, teatros, etc.)”.
- El 33,3% enfatizan en la necesidad de incentivar el aparcamiento (bonificación) al cliente.
- El 26,7% destaca “adecuar la imagen de los establecimientos”, “mayor limpieza y ornamentación de la zona comercial” y “mayor seguridad y presencia policial”.
- El 20% prioriza “facilitar la modernización de los establecimientos, especialmente en el ámbito digital”, así como “incrementar la promoción comercial conjunta”.
- Por último, el 13,3% considera “intensificar las iniciativas puestas en marcha en materia de promoción y digitalización” así como “potenciar los mercados municipales de abastos”.

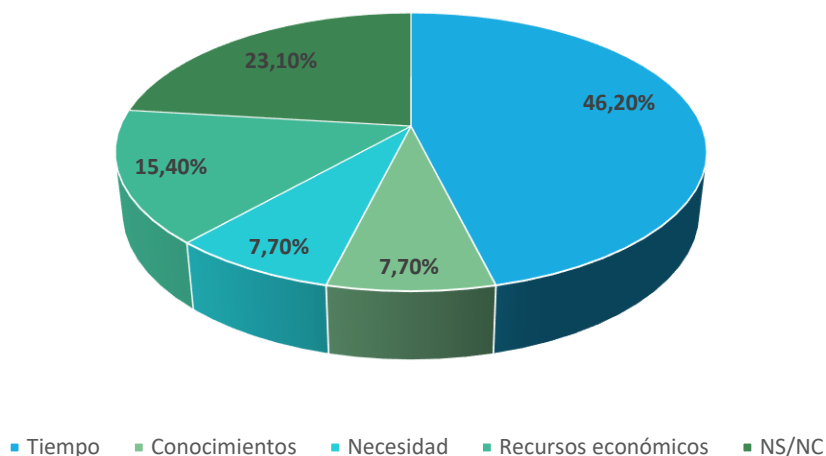
Asimismo, se han considerado otras actuaciones:

- “Una vez al mes, hacer un mercadillo callejero con música y actividades”.
- “Las fiestas navideñas tienen que estar más integradas por zonas que no sean el centro”.
- “Mercadillo navideño”.

Limitaciones que impiden dar prioridad al uso de las TIC

Entre las limitaciones se han considerado:

Limitaciones que impiden dar prioridad al uso de las TIC



Fuente: Encuesta asociados a ACOSAFE. Diciembre 2024

Al hilo de estas limitaciones, se les ha preguntado sobre las necesidades formativas que tienen en estos momentos, destacándose las siguientes:

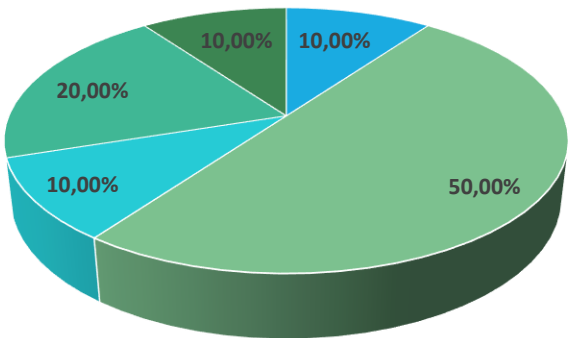
- Digitalización (RRSS, página web, marketing digital, etc.) con un 53,8%.
- Marketing y ventas con un 46,2%.
- Gestión de stocks, imagen y escaparatismo, idiomas, gestión empresarial y atención al cliente con un 15,4%.
- Ofimática básica con un 7,7%.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Por otra parte, aquellos interesados en recibir acciones formativas destacan como preferencia las siguientes modalidades:

Preferencia modalidad/horaria



- Acompañado por un tutor en el negocio
- Online fuera del horario laboral
- Presencial en horario de 08:00 a 10:00 horas
- Presencial en horario de 14:00 a 16:00 horas
- Presencial en horario de 20:00 a 22:00 horas

Fuente: Encuesta asociados a ACOSAFE. Diciembre 2024

4.2.4 Valoración general del entorno comercial urbano

Tal y como se indica en la “Guía para el diseño de Planes Estratégicos Comerciales Municipales”, editado por la Junta de Andalucía, el urbanismo comercial tiene una doble vertiente: una más general que está relacionada con la ordenación de la actividad en los municipios y otra, que tiene que ver con el análisis micro de la calidad de los entornos urbanos de las zonas comerciales y de su homogeneidad a nivel de imagen y de conexiones.

Para el análisis de urbanismo comercial del Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando, se han realizado fichas de urbanismo comercial de las siguientes vías:

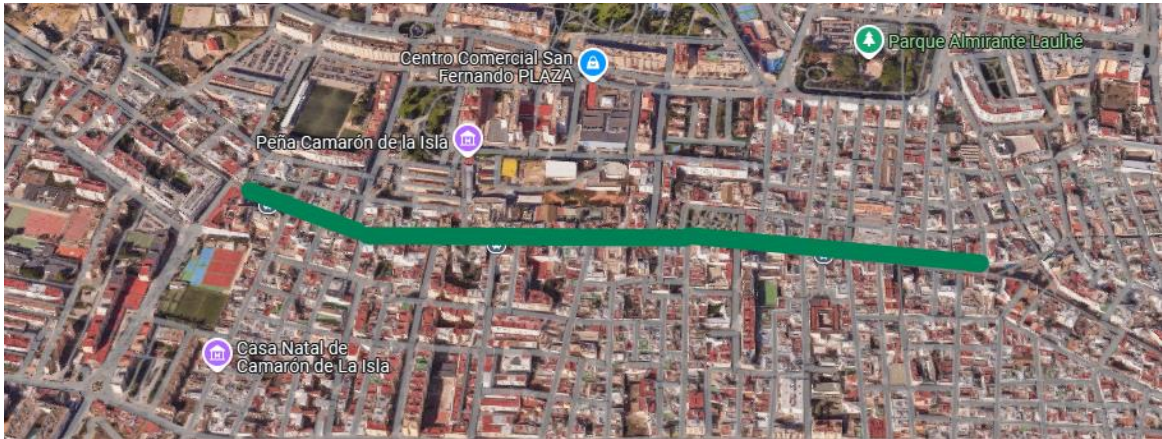
CALLE REAL

CALLE ROSARIO

CALLE SAN RAFAEL

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

VÍA: CALLE REAL
DELIMITACIÓN DE LA VÍA DE ESTUDIO
La Calle es la vía con mayor actividad comercial de la Asociación de Comerciantes de San Fernando, contando con 19 establecimientos de diversa índole, tales como librerías, hostelería o supermercados.  Fuente: Google Maps y elaboración propia. Diciembre 2024
UBICACIÓN DE EQUIPAMIENTOS PÚBLICOS Y PRIVADOS
Es la calle más antigua de San Fernando. Entre los equipamientos de esta vía están la Iglesia Mayor de San Pedro y san Pablo, la Iglesia de El Carmen y la Iglesia vaticana castrense de San Francisco. Además, se encuentran el Castillo de San Romualdo y el Museo Histórico Municipal de San Fernando.
CALIDAD URBANA DE LA VÍA
Tipo de vía: peatonal y con tranvía. Tramo con doble sentido para vehículos a la altura del número 226 de la calle.
Estado de conservación: Bueno.
Problemática en aceras y pavimentos: no se han detectado problemáticas

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

Conectividad urbana: por esta vía se puede ir tanto a pie como en vehículo privado (en una parte únicamente), así como en tranvía.

Barreras o puntos de conflicto: Zona de cruce de vehículos por zona donde transita el tranvía.

Accesibilidad en transporte privado: En ambos sentidos, únicamente en la zona final de la vía

Accesibilidad en transporte público: Tanto en tranvía como en tren. Además, en autobús hasta la Calle San Onofre.

Zonas de aparcamiento: Cuenta con aparcamientos gratuitos y privados.

Dotación de plazas de rotación: No.

Dotación de plazas de carga y descarga: Sí, existen varias zonas a lo largo de toda la vía.



Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

CALIDAD DE LOS ELEMENTOS URBANOS Y ANÁLISIS DEL MOBILIARIO URBANO

Presencia de bolardos u otros elementos de protección del paso de peatones: No.

Sistemas de iluminación: la iluminación es correcta y las farolas se encuentran en buen estado.

Elementos de reposo: No.

Papeleras: En esta vía hay papeleras y contenedores de basura de reciclaje.

IMAGEN

Mantenimiento: En general el mantenimiento de esta calle es bueno.

Limpieza: En general la limpieza de esta vía es perfecta.

Conservación del espacio público: Buena.

Nivel de seguridad en las calles: Bueno.

Imagen comercial: Generalmente buena. Combina comercios tradicionales (algunos se han modernizado en los últimos años). Cuentan con buena presentación de los escaparates, así como una publicidad y rótulos correctos. Las fachada de los comercios están bien conservadas y limpias y la presentación de los productos es óptima.

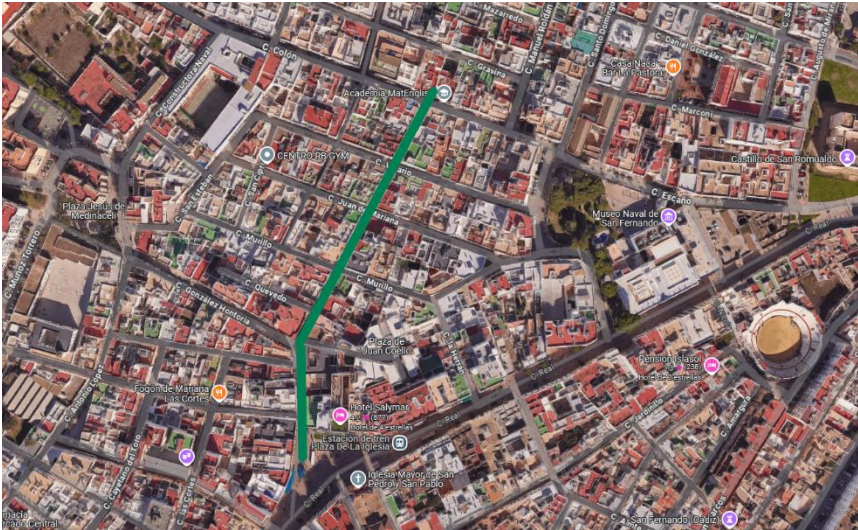
Señalización urbana: Tanto para peatones como para turismos y tranvía.

Señalización comercial: La propia de los comercios. Algunos cuentan con referencias a la ACOSAFE.



Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

VÍA: CALLE ROSARIO
DELIMITACIÓN DE LA VÍA DE ESTUDIO La Calle es la segunda vía con mayor actividad comercial de la Asociación de Comerciantes de San Fernando, contando con 15 establecimientos de diversa índole, tales como hostelería, agencias de viajes o joyerías.  Fuente: Google Maps y elaboración propia. Diciembre 2024
UBICACIÓN DE EQUIPAMIENTOS PÚBLICOS Y PRIVADOS Entre los equipamientos de esta vía están el Centro Obrero y el Monumento al Cargador de la Isla. Es la calle que conecta a las importantes Calle Real y la Calle Colón.
CALIDAD URBANA DE LA VÍA Tipo de vía: peatonal. Estado de conservación: Bueno. Problemática en aceras y pavimentos: no se han detectado problemáticas.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

Conectividad urbana: A pie.

Barreras o puntos de conflicto: Zonas algo estrechas en algunos puntos.

Accesibilidad en transporte privado: No.

Accesibilidad en transporte público: No.

Zonas de aparcamiento: No.

Dotación de plazas de rotación: No.

Dotación de plazas de carga y descarga: No.



Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

CALIDAD DE LOS ELEMENTOS URBANOS Y ANÁLISIS DEL MOBILIARIO URBANO

Presencia de bolardos u otros elementos de protección del paso de peatones: No.

Sistemas de iluminación: la iluminación es correcta y las farolas se encuentran en buen estado.

Elementos de reposo: No.

Papeleras: En esta vía hay papeleras.

IMAGEN

Mantenimiento: En general el mantenimiento de esta calle es bueno.

Limpieza: En general la limpieza de esta vía es perfecta.

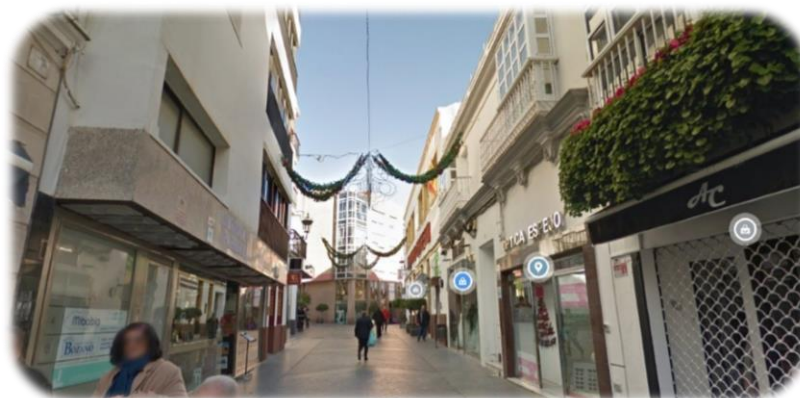
Conservación del espacio público: Buena.

Nivel de seguridad en las calles: Bueno.

Imagen comercial: Generalmente buena. Combina comercios tradicionales (algunos se han modernizado en los últimos años). Cuentan con buena presentación de los escaparates, así como una publicidad y rótulos correctos. Las fachada de los comercios están bien conservadas y limpias y la presentación de los productos es óptima.

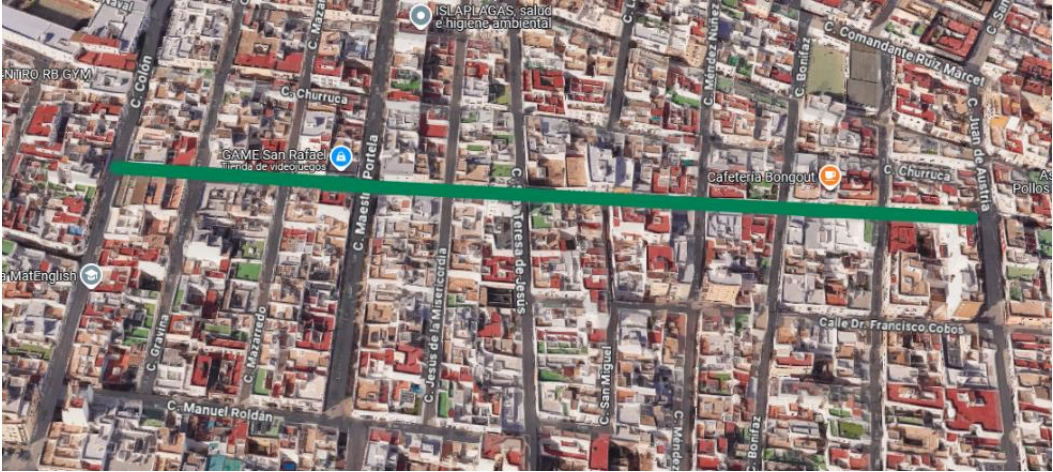
Señalización urbana: De elementos para los peatones.

Señalización comercial: La propia de los comercios. Algunos cuentan con referencias a la ACOSAFE.



Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

VÍA: CALLE SAN RAFAEL
DELIMITACIÓN DE LA VÍA DE ESTUDIO
La Calle es similar a la Calle Rosario, contando con 14 establecimientos de diversa índole, tales como hostelería, estancos o papelerías.  Fuente: Google Maps y elaboración propia. Diciembre 2024
UBICACIÓN DE EQUIPAMIENTOS PÚBLICOS Y PRIVADOS
Es una vía peatonal en la que se encuentran diversos establecimientos y que cuenta con 13 bocacalles. Es la calle que conecta a las importantes Calle San Juan Bautista y la Calle Colón.
CALIDAD URBANA DE LA VÍA
Tipo de vía: peatonal.
Estado de conservación: Bueno.
Problemática en aceras y pavimentos: no se han detectado problemáticas.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

Conectividad urbana: A pie.

Barreras o puntos de conflicto: Zonas algo estrechas en algunos puntos y 13 cruces de calles.

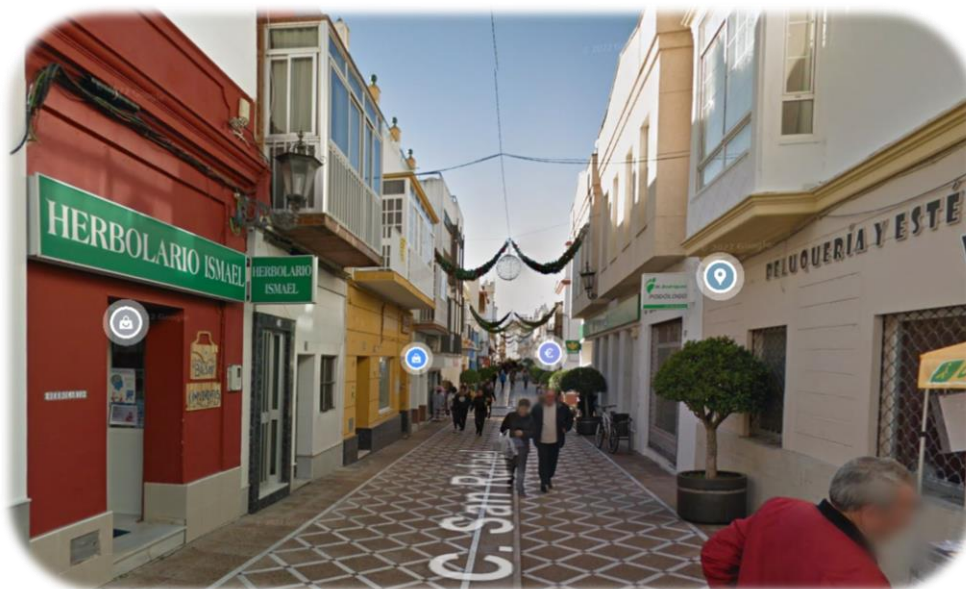
Accesibilidad en transporte privado: No.

Accesibilidad en transporte público: No.

Zonas de aparcamiento: No.

Dotación de plazas de rotación: No.

Dotación de plazas de carga y descarga: No.



Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

CALIDAD DE LOS ELEMENTOS URBANOS Y ANÁLISIS DEL MOBILIARIO URBANO

Presencia de bolardos u otros elementos de protección del paso de peatones: No.

Sistemas de iluminación: la iluminación es correcta y las farolas se encuentran en buen estado.

Elementos de reposo: No.

Papeleras: En esta vía hay papeleras.

IMAGEN

Mantenimiento: En general el mantenimiento de esta calle es bueno.

Limpieza: En general la limpieza de esta vía es perfecta.

Conservación del espacio público: Buena.

Nivel de seguridad en las calles: Bueno.

Imagen comercial: Generalmente buena. Combina comercios tradicionales (algunos se han modernizado en los últimos años). Cuentan con buena presentación de los escaparates, así como una publicidad y rótulos correctos. Las fachada de los comercios están bien conservadas y limpias y la presentación de los productos es óptima.

Señalización urbana: No.

Señalización comercial: La propia de los comercios. Algunos cuentan con referencias a la ACOSAFE.



4.3. LA GESTIÓN DE LA PROMOCIÓN Y DINAMIZACIÓN DEL CCA ISLA COMERCIO

El éxito de un Centro Comercial Abierto (CCA) como Isla Comercio depende en gran medida de la gestión y coordinación de las acciones promocionales y de dinamización. En este capítulo, se analiza el papel fundamental que desempeñan tanto la Asociación de Comerciantes (ACOSAFE) en la gestión del CCA, como el Ayuntamiento de San Fernando en el apoyo al sector del comercio. A través de entrevistas y un análisis de las actividades realizadas, se ha buscado alinear las estrategias implementadas, los desafíos enfrentados y las oportunidades de mejora para fortalecer el tejido comercial local.

4.3.1. Caracterización de la Asociación Gestora del CCA

La Asociación de Comerciantes de San Fernando ACOSAFE, fundada en 1987, es la asociación encargada de gestionar el CCA Isla Comercio de San Fernando, que tiene el Reconocimiento Oficial como Centro Comercial Abierto desde el 16 agosto de 2012 habiéndosele concedido en el año 2024 el Premio del Comercio Interior de Andalucía en el año 2024 en la Modalidad de Centros Comerciales Abiertos.



Recogida del Premio del Comercio Interior de Andalucía al CCA Isla Comercio por parte de su presidente, Manuel Luna.

En ACOSAFE se integran establecimientos y empresas de San Fernando con cualquier actividad comercial y su finalidad es representar, defender y promocionar la actividad comercial en la ciudad de San Fernando, así como crear campañas atractivas ferias, sorteos y todo tipo de acciones que dinamicen el comercio local de la ciudad y su hostelería.

Es una asociación de reconocido prestigio, como lo atestigua su mantenimiento continuado como CCA Reconocido por la Junta de Andalucía y desarrolla la mayor parte de las actividades que se le exige como formato constituido como Centro Comercial Abierto: Recursos, Gestión profesionalizada, Servicios generales, Negociaciones y acuerdos, Colaboración público-privada, Imagen conjunta y comunicación, Dinamización comercial, Acciones de participación..., como puede comprobarse en sus Memorias Técnicas.

En cualquier caso, existen aspectos que son mejorables en el proceso de gestión como CCA y que serán implementados en el Plan de Actuación.:

- Para impulsar el CCA Isla Comercio y garantizar su sostenibilidad a largo plazo, es fundamental fortalecer el tejido asociativo. ACOSAFE cuenta actualmente con 150 socios, pero existe un enorme potencial para incrementar esta cifra. Sumar nuevas empresas al proyecto permitirá ampliar la oferta comercial, fortalecer la voz del sector y generar un mayor impacto en la ciudad.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

- El desarrollo óptimo del CCA requiere una gestión especializada que abarque aspectos como la planificación urbana, la dinamización de espacios públicos y la gestión de proyectos de revitalización comercial. Si bien la gerencia actual desempeña un papel fundamental, es necesario complementar su formación con conocimientos específicos en Gestión de Centros Urbanos para abordar de manera integral los desafíos y oportunidades que presenta el CCA.
- Para fortalecer el tejido asociativo y mejorar la competitividad de los comercios, el CCA debe intensificar su labor en materia de formación. Esto implica ofrecer un servicio más completo, que incluya la difusión de información sobre oportunidades formativas, la organización de talleres y jornadas a medida, y la creación de espacios de networking para el intercambio de experiencias y conocimientos.
- El CCA carece de una plataforma tecnológica que permita personalizar la experiencia del cliente y optimizar los procesos comerciales. Es fundamental contar con herramientas que permitan conocer mejor a los clientes y ofrecerles productos y servicios adaptados a sus necesidades. Una plataforma tecnológica que no solo permita personalizar la experiencia del cliente, sino que también fomente la interacción entre los asociados. Esta herramienta debería facilitar la comunicación, el intercambio de información y la colaboración en proyectos comunes, fortaleciendo así el tejido comercial local.
- El CCA debe impulsar su participación activa en órganos y foros del sector comercial. Esta actividad permitirá aumentar su capacidad para establecer alianzas estratégicas, acceder a información relevante y representar los intereses de los asociados en instancias de decisión.
- El CCA debe seguir estableciendo relaciones significativas con el sector servicios. La colaboración activa con el sector de la hostelería, el ocio y el turismo, las entidades financieras, los despachos profesionales, los servicios de cuidado e imagen y otros similares, permite ofrecer una propuesta de valor integral y optimizar el uso del espacio público. La sinergia con sectores como la hostelería, el ocio y los servicios profesionales permite generar una experiencia de usuario más atractiva y cohesiva.
- El CCA debe establecer relaciones significativas con las asociaciones cívicas. Esta colaboración y participación ciudadana aumenta la legitimidad de sus decisiones. La sinergia con organizaciones como las asociaciones vecinales permite una gestión más transparente y democrática del espacio público.
- La intensificación de las relaciones con los proveedores de servicios públicos permitirá al CCA ofrecer una propuesta de valor más atractiva a sus clientes, a través de convenios que faciliten la movilidad y el acceso al centro. Bonificaciones en el aparcamiento, tarifas preferenciales en el transporte público y otras iniciativas similares, no solo mejorarán la experiencia del usuario, sino que también optimizarán la gestión de los recursos urbanos y fortalecerán la colaboración público-privada.
- El CCA no cuenta con un sistema de medición y difusión de datos que permita a comerciantes y público conocer la evolución económica de la zona. La implementación de un CRM podría facilitar la recopilación y análisis de estos datos, así como su publicación en distintos formatos.
- Los servicios adicionales implementados por el CCA, como la ludoteca en fechas de mucha actividad, han contribuido a mejorar la experiencia del cliente y fomentar la fidelización. No obstante, es necesario seguir explorando nuevas opciones para fortalecer este vínculo. La incorporación de nuevos servicios adicionales permitiría crear un ecosistema de servicios más completo y atractivo, consolidando la lealtad de los clientes.
- El CCA podría mejorar significativamente su gestión implementando un sistema de seguimiento y evaluación de las acciones de dinamización comercial. La recopilación de datos sobre la participación, los resultados y el impacto de las iniciativas permitiría optimizar los recursos, identificar oportunidades de mejora y demostrar el valor añadido de las acciones realizadas.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

- El CCA podría mejorar significativamente su gestión implementando un proceso de participación regular que permita a todos los agentes de la zona expresar sus necesidades y trabajar juntos para encontrar soluciones. La creación de un foro de diálogo facilitaría la identificación de las prioridades en materia de accesibilidad y mobiliario urbano, y permitiría desarrollar proyectos de mejora consensuados.
- El CCA podría mejorar significativamente su gestión intensificando el diálogo formal con el Ayuntamiento para ir trabajando un plan de acción conjunto que aborde las necesidades de mejora del comercio urbano de San Fernando (urbanismo comercial, ayudas, promoción...). El trabajo conjunto de forma organizada y reglada permitiría definir las acciones a llevar a cabo, establecer un calendario de ejecución y asegurar la coordinación entre las diferentes partes implicadas.

A continuación se expone la síntesis de los aspectos mejorables en el CCA Isla Comercio:

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

CRITERIO	SUBCRITERIO	ASPECTO	SITUACIÓN
1. GESTIÓN	1.1. RECURSOS	1.1.1. OFICINA TÉCNICA DE GESTIÓN DEL CCA	
		1.1.2. REPRESENTATIVIDAD	MEJORABLE
		1.1.3. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO	
		1.1.4. PERTENENCIA A ASOCIACIONES PROFESIONALES	
	1.2. GESTIÓN PROFESIONALIZADA	1.2.1. GERENCIA PROFESIONAL	
		1.2.2. DEDICACIÓN	
		1.2.3. CUALIFICACIÓN	MEJORABLE
	1.3. SERVICIOS GENERALES	1.3.1. ASESORAMIENTO GENERAL	
		1.3.2. FORMACIÓN	MEJORABLE
		1.3.3. INFORMACIÓN PERIÓDICA	
		1.3.4. INFORMACIÓN CLIENTELA HABITUAL (CRM)	MEJORABLE
	1.4. NEGOCIACIONES Y ACUERDOS	1.4.1. ACUERDOS CON ENTIDADES FINANCIERAS	
		1.4.2. ACUERDOS CON PROVEEDORAS SERVICIOS O SUMINISTROS	
	1.5. COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA	1.5.1. CON LA ADMINISTRACIÓN LOCAL	
		1.5.2. PARTICIPACIÓN EN ÓRGANOS DEL SECTOR COMERCIAL	MEJORABLE
		1.5.3. PARTICIPACIÓN SECTOR SERVICIOS	MEJORABLE
		1.5.4. PARTICIPACIÓN ASOCIACIONES CÍVICAS	MEJORABLE
		1.5.5. SERVICIOS PÚBLICOS	MEJORABLE

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

CRITERIO	SUBCRITERIO	ASPECTO	SITUACIÓN
2. ESTRATEGIA COMÚN	2.1. HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN	2.1.1. CONSENSUADA CON EL AYUNTAMIENTO	
		2.1.2. PARTICIPACIÓN AGENTES	
		2.1.3. HERRAMIENTA DIGITAL	
	2.2. IMAGEN CONJUNTA Y COMUNICACIÓN	2.2.1. DISPONER DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN	
		2.2.2. CONTAR CON PORTAL WEB	
		2.2.3. UTILIZACIÓN REDES SOCIALES	
		2.2.4. MEDIOS TRADICIONALES (PRENSA, RADIO Y TV)	
		2.2.5. APLICACIÓN IMAGEN CCA	
		2.2.6. IDENTIFICACIÓN COMÚN ESTABLECIMIENTOS	
		2.2.7. OTRAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN	MEJORABLE
	2.3. DINAMIZACIÓN COMERCIAL	2.3.1. CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN CONJUNTA	
		2.3.2. ACCIONES DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL	
		2.3.3. PUBLICIDAD Y MARKETING	
		2.3.4. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	
		2.3.5. SERVICIOS ADICIONALES	MEJORABLE
		2.3.6. SEGUIMIENTO DE LAS ACTUACIONES DE DINAMIZACIÓN	MEJORABLE
3. URBANISMO COMERCIAL	3.1. ACCIONES DE PARTICIPACIÓN	3.1.1. PUESTA EN COMÚN CON ASOCIACIONES DE HOSTELERÍA, VECINALES, COMERCIO	MEJORABLE
	3.2. ESTUDIO DEL PAISAJE URBANO COMERCIAL	3.2.1. ELABORACIÓN POR MEDIOS PROPIOS O AJENOS	
	3.3. ESTUDIO DE TRÁFICO RODADO Y ACCESIBILIDAD	3.3.1. ELABORACIÓN POR MEDIOS PROPIOS O AJENOS	MEJORABLE
	3.4. ESTUDIO SOBRE LIMPIEZA Y RECOGIDA DE BASURAS	3.4.1. ELABORACIÓN POR MEDIOS PROPIOS O AJENOS	MEJORABLE
	3.5. PUESTA EN COMÚN CON EL AYUNTAMIENTO	3.5.1. PROPUESTA ELEVADA AL AYUNTAMIENTO	
		3.5.2. PROPUESTA CONSENSUADA CON EL AYUNTAMIENTO	MEJORABLE

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

4.3.2. El Papel del Ayuntamiento

El Ayuntamiento de San Fernando cuenta con la concejalía de Comercio y Mercados Municipales que se caracteriza por su apuesta por el fomento del comercio del municipio. Entre sus competencias específicas en materia de comercio y consumo se encuentran las relacionadas con el comercio, los *Mercados Municipales, la Venta Ambulante y el Consumo (OMIC).

En este contexto, hay que destacar el Convenio de Colaboración que anualmente firma el Ayuntamiento de San Fernando y la Asociación de Comerciantes de San Fernando (ACOSAFE), para el desarrollo del Centro Comercial Abierto, que para el ejercicio de 2024 ha estado dotado de una cuantía de 60.000 €.

Estos Convenios permiten a ACOSAFE desarrollar actuaciones dirigidas a la promoción comercial (publicidad, marketing, etc.), a la modernización de la gestión, así como acciones encaminadas al desarrollo del Centro Comercial Abierto que conlleven una dinamización del centro de la ciudad mediante actividades que generen una afluencia de público que cree riqueza y oportunidades de empleo en dicha zona.

Además, de este Convenio, desde el Ayuntamiento desarrollan otras actividades e intervenciones que facilitan el emprendimiento y la actividad comercial como bonificaciones fiscales a emprendedores o la puesta en marcha de estrategias que faciliten la movilidad y la intervención urbanística para la mejora de los espacios urbanos como el Plan de Movilidad Urbana Sostenible y la Agenda Urbana de San Fernando (en este caso concreto, con el Reto Específico 14: FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA), llevando a cabo aparcamientos tácticos, entoldados, mejoras urbanísticas y con la intención de llevar a cabo un proyecto de mejora estética y urbanística del entorno del CCA que lo convierta en un espacio diferencial y amable para el consumo.



Infografía de uno de los aparcamientos tácticos de San Fernando.

4.4. SÍNTESIS DIAGNÓSTICA

Se ha llevado a cabo una extracción de las principales conclusiones extraídas del diagnóstico y de cada uno de los apartados expuestos anteriormente mediante el desarrollo de una matriz DAFO y la identificación de los principales Puntos Críticos que afectan al sector comercial de San Fernando en general y al Centro Comercial Abierto Isla Comercio en particular.

4.4.1. Diagnóstico D.A.F.O.

Una vez realizados los diferentes análisis sectorizados, se está en condiciones de identificar las fortalezas y las necesidades del sector comercial de San Fernando y del CCA Isla comercio, en base a las cuales se establecerán las estrategias futuras de dinamización comercial del CCA.

Por este motivo se ha llevado a cabo un diagnóstico a partir de una matriz D.A.F.O., mediante el que se concluyen las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que pueden afectar al comercio urbano de San Fernando y el CCA Isla comercio y que ayudará a definir un plan de actuación y propuestas de mejoras alternativas del CCA.

DEBILIDADES - D1. Pérdida continuada de actividad comercial, especialmente en el Centro Urbano. - D2. Alto número de locales inactivos en el Centro Urbano. - D3. Escasa operatividad del Órgano de Participación Público-Privado. - D4. Fragmentación y disminución de representatividad asociativa. - D5. Necesidades de intervención urbanística en el Centro Urbano. - D6. Carencias en formación y transformación digital. - D7. Escasa información y explotación comercial del dato. - D8. Fata de financiación europea (NGUE) que impulse el sector.	AMENAZAS - A1. Competencia del sector, especialmente por grandes superficies comerciales y comercio electrónico. - A2. Baja canalización del consumo turístico hacia el comercio local. - A3. Contexto de desafección asociativa y falta de cohesión. - A4. Ausencia de estrategia sectorial municipal en el sector comercio. - A5. Inadaptación de las empresas locales al comercio y comunicación digital. - A6. Falta de relevo generacional. - A7. Ausencia de financiación europea.
FORTALEZAS - F1. Presencia de un Centro Comercial Abierto reconocido oficialmente por la Junta de Andalucía (CCA Isla Comercio). - F2. Alta capacidad de atracción comercial. - F3. Apoyo del Ayuntamiento en la colaboración público-privada (Consejo, Convenios...). - F4. Continua adaptación del centro urbano para hacerla más accesible al peatón. - F5. Creación del Plan Estratégico del CCA como base estratégica.	OPORTUNIDADES - O1. Potenciar la identidad y fidelización comercial. - O2. Facilitar la accesibilidad y estancia del cliente desde ámbitos físicos y digitales. - O3. Vinculación entre turismo y comercio local para aprovechar el flujo turístico. - O4. Explotación de datos comerciales para impulsar la inteligencia comercial. - O5. Fortalecer la colaboración asociativa para servicios y representatividad.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

4.4.2. Puntos Críticos

Tras todos los análisis, se ha identificado un decálogo de Puntos Críticos que se han transformado en Palancas de Apoyo para dinamizar el comercio urbano de San Fernando y que, a su vez, serán la base para el Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio”.

PUNTOS CRÍTICOS	PALANCAS DE APOYO
PC1. Pérdida continuada de actividad comercial en San Fernando, en especial en el Centro Urbano.	PA1. Consolidar y mejorar la actual oferta comercial.
PC2. Contexto de elevada competencia en el sector (GSM, e-commerce...).	PA2. Potenciar la identidad y la dinamización y fidelización comercial.
PC3. Elevado número de locales inactivos en el Centro Urbano.	PA3. Programa de captación de emprendimiento e inversión
PC4. Escasa operatividad del Consejo Económico y Social.	PA4. Mejorar la operativa de colaboración público-privada.
PC5. Desafección asociativa, fragmentación asociativa y disminución de la representatividad.	PA5. Fomentar la colaboración, los servicios y el crecimiento asociativo.
PC6. Necesidades de intervención para la adecuación urbanística en el Centro Urbano.	PA6. Facilitar la accesibilidad y estancia del cliente desde el ámbito físico y digital.
PC7. Necesidades de formación y adaptación del sector, especialmente en transformación digital.	PA7. Impulsar la capacitación empresarial.
PC8. Escasa información comercial y poca explotación del dato.	PA8. Explotación de la economía del dato. Impulso a la inteligencia comercial.
PC9. Escasa canalización del consumo turístico en el comercio local.	PA9. Potenciar la vinculación turístico-comercial en el Centro Urbano.
PC10. Falta de una Estrategia sectorial comercial municipal.	PA10. Impulsar un Plan Director Comercial Municipal.

Tras el análisis realizado, en los siguientes epígrafes se proponen las actuaciones a llevar a cabo en el Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio”.

5. PLAN DE ACTUACIÓN COMERCIAL

Una vez establecido el diagnóstico de la situación actual del comercio en San Fernando y las necesidades de mejora del CCA Isla Comercio, se establece a continuación el Modelo Comercial del CCA y el Plan de Actuación Comercial con el que hacer frente a los retos y desafíos a los que se enfrenta el comercio urbano en nuestra localidad.

5.1. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

En las siguientes páginas se operativiza el Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio”, en un ámbito temporal 2025-2028. A continuación se expone el Plan de Actuación Comercial en base a la siguiente estructura:



Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

5.1.1. El Modelo Comercial del CCA Isla Comercio

El modelo comercial del CCA Isla Comercio entiende el comercio como una actividad que va más allá de su mero componente económico, configurándose como un modelo cultural y de cohesión social que hace de San Fernando una ciudad más habitable y con mayor calidad de vida, impulsando la economía urbana sostenible a través del comercio de proximidad. Un modelo comercial alineado, por tanto, con la Agenda Urbana de San Fernando.

El Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio” aboga por la cooperación público privada para potenciar el comercio de proximidad como el formato más sostenible por su cercanía al cliente, facilitando adquirir y consumir los productos cerca de donde se reside o trabaja minimizando desplazamientos, a la vez que mantiene la ciudad viva al generar sinergias con otros sectores configurando una auténtica “economía urbana”.

Este impulso del comercio de proximidad en San Fernando debe estimular la innovación social y su adaptación a los procesos de transformación digital, pero conjugando a su vez, el respeto al entorno y la configuración de una ciudad más amable, accesible y estéticamente singular, conforme está planteado en la Agenda Urbana de San Fernando y todos sus retos asociados, logrando así la reactivación del Centro Urbano de San Fernando, volviendo a ser un espacio de referencia comercial en todo su área de mercado como lo fue antaño.

5.1.2. Misión, Visión, Valores

Conforme al modelo comercial propuesto, se exponen a continuación la Misión, la Visión y los Valores o atributos que plantea el Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio”, en un ámbito temporal 2025-2028:

MISIÓN:

El Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio” tiene la misión de revitalizar el comercio urbano de San Fernando mediante políticas colaborativas, impulsando que el centro urbano comercial se consolide como un espacio singular y atractivo, accesible y amable para el consumo y mejorando la estructura comercial de sus asociados a través de la profesionalización y modernización empresarial.

VISIÓN:

En el ámbito temporal 2028, el Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio” tiene el propósito de revitalizar el centro urbano comercial de San Fernando con las siguientes características:

- Operativizando la colaboración público-privada.
- Aumentando la representatividad sectorial del CCA.
- Impulsando la conversión del centro urbano comercial en un espacio atractivo y singular, en su estética, el confort y accesibilidad.
- Incrementando la visualización del CCA frente a los diferentes públicos objetivo.
- Utilizando la información (inteligencia comercial) como fundamentos de mejora y conocimiento del sector y sus consumidores.
- Consolidando la estructura comercial mediante la profesionalización y modernización empresarial.
- Convirtiendo el centro urbano comercial en un espacio de oportunidad de negocio e inversión.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

VALORES:

Los valores que orientarán la implantación del Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio” son los siguientes:

- Alineación con las estrategias de San Fernando (Agenda Urbana, Plan Estratégico de Calidad Turística, Plan de Movilidad Urbana Sostenible...).
- Participación, colaboración y coordinación activa con la administración local y resto de agentes de la ciudad.
- Utilización de la planificación estratégica como base de desarrollo del CCA.

5.2. PLAN OPERATIVO DE ACTUACIÓN COMERCIAL

Para que el modelo comercial CCA Isla Comercio tenga éxito, hay que buscar en todo momento la corresponsabilidad de todos los agentes implicados en el sector: Asociación, Ayuntamiento y empresas a título particular.

En este contexto, y conforme a la Misión, Visión y Valores Estratégicos, se ha definido un gran Objetivo Estratégico y 4 Objetivos Específicos a conseguir con el Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio”, conforme a los puntos críticos y necesidades de mejora del sector comercial del centro urbano identificadas a lo largo del Diagnóstico y que serán operativizados a través de las distintas líneas estratégicas de actuación:

5.2.1. Objetivos Estratégicos

El Objetivo Estratégico del Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio” es coincidente con la Misión o meta marcada en el Plan: “revitalizar el comercio urbano de San Fernando mediante políticas colaborativas, impulsando que el centro urbano comercial se consolide como un espacio singular y atractivo, accesible y amable para el consumo y mejorando la estructura comercial de sus asociados a través de la profesionalización y modernización empresarial”.

Este gran Objetivo Estratégico está estructurado a través de 4 Objetivos Específicos, vinculados a los grandes ámbitos o líneas estratégicas:

1

OE1: Mejorar la colaboración público-privada y la planificación estratégica del CCA.

2

OE2: Incrementar la visualización del CCA con estrategias adecuadas de comunicación y aprovechamiento de la información.

3

OE3: Revitalizar urbanística y comercialmente el Centro Urbano de San Fernando, generando un espacio singular y amable para el consumo.

4

OE4: Facilitar la adaptación de la pyme comercia en base a la profesionalización y modernización empresarial.

5.2.2. Plan de Acción

Para conseguir los objetivos propuestos, el Plan de Acción plantea 4 Líneas Estratégicas que pretenden mejorar, potenciar, corregir o mantener, los aspectos críticos identificados. Las Líneas Estratégicas se despliegan en medidas y estas en actuaciones específicas que operativizarán el Plan de Acción. En global, las propuestas de actuación del Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio” están comprendidas por 4 Líneas Estratégicas, 7 Medidas y 16 Actuaciones.

En cualquier caso, como planeamiento estratégico, el desarrollo estratégico del CCA se trabajará de forma holística, transversal y no parcelaria. Es decir, de poco sirve avanzar solo en un ámbito o línea de actuación si se descuida el resto y siempre teniendo muy en cuenta que un Plan Estratégico de una zona urbana comercial, necesariamente es un proyecto de ciudad por el espacio público que ocupa y, por tanto, tiene un elevado componente de corresponsabilidad compartida entre la esfera pública y la privada, por lo que los trabajos de colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando se entienden como necesarios e imprescindibles para alcanzar las metas propuestas. Igualmente, es perentorio llevar a cabo un seguimiento y evaluación continuado del Plan Estratégico, abordando su ejecución y posibles desviaciones.

Para una mejor comprensión se indica a continuación un índice donde se compilan de forma sintética las Líneas Estratégicas, las Medidas de Actuación y las Actuaciones Específicas a ejecutar para la puesta en marcha del Plan Estratégico. Hay que indicar que las actuaciones están desarrolladas en fichas con la siguiente estructura:

- Denominación de la Actuación.
- Denominación de la Línea Estratégica.
- Denominación de la Medida.
- Alineación estratégica con las estrategias del Ayuntamiento de San Fernando.
- Marco de partida y/o desarrollo.
- Prioridad.
- Entes implicados.
- Agente principal.
- Costes aproximados.
- Fuentes de financiación.
- Objetivo general.
- Objetivos específicos.
- Resultados esperados.
- Calendario de ejecución.
- Duración de la actuación.
- Indicadores de ejecución y seguimiento.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L1. Mejora de la organización y planificación estratégica del CCA Isla Comercio.	M1. Fortalecimiento y mejora continua de ACOSAFE y el CCA Isla Comercio.	ACT01. Impulso e incremento del Asociacionismo.
		ACT02. Mejora en la prestación de servicios al cliente y al asociado.
		ACT03. Mantenimiento del Reconocimiento Oficial como CCA de la Junta de Andalucía.
		ACT04. Planificación y dirección estratégica.
	M2. Trabajo conjunto con la Administración Pública.	ACT05. Participación en la mejor de la operativa del Consejo Económico y Social en materia de comercio.
		ACT06. Refuerzo de los Convenios de colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando.
		ACT07. Promover medidas de facilitación de la actividad comercial y el emprendimiento por parte del Ayuntamiento de San Fernando.
L2. Incremento de la visualización del CCA frente a la clientela.	M3. Mejora de la política comercial del CCA Isla Comercio.	ACT08. Modernización de la imagen del CCA (Imagen Corporativa, Web...).
		ACT09. Mejora de la comunicación interna o corporativa.
		ACT10. Desarrollo de campañas segmentadas y fidelización de clientes.
		ACT11. Promoción del consumo turístico en los negocios del CCA.
	M4. Aprovechamiento del dato.	ACT12. Impulso a la inteligencia comercial.
L3. Revitalización urbanístico-comercial del Centro Urbano de San Fernando.	M5. Impulso colaborativo de revitalización del Centro Urbano.	ACT13. Identificación e impulso de Actuaciones Comerciales de Intervención Preferente.
	M6. Favorecimiento de la ocupación de locales vacíos.	ACT14. Impulso de un programa de captación de emprendimiento e inversión.
L4. Facilitación de la adaptación de la pyme comercial.	M7. Modernización continua de la pyme comercial.	ACT15. Promover la capacitación y la incorporación de las nuevas tecnologías en las empresas asociadas.
		ACT16. Fomentar la inversión y mejora de los negocios de las empresas asociadas.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

LÍNEA ESTRATÉGICA L1. MEJORA DE LA ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL CCA ISLA COMERCIO.

La Línea Estratégica L1 tiene como objetivo fortalecer la gestión del CCA Isla Comercio y garantizar su sostenibilidad a largo plazo. A través de la mejora de la organización interna, la optimización de los servicios ofrecidos a los asociados y clientes, y la estrecha colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando, se busca impulsar el desarrollo comercial del centro urbano y posicionarlo como un referente en la ciudad.

Para operativizar esta Línea Estratégica se han trazado 2 medidas específicas que serán desarrolladas mediante 7 actuaciones concretas:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L1. Mejora de la organización y planificación estratégica del CCA Isla Comercio.	M1. Fortalecimiento y mejora continua de ACOSAFE y el CCA Isla Comercio.	ACT01. Impulso e incremento del Asociacionismo.
		ACT02. Mejora en la prestación de servicios al cliente y al asociado.
		ACT03. Mantenimiento del Reconocimiento Oficial como CCA de la Junta de Andalucía.
		ACT04. Planificación y dirección estratégica.
	M2. Trabajo conjunto con la Administración Pública.	ACT05. Participación en la mejora de la operativa del Consejo Económico y Social en materia de comercio.
		ACT06. Refuerzo de los Convenios de colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando.
		ACT07. Promover medidas de facilitación de la actividad comercial y el emprendimiento por parte del Ayuntamiento de San Fernando.

A continuación, se exponen las actuaciones a ejecutar en cada una de las medidas planteadas:

Medida M1. Fortalecimiento y mejora continua de ACOSAFE y el CCA Isla Comercio: esta medida tiene como objetivo consolidar el CCA Isla Comercio como motor económico y social de San Fernando. A través de la promoción del asociacionismo, la mejora de los servicios y la implementación de una planificación estratégica sólida, se busca fortalecer el tejido empresarial local y optimizar los recursos del centro. Para lograrlo se han proyectado 4 actuaciones específicas:

- ACT01. Impulso e incremento del Asociacionismo.
- ACT02. Mejora en la prestación de servicios al cliente y al asociado.
- ACT03. Mantenimiento del Reconocimiento Oficial como CCA de la Junta de Andalucía.
- ACT04. Planificación y dirección estratégica.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT01. IMPULSO E INCREMENTO DEL ASOCIACIONISMO.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L1. MEJORA DE LA ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL CCA ISLA COMERCIO.
MEDIDA:	M.1. Fortalecimiento y mejora continua de ACOSAFE y el CCA Isla Comercio.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC5. Desafección asociativa, fragmentación asociativa y disminución de la representatividad; en base a la Palanca de Apoyo: PA5. Fomentar la colaboración, los servicios y el crecimiento asociativo. Un CCA es una "fórmula de organización comercial", por lo tanto, precisa de una agrupación empresarial que lidere este procedimiento de revitalización comercial y, en consecuencia, una alta representatividad de comerciantes en dicha agrupación, por lo que el impulso del asociacionismo es trascendental para el correcto desarrollo de un CCA. En este contexto, la disminución de la afiliación y la fragmentación del asociacionismo en el CCA Isla Comercio (PC5) representan una amenaza para la representatividad y la capacidad de negociación del comercio del centro urbano. Esta situación puede limitar nuestra capacidad para implementar proyectos conjuntos y defender los intereses de los comerciantes. Para revertir esta tendencia, es fundamental fomentar la colaboración y ofrecer servicios de valor añadido a los asociados (PA5). La ACTUACIÓN 01, Impulso e incremento del asociacionismo, se centra en desarrollar acciones concretas para aumentar la afiliación y fortalecer el tejido asociativo. A través de campañas de captación, la creación de comisiones de trabajo y el desarrollo de servicios exclusivos, se busca generar un sentimiento de pertenencia y ofrecer beneficios tangibles a los asociados. De esta forma, se fortalecerá la representatividad del CCA y se incrementará su capacidad para influir en las decisiones que afectan al centro comercial abierto. Actualmente ACOSAFE cuenta con unos 150 socios, el 45% correspondientes al sector comercial y el 55% restante a hostelería y otros sectores. Aunque agrupa un número relevante de empresas asociadas, es recomendable aumentar su número para alcanzar mayores cuotas de representatividad y de autofinanciación, consolidando un modelo asociativo profesionalizado. Igualmente, en la encuesta a comerciantes realizada, la razón principal de no estar asociado al CCA Isla Comercio es no conocer los servicios ventajosos que le ofrece, por ello ACOSAFE pretende aumentar la visualización de los diferentes servicios que ofrece de cara a captar mayor número de asociados, poniendo en valor lo ventajoso que es estar asociado frente a no estarlo: portales web, aplicaciones móviles, convenios ventajosos con proveedores, bonos descuentos, promoción conjunta, animación y eventos, etc. Para ello se pondrán en marcha campañas de sensibilización para captar asociados y fomentar conductas participativas de los mismos; impulsar y visualizar las economías de escala (convenios y servicios añadidos de cara al asociado y la clientela). Especialmente importante es conseguir mayor número de asociados para alcanzar mayores cuotas de representatividad y de autofinanciación y, en consecuencia, mayor implicación y proactividad del empresariado para que, conjuntamente con el Ayuntamiento, se puedan llevar a cabo con éxito los objetivos propuestos. Como tareas específicas a realizar en esta acción se destacan: 1. Creación y Edición del Catálogo de Servicios de la Asociación. 2. Diseño creativo de la campaña de sensibilización. 2. Envío de circulares informativas, notas de prensa y presencia online (publicación de contenidos). 3. Contratación de Comercial y visitas a empresas. 4. Puesta en marcha de un espacio de consultas Esta medida se alinea con la Medida 1.3.1.: Consolidación del asociacionismo y de la cooperación en el sector comercial andaluz del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

PRIORIDAD:	ALTA	
ENTES IMPLICADOS:	ACOSAFE y negocios de San Fernando.	
AGENTE PRINCIPAL:	ACOSAFE.	
COSTES APROXIMADOS:	5.000-6.000 €/año.	
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Recursos propios y Convenio de Colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando.	
OBJETIVO GENERAL:	Incrementar el grado de asociacionismo en ACOSAFE.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Impulsar el asociacionismo activo y la cooperación de las pymes en el centro urbano de San Fernando. • Captación y fidelización de asociados en base a la puesta en valor de los servicios adicionales ofrecidos. • Intensificar la profesionalización del asociacionismo local, en prestación de servicios y representación empresarial. • Creación y consolidación de proyectos comunes.	
RESULTADOS ESPERADOS:	• Aumentar el número de asociados que permitan la consolidación autónoma del CCA. • Intensificar la profesionalización del asociacionismo en prestación de servicios y representación empresarial. • Disponer en la ciudad de San Fernando de una Asociación altamente profesionalizada (ACOSAFE).	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2025	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Evolución del Nº de asociados. • Nº y tipología de servicios ofrecido. • Evolución del presupuesto propio de ACOSAFE.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT02. MEJORA EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS AL CLIENTE Y AL ASOCIADO.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L1. MEJORA DE LA ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL CCA ISLA COMERCIO.
MEDIDA:	M.1. Fortalecimiento y mejora continua de ACOSAFE y el CCA Isla Comercio.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar los Puntos Críticos: PC2. Contexto de elevada competencia en el sector (GSM, e-commerce...) y PC5. Desafección asociativa, fragmentación asociativa y disminución de la representatividad; en base a las Palancas de Apoyo: PA2. Potenciar la identidad y la dinamización y fidelización comercial y PA5. Fomentar la colaboración, los servicios y el crecimiento asociativo. Para fortalecer tanto a ACOSAFE como al CCA Isla Comercio y, por tanto, al comercio urbano local, hay que transmitir las ventajas de estar asociados a varios niveles: a los socios para fidelizarlos, a los no socios para conseguir su adhesión y los clientes para atraerlos al centro urbano comercial; por lo que el CCA Isla Comercio debe ofrecer una serie de beneficios tanto al asociado como al cliente, que hagan del comercio urbano de la localidad un referente de compras en el área de mercado de San Fernando. En este contexto, ACOSAFE ya ofrece una serie de servicios, tanto a los propios asociados del CCA como a los clientes, con el objetivo de que el centro urbano comercial de San Fernando sea identificado como un espacio comercial moderno, atractivo y competitivo ante otros formatos comerciales. Por un lado, a los asociados se les ofrecen condiciones ventajosas gracias a los diferentes convenios firmados por ACOSAFE con proveedores de servicios (financieros, jurídicos, seguros o sanitarios, etc.) y que pretenden incrementarse paulatinamente para que ser asociado al CCA sea todavía más ventajoso: seguridad, limpieza, protección de datos, etc. Especialmente de interés para el sector es conseguir firmar convenios ventajosos con las empresas concesionarias de aparcamientos para que al cliente le sea cómo acudir a realizar consumos al centro urbano comercial. Para conseguir estos acuerdos, es de vital importancia, recibir el apoyo y colaboración del Ayuntamiento para refrendar convenios con los Parking Reyes Católicos y Mercado Central, sumando para el potencial cliente más facilidades de acceso, junto al transporte público o la red de aparcamientos tácticos municipales. Por otro lado, ACOSAFE también pone en beneficio del cliente servicios adicionales a la compra como promociones (Black Friday y otros), rutas gastronómicas (ruta de la caballa), eventos como el Street Market, ludotecas en eventos especiales e incluso una App propia donde se informa de las novedades y donde los clientes pueden encontrar descuentos y acumular puntos para sus compras. Aunque en general, son servicios con un alto coste de ejecución, esta actuación tiene el objetivo de seguir mejorando estos servicios adicionales. Por tanto, es una Actuación continuista del trabajo realizado, donde la mejora continua en la prestación de servicios permitirá aumentar la fidelización de los asociados, atraer nuevos negocios al centro y, en última instancia, potenciar la actividad comercial y económica de la zona. Esta medida se alinea con el Objetivo Estratégico OE 1 Fomentar el Crecimiento y Consolidación, Puesta en valor del Sector Comercial del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	ACOSAFE, Ayuntamiento de San Fernando, empresas (para Convenios) y negocios de San Fernando.
AGENTE PRINCIPAL:	ACOSAFE con la colaboración activa del Ayuntamiento de San Fernando.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

COSTES APROXIMADOS:	Las negociaciones no tienen coste o muy bajo, la implementación de las actividades específicas se incluyen en los presupuestos de la Línea Estratégica L2. Incremento de la visualización del CCA frente a la clientela.	
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Recursos propios, acuerdos con empresas (Convenios) y Convenio de Colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando.	
OBJETIVO GENERAL:	Ofrecer beneficios tanto al cliente por consumir en las empresas del CCA, como a los asociados tanto por servicios como por economías de escala.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Configurar el Centro Urbano Comercial de San Fernando como un espacio comercial moderno, atractivo y competitivo ante otros formatos comerciales. • Ampliar servicios adicionales tanto al cliente como a los asociados. • Implicar al mayor número de establecimientos en la prestación de servicios añadidos a la compra.	
RESULTADOS ESPERADOS:	• Implementar herramientas colaborativas de éxito. • Incremento de la participación de establecimientos en las herramientas colaborativas. • Mejora del atractivo de los negocios locales. • Incremento del consumo en los negocios locales.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2025	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• N.º de empresas usuarias de los servicios conveniados. • N.º de clientela usuaria de los servicios ofrecidos.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT03. MANTENIMIENTO DEL RECONOCIMIENTO OFICIAL COMO CCA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L1. MEJORA DE LA ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL CCA ISLA COMERCIO.
MEDIDA:	M.1. Fortalecimiento y mejora continua de ACOSAFE y el CCA Isla Comercio.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar los Puntos Críticos: PC2. Contexto de elevada competencia en el sector (GSM, e-commerce...) y PC5. Desafección asociativa, fragmentación asociativa y disminución de la representatividad; en base a las Palancas de Apoyo: PA2. Potenciar la identidad y la dinamización y fidelización comercial y PA5. Fomentar la colaboración, los servicios y el crecimiento asociativo. Hoy nadie duda de la importancia del asociacionismo empresarial en todos los sectores como una plataforma que les facilita herramientas para ser competitivos, crecer como empresas y adaptarse a los cambios suscitados tanto por los nuevos hábitos de consumo o la implantación de nuevas tecnologías, entre otros aspectos. Por otra parte, la profesionalización y autosuficiencia de las asociaciones es indispensable para ser más atractivas y efectivas para los socios. Con la cooperación se consiguen ventajas tan significativas como la promoción conjunta, la gestión profesionalizada empresarial y la posibilidad de conseguir diversos servicios o convenios ventajosos a menor coste. Ventajas que, como se ha indicado anteriormente, hay que transmitir, tanto a los socios para fidelizarlos, como a los no socios para atraerlos, puesto que suponen un aumento de la rentabilidad y por tanto la viabilidad y sostenibilidad de la propia empresa. En el caso del comercio de San Fernando, el asociacionismo más profesionalizado ha estado liderado por el Centro Comercial Abierto Isla Comercio, como principal proyecto de trabajo para la revitalización urbana y la dinamización comercial del municipio. De hecho, es Centro Comercial Abierto reconocido oficialmente por la Junta de Andalucía desde el año 2012, un distintivo que favorece la visualización de San Fernando como Destino Comercial y que permite una mayor financiación regional, tanto a la asociación como al Ayuntamiento. Su buen hacer se ha visto recompensado recientemente con el Premio del Comercio Interior de Andalucía (IX edición) en la modalidad Centro Comercial Abierto. El reconocimiento oficial como Centro Comercial Abierto otorgado por la Junta de Andalucía ha sido un hito fundamental para el CCA Isla Comercio, posicionándolo como un referente en la dinamización comercial de San Fernando. Este distintivo ha facilitado el acceso a financiación regional y ha contribuido a fortalecer la identidad del centro urbano como destino comercial. Sin embargo, mantener este reconocimiento exige un compromiso constante con la mejora continua y la adaptación a los cambios del entorno. La competencia creciente y la evolución de los hábitos de consumo hacen necesario seguir potenciando los servicios ofrecidos a los asociados y clientes, así como fortalecer la colaboración con las administraciones públicas. Esto implica disponer de una profesionalización y servicios adicionales (formación, asesoramiento, información, promoción, riesgos laborales...), que debe seguir potenciándose para hacer más competitivo el comercio urbano de San Fernando. Para ello se debe seguir impulsando la colaboración Ayuntamiento de San Fernando-CCA Isla Comercio facilitando tanto a nivel de Convenios económicos como con otras medidas de mejora del espacio urbano que consoliden el centro urbano comercial de San Fernando como espacio de referencia para residentes y visitantes. Esta medida se alinea con la Medida 1.2.2. Puesta en valor de los Centros Comerciales Abiertos del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	ACOSAFE y Ayuntamiento de San Fernando.
AGENTE PRINCIPAL:	ACOSAFE con la colaboración activa del Ayuntamiento de San Fernando.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

COSTES APROXIMADOS:	El Reconocimiento Oficial no tiene coste en sí mismo.	
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Recursos propios y Convenio de Colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando.	
OBJETIVO GENERAL:	Mantenimiento del Reconocimiento Oficial como CCA en Andalucía.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Intensificar la profesionalización del asociacionismo local, en prestación de servicios y representación empresarial. • Impulsar el asociacionismo y la cooperación de las pymes en general. • Captación y fidelización de asociados en base a la disposición de servicios adicionales. • Creación y consolidación de proyectos comunes. • Fortalecer lazos de cooperación Ayuntamiento-CCA Isla Comercio.	
RESULTADOS ESPERADOS:	• Mantener el reconocimiento oficial como CCA. • Incrementar el número de asociados al CCA. • Incrementar el número y uso de servicios adicionales de la asociación.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2025	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Mantenimiento del reconocimiento oficial como CCA (sí/no). • Evolución de la puntuación obtenida en el Reconocimiento.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT04. PLANIFICACIÓN Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L1. MEJORA DE LA ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL CCA ISLA COMERCIO.
MEDIDA:	M.1. Fortalecimiento y mejora continua de ACOSAFE y el CCA Isla Comercio.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC10. Falta de una Estrategia sectorial comercial municipal; en base a la Palanca de Apoyo: PA10. Impulsar un Plan Director Comercial Municipal. El camino hacia la mejora del comercio urbano de San Fernando no es lineal, sino que hay que trabajar de forma integral en distintos ámbitos de actuación: organización, promoción, adecuación urbanística comercial y modernización de las pymes comerciales locales; por lo que el Plan Estratégico del CCA Isla Comercio no debe entenderse como un documento, sino como una estrategia de trabajo, marcando la hoja de ruta que debe ser implementada paulatinamente para consolidar y desarrollar su sector comercial. Así, el Plan Estratégico del CCA Isla Comercio debe ser el instrumento esencial, no solo como la guía para la toma de decisiones y la asignación de recursos, sino para demostrar el compromiso del CCA con la mejora continua y la adaptación a los cambios del entorno. Además, en el caso de Andalucía, es un requisito obligatorio establecido por la Junta de Andalucía para obtener y mantener el reconocimiento oficial como CCA. Al establecer una visión clara y compartida del futuro, el Plan Estratégico permitirá al CCA Isla Comercio, de una forma estructurada y sintética: • Fortalecer la relación con el Ayuntamiento de San Fernando, dejando claro los objetivos que se pretenden, algo que facilitará alcanzar objetivos compartidos (gestión de espacios, mejoras urbanísticas...). • Alinear a todos los actores involucrados: comerciantes, Ayuntamiento y otros agentes implicados trabajando de forma coordinada hacia un objetivo común. • Optimizar la gestión de recursos, haciendo más eficiente el presupuesto y los recursos humanos, maximizando el impacto de las acciones. • Fomentar la innovación, impulsando la búsqueda de nuevas ideas y soluciones para mejorar la competitividad del CCA. • Posicionar al CCA como un referente de consumo en San Fernando, demostrando el compromiso del CCA con el desarrollo económico y social del municipio. Pero no basta con su redacción, su evaluación y seguimiento es esencial, por lo que se debe ir analizando cómo van evolucionando los diferentes indicadores propuestos y sus resultados, debiendo tomar el rumbo pertinente en relación a los mismos. Esta medida se alinea con la Actuación 1.2.5.1.: Incentivos para la elaboración de Planes Estratégicos de Comercio Municipal o bien su revisión o actualización del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026 y el requisito de contar el CCA con un instrumento de planificación para ser Reconocido Oficialmente como CCA (Artículo 3.a, de la Orden regulación del procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía. BOJA núm. 140 de 24/7/2023).	
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	ACOSAFE y Ayuntamiento de San Fernando.
AGENTE PRINCIPAL:	ACOSAFE con la colaboración activa del Ayuntamiento de San Fernando.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

COSTES APROXIMADOS:	Redacción del Plan Estratégico: 7.865 € ³ . Evaluación y seguimiento: sin costes o muy bajos.	
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Recursos propios y subvención aportada por la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía.	
OBJETIVO GENERAL:	Disponer de un instrumento de planificación para la toma de decisiones y la asignación de recursos en el CCA.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Evaluar los avances y desviaciones del Plan Estratégico del CCA. • Diseñar cambios o mantenimientos de estrategias según resultados. • Disponer de información objetiva de los avances del sector.	
RESULTADOS ESPERADOS:	• Mantener el reconocimiento oficial como CCA. • Incrementar el número de asociados al CCA. • Incrementar el número y uso de servicios adicionales de la asociación. • Disponer de un requisito obligatorio para mantener el reconocimiento oficial como CCA.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Noviembre de 2024 ⁴	Fin: Diciembre de 2024. Evaluación continuada a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Elaboración del Plan Estratégico del CCA (sí/no). • Indicadores propios de cada actuación. • Grado de ejecución global del Plan Estratégico. • Grado de ejecución parcial de Ejes Estratégicos y Medidas de Actuación.	

³ Subvención aportada por la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía.

⁴ El Plan Estratégico ha sido elaborado conforme a la fecha de resolución de la subvención.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Medida M2. Trabajo conjunto con la Administración Pública: esta medida tiene como objetivo principal consolidar la alianza estratégica entre el CCA Isla Comercio y el Ayuntamiento de San Fernando. A través de esta colaboración, se busca potenciar las acciones encaminadas a dinamizar el comercio local, mejorar la competitividad de las empresas asociadas y fomentar el desarrollo económico del municipio. Para lograrlo se han proyectado 3 actuaciones específicas:

- ACT05. Participación en la mejora de la operativa del Consejo Económico y Social en materia de comercio.
- ACT06. Refuerzo de los Convenios de colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando.
- ACT07. Promover medidas de facilitación de la actividad comercial y el emprendimiento por parte del Ayuntamiento de San Fernando.

ACTUACIÓN:	ACT05. PARTICIPACIÓN EN LA MEJORA DE LA OPERATIVA DEL CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL EN MATERIA DE COMERCIO.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L1. MEJORA DE LA ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL CCA ISLA COMERCIO.
MEDIDA:	M2. Trabajo conjunto con la Administración Pública.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC4. Escasa operatividad del Consejo Económico y Social; en base a la Palanca de Apoyo: PA4. Mejorar la operativa de colaboración público-privada. San Fernando cuenta con el Consejo Económico y Social, que está formado por casi una veintena de representantes de administraciones, instituciones, sindicatos o entidades, aglutinando a cargos políticos, vecinales, empresariales tanto del sector del comercio como la industria y hostelería, así como las AMPAS de centros escolares (ACOSAFE, centro comercial Bahía Sur, polígonos industriales, Centro de Iniciativas Turísticas, FIPE, la Federación de AA.VV. 'Isla de León', Academia de San Romualdo, ASIHTUR, Parque Natural Bahía de Cádiz o la Asociación Turística de Cádiz, entre otros); pero a lo largo del Diagnóstico se ha detectado que el Consejo no ha sido todo lo operativo que debe ser un órgano de tanta importancia para el avance del sector comercial. Esto empuja a realizar una reflexión conjunta para mejorar la articulación del proceso participativo en el sector comercial hacia una posición más operativa (ejecución de acciones, consecución de objetivos...). Una reflexión conjunta que debe incluir: • El aumento de la operatividad de este órgano consultivo en materia de comercio con la creación de Comisiones Técnicas de Trabajo específicas del sector (Comisiones de competitividad e innovación, de adecuación urbanística, de promoción y fidelización...), donde, con unas cargas de trabajo compartidas, puedan plantearse y desarrollarse las distintas actuaciones de mejora del sector con reuniones técnicas entre los principales agentes implicados y más cercanas en el tiempo para afrontar los retos específicos a los que se enfrenta el sector. • Analizar los componentes adecuados de estas Comisiones Técnicas. • La posibilidad de crear un canal abierto de participación para que las empresas a título particular, pertenecientes o no a las agrupaciones empresariales adscritas a las asociaciones, puedan realizar aportaciones sobre temáticas concretas y pueda ser debatida su conveniencia de desarrollo. • Impulsar encuentros técnicos entre las diferentes áreas del Ayuntamiento para afrontar proyectos transversales (como pueden ser solicitudes a fondos europeos o cualquier otra actuación que afecta al comercio, pero depende de otra área diferente como ocurre con las actuaciones urbanísticas, las de movilidad, medio ambiente, etc.). Por tanto, esta actuación consistirá en insistirle al Ayuntamiento de San Fernando una mayor actividad del Consejo Económico y Social en materia de comercio para que sea más operativo, manteniendo un diálogo continuo entre los diferentes agentes públicos y privados que afectan al sector del comercio para definir consensuadamente las propuestas de mejora del sector y específicamente del centro urbano comercial. El objetivo de crear las	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Comisiones Técnicas es que el trabajo en este Órgano de colaboración tenga un mejor funcionamiento y operatividad técnica que el Consejo Económico y Social.

Esta medida se alinea con la Actuación 1.2.5.2.: Impulso a la creación en el municipio de un Consejo Municipal del Comercio, Mesa Local del Comercio o figura análoga o Comisión Municipal de Comercio Ambulante del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.

PRIORIDAD:	ALTA	
ENTES IMPLICADOS:	Ayuntamiento de San Fernando y agentes del sector comercial.	
AGENTE PRINCIPAL:	Ayuntamiento de San Fernando.	
COSTES APROXIMADOS:	Sin costes o muy bajos.	
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Recursos propios de los agentes intervinientes.	
OBJETIVO GENERAL:	Mejorar el marco permanente de colaboración y trabajo conjunto entre el sector comercial y el Ayuntamiento de San Fernando, para trabajar bajo una estrategia común en las actuaciones a realizar para la dinamización del comercio urbano.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Hacer más operativa la colaboración público-privada en el sector comercial. - Reflexionar sobre los componentes de las Comisiones Técnicas. - Mantener un clima de entendimiento ordenado entre todos los agentes involucrados en el sector. - Establecer mecanismos para la participación activa de la empresa individual. - Facilitar acuerdos programáticos conforme dotación presupuestaria. - Potenciar la actividad comercial de San Fernando, con especial atención al centro urbano, consensuando posturas en relación con los proyectos a poner en marcha.	
RESULTADOS ESPERADOS:	- Hacer del Consejo Económico y Social un órgano operativo de colaboración público-privada en el sector comercial. - Crear las Comisiones Técnicas necesarias.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Abril de 2025	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Creación de Comisiones Técnicas (sí/no). - N.º de agentes intervinientes. - N.º de Comisiones Técnicas creadas. - N.º de componentes (del Consejo y de las Comisiones). - N.º de reuniones/año. N. de acuerdos alcanzados. - N.º de acciones desarrolladas.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT06. REFUERZO DE LOS CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON EL AYUNTAMIENTO DE SAN FERNANDO.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L1. MEJORA DE LA ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL CCA ISLA COMERCIO.
MEDIDA:	M2. Trabajo conjunto con la Administración Pública.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC2. Contexto de elevada competencia en el sector (GSM, e-commerce...); en base a la Palanca de Apoyo: PA2. Potenciar la identidad y la dinamización y fidelización comercial. Esta Actuación pretende ser continuista respecto a la colaboración económica que el Ayuntamiento de San Fernando presta a ACOSAFE para el desarrollo del CCA. En este contexto, el Ayuntamiento firma anualmente con ACOSAFE un Convenio de colaboración con una partida presupuestaria determinada con el fin de promocionar el comercio local: publicidad, marketing, modernización de la gestión y, en general, acciones encaminadas a desarrollar el CCA. Esta dotación presupuestaria anual ayuda a ACOSAFE a realizar múltiples actividades para cumplir dichos objetivos: campañas de promoción y dinamización comercial en San Valentín, Día del Padre, Street Market, Sfo Moda, Ruta Gastronómica de Semana Santa, campañas de concienciación del comercio local, Ruta de la Caballa, Noche Blanca, Vuelta al Cole, Ruta Halloween, exposiciones fotográficas, campaña navideña... que generan afluencia de público al centro urbano de San Fernando, lo que dinamiza la actividad comercial y hostelera, creando riqueza y oportunidades de empleo en el municipio. Por tanto, con esta Actuación se pretende que el Ayuntamiento de San Fernando siga confiando en ACOSAFE para desarrollar dichas actividades mediante la firma de Convenios anuales e incrementar sus cuantías anualmente. Esta medida se alinea con la Línea Estratégica 1.2 Puesta en valor del sector comercial del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Ayuntamiento de San Fernando y ACOSAFE.
AGENTE PRINCIPAL:	Ayuntamiento de San Fernando y participación activa de ACOSAFE.
COSTES APROXIMADOS:	Sin coste o muy bajos ⁵ .
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Presupuestos del Ayuntamiento de San Fernando.
OBJETIVO GENERAL:	Apoyar a ACOSAFE para el desarrollo de actividades de dinamización comercial.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Dinamizar el centro urbano comercial de San Fernando. - Mejorar la comunicación del comercio local. - Consolidar y atraer nueva clientela. - Aumentar el consumo en el comercio local de San Fernando.
RESULTADOS ESPERADOS:	- Continuación del apoyo del Ayuntamiento a ACOSAFE. - Mejora de la calidad de la imagen del comercio local. - Atracción de público al centro urbano comercial de San Fernando.

⁵ El alcance de los Convenios está rondando los 60.000 € anuales, debiéndose incrementar paulatinamente.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

	Aumento del consumo en el comercio local de San Fernando.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Julio de 2025	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Firma de Convenio de Colaboración (sí/no). - Evolución de la cuantía de los Convenios. - N.º y tipología de acciones desarrolladas. - Impacto generado.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT07. PROMOVER MEDIDAS DE FACILITACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y EL EMPRENDIMIENTO POR PARTE DEL AYUNTAMIENTO DE SAN FERNANDO.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L1. MEJORA DE LA ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL CCA ISLA COMERCIO.
MEDIDA:	M2. Trabajo conjunto con la Administración Pública.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC1. Pérdida continuada de actividad comercial en San Fernando, en especial en el Centro Urbano; en base a la Palanca de Apoyo: PA1. Consolidar y mejorar la actual oferta comercial. Como se ha indicado en la Actuación ACT06. Refuerzo de los Convenios de colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando, el Ayuntamiento está facilitando el apoyo al sector comercial instrumentalizadas a través de la firma de un Convenio anual, que permite a ACOSAFE llevar a cabo las diferentes campañas y actuaciones de mejora que ayudan a visualizar y dinamizar el sector de cara a la clientela potencial. Actuaciones de mucho interés, pero para que la transformación del sector en el centro urbano sea posible, deben estudiarse en las Comisiones Técnicas (ACT05. Participación en la mejora de la operativa del Consejo Económico y Social en materia de comercio), la posibilidad de ampliación del apoyo en otras medidas que faciliten la actividad comercial y el emprendimiento por parte del Ayuntamiento de San Fernando como la posibilidad de generar una ventanilla única para el sector como punto único de acceso a los trámites que puedan ser necesarios a las personas empresarias para implantar o desarrollar un negocio de comercio u hostelería en San Fernando y los pasos necesarios para llevarlo a cabo; impulsar medidas fiscales de apoyo tanto para nuevos negocios que se implanten en el centro como a los existentes debido a las dificultades del sector; intermediación con los propietarios de locales vacíos para fomento del alquiler; compensación por las obras de larga duración en la vía pública y medidas similares. Debido a la complejidad y dificultad de estas medidas, desde ACOSAFE se seguirá trabajando con el Ayuntamiento de San Fernando para ir analizando la posibilidad de la implementación de estas mejoras conforme a las posibilidades presupuestarias del Ayuntamiento, considerándose que son las Comisiones Técnicas el organismo donde se deben negociarse. Esta medida se alinea con la Medida 1.3.2. Ayudas para la modernización y dinamización del comercio del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Ayuntamiento de San Fernando y ACOSAFE.
AGENTE PRINCIPAL:	Ayuntamiento de San Fernando y participación activa de ACOSAFE.
COSTES APROXIMADOS:	Pendiente de cálculo de costes dependiendo de las mejoras a implementar.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	Presupuestos del Ayuntamiento de San Fernando.
OBJETIVO GENERAL:	Sostener la actividad existente e impulsar la apertura de nuevos negocios en el centro urbano comercial de San Fernando
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Apoyar a las empresas comerciales de San Fernando en la apertura y el desarrollo de sus actividades. • Facilitar un espacio único de consulta y entrega de requisitos administrativos para el sector. • Potenciar la actividad comercial y hostelera de San Fernando.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

RESULTADOS ESPERADOS:	• Aumentar el apoyo del Ayuntamiento a las necesidades locales. • Facilitar la actividad comercial y el emprendimiento. • Consolidar la actividad actual en el centro urbano comercial. • Disminuir el cierre de negocios.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2026	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Presupuesto de ayuda directa aportado por el Ayuntamiento. • Alcance monetario de los beneficios fiscales facilitados por el Ayuntamiento. • Creación de ventanilla única (sí/no). • Inversión solicitada y generada.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

LÍNEA ESTRATÉGICA L2. INCREMENTO DE LA VISUALIZACIÓN DEL CCA FRENTE A LA CLIENTELA.

En un entorno comercial dinámico y competitivo, el posicionamiento estratégico del Centro Comercial Abierto Isla Comercio es fundamental para su sostenibilidad y crecimiento. La presente Línea Estratégica, L2: Incremento de la visualización del CCA frente a la clientela, se centra en fortalecer la presencia y el atractivo del CCA en la mente del consumidor, consolidándolo como la opción preferente para las compras y el ocio tanto para residentes como para visitantes.

El objetivo central de esta línea es elevar el perfil del CCA Isla Comercio, diferenciándolo de otras alternativas comerciales, como grandes superficies y centros comerciales de ciudades vecinas (Cádiz, Jerez, Chiclana, El Puerto de Santa María), así como del auge del comercio electrónico. Se busca destacar los valores intrínsecos del comercio de proximidad, la calidad del servicio personalizado y la contribución a la vitalidad del tejido urbano de San Fernando.

Para operativizar esta Línea Estratégica se han trazado 2 medidas específicas que serán desarrolladas mediante 5 actuaciones concretas:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L2. Incremento de la visualización del CCA frente a la clientela.	M3. Mejora de la política comercial del CCA Isla Comercio.	ACT08. Modernización de la imagen del CCA (Imagen Corporativa, Web...).
		ACT09. Mejora de la comunicación interna o corporativa.
		ACT10. Desarrollo de campañas segmentadas y fidelización de clientes.
		ACT11. Promoción del consumo turístico en los negocios del CCA.
	M4. Aprovechamiento del dato.	ACT12. Impulso a la inteligencia comercial.

A continuación, se exponen las actuaciones a ejecutar en cada una de las medidas planteadas:

Medida M3. Mejora de la política comercial del CCA Isla Comercio: esta medida se centra en la optimización de la oferta y la experiencia que el CCA ofrece a sus clientes, tanto locales como turistas. Su propósito central es generar un valor añadido tangible que impulse el consumo, la fidelización y el posicionamiento del CCA como un destino comercial atractivo y competitivo. Esta medida reconoce la necesidad de una estrategia comercial renovada, adaptada a las dinámicas del mercado actual y a las expectativas de un consumidor cada vez más informado y exigente, construyendo una propuesta de valor coherente, atractiva y diferenciada. Esto implica una profunda revisión y mejora de diversos aspectos, desde la imagen y la comunicación hasta las estrategias de marketing y la atención al cliente. Para lograrlo se han proyectado 4 actuaciones específicas:

- ACT08. Modernización de la imagen del CCA (Imagen Corporativa, Web...).
- ACT09. Mejora de la comunicación interna o corporativa.
- ACT10. Desarrollo de campañas segmentadas y fidelización de clientes.
- ACT11. Promoción del consumo turístico en los negocios del CCA.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT08. MODERNIZACIÓN DE LA IMAGEN DEL CCA (IMAGEN CORPORATIVA, WEB...).
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L2. INCREMENTO DE LA VISUALIZACIÓN DEL CCA FRENTE A LA CLIENTELA.
MEDIDA:	M3. Mejora de la política comercial del CCA Isla Comercio.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC2. Contexto de elevada competencia en el sector (GSM, e-commerce...); en base a la Palanca de Apoyo: PA2. Potenciar la identidad y la dinamización y fidelización comercial. Esta Actuación busca la renovación integral de la imagen del CCA Isla Comercio, abarcando tanto su identidad corporativa como su presencia online a través de la adecuación del portal web de ACOSAFE (https://www.acosafe.es). Si bien el CCA Isla Comercio ya cuenta con una marca comercial, es necesario actualizarla para que transmita valores de modernización y adaptación a los cambiantes hábitos de consumo de la clientela. La marca actual, a diferencia de la de ACOSAFE que se ha modernizado recientemente, necesita un restyling que la alinee con las tendencias actuales y refuerce su diferenciación frente a otras opciones comerciales como grandes superficies y el comercio electrónico. Este cambio en la imagen corporativa debe comunicar eficazmente el mensaje de un espacio comercial urbano diferente y singular. El restyling no solo potenciará el reconocimiento de la marca por parte del cliente, sino que también mejorará la percepción del sector y generará confianza, especialmente crucial en un mercado competitivo donde las empresas luchan por un posicionamiento firme. Para ello, se definirá una estrategia de marca que concrete sus valores, personalidad y posicionamiento, diseñando un nuevo logotipo moderno, atractivo y representativo, y se desarrollará una identidad visual completa. Es fundamental que la nueva marca identifique e integre al comercio urbano de San Fernando bajo una misma línea comunicativa. Por ello, se elaborará un Manual de Imagen Corporativa que defina las normas de uso de la nueva marca, incluyendo el logotipo y sus variantes, la paleta de colores corporativos, las tipografías, las aplicaciones básicas (papelería, señalética, etc.) y las normas de uso en diferentes soportes (impresos, digitales, etc.). Este manual garantizará la coherencia y consistencia de la marca en todas sus aplicaciones. Además, el actual portal web de ACOSAFE (https://acosafe.es/) necesita una renovación estética y funcional, implementando un espacio propio y destacado para el CCA que resulte atractivo para los clientes potenciales. Este espacio deberá integrar información relevante sobre los comercios del CCA, eventos, promociones, un directorio de comercios y otros contenidos de interés, garantizando una navegación intuitiva y una experiencia de usuario coherente con el resto del portal. Finalmente, para dar a conocer la nueva imagen al público objetivo y maximizar su impacto en la economía urbana de la localidad, se implementará una campaña de lanzamiento de marca que utilizará diversos canales y formatos (prensa, radio, online, redes sociales, eventos, etc.). El uso continuo de la nueva marca en todas las actividades desarrolladas generará confianza, credibilidad y diferenciación frente a los espacios de la competencia, contribuyendo al fortalecimiento del CCA Isla Comercio como un referente en el panorama comercial de San Fernando. Esta medida se alinea con la Medida 1.2.2. Puesta en valor de los Centros Comerciales Abiertos del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	
PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	ACOSAFE.
AGENTE PRINCIPAL:	ACOSAFE.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

COSTES APROXIMADOS:	6.000-8.000 €.	
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	- Recursos propios de ACOSAFE. - Convenio de Colaboración Ayuntamiento de San Fernando. - Subvenciones a Asociaciones Junta de Andalucía.	
OBJETIVO GENERAL:	Reforzar el posicionamiento del CCA Isla Comercio como un destino comercial atractivo, moderno y diferenciado en San Fernando.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Renovar la identidad visual del CCA, creando una imagen moderna y atractiva. - Adaptar un portal web funcional, intuitivo y accesible. - Fortalecer el reconocimiento de marca del comercio urbano entre el público objetivo. - Mejorar la percepción del CCA, proyectando una imagen profesional y confiable.	
RESULTADOS ESPERADOS:	- Creación de una identidad visual atractiva, coherente y actualizada con las tendencias actuales. - Transmisión de una imagen profesional, dinámica y acorde con los valores del comercio urbano de proximidad. - Aumento del conocimiento del CCA Isla Comercio entre el público objetivo. - Mayor presencia de la marca en la mente de los consumidores. - Mejora de la experiencia del usuario online, facilitando el acceso a información relevante sobre el CCA y sus comercios.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2026	Fin: Diciembre de 2026
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Creación de la marca (sí/no). - Nº de establecimientos con implantación de la marca. - Nº de campañas/año con la implantación de la marca. - Cobertura mediática de la nueva imagen del CCA. - Adaptación del Portal Web (sí/no). - Número de visitas al nuevo portal web/sección CCA en web ACOSAFE.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT09. MEJORA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA O CORPORATIVA.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L2. INCREMENTO DE LA VISUALIZACIÓN DEL CCA FRENTE A LA CLIENTELA.
MEDIDA:	M3. Mejora de la política comercial del CCA Isla Comercio.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC5. Desafección asociativa, fragmentación asociativa y disminución de la representatividad; en base a la Palanca de Apoyo: PA5. Fomentar la colaboración, los servicios y el crecimiento asociativo. La presente Actuación, destinada a la Mejora de la Comunicación Interna y Corporativa, tiene como objetivo principal optimizar los flujos de información e interacción entre ACOSAFE, sus asociados y potenciales nuevos miembros, buscando un mayor asociacionismo. ACOSAFE ya despliega diversas acciones de comunicación interna, incluyendo el envío de boletines informativos y la organización de reuniones, a través de las cuales informa sobre las ventajas de asociarse, los servicios disponibles (asesoramiento y tramitación de subvenciones, formación, representación institucional, convenios ventajosos, campañas de promoción), así como información relevante sobre locales en venta, alquiler o traspaso. Esta Actuación, por tanto, se basa en estas iniciativas preexistentes, buscando consolidarlas, expandirlas y adaptarlas a las necesidades actuales mediante el uso de nuevas tecnologías. El fin último es triple: fortalecer la cohesión interna de la asociación, mejorar la percepción externa del CCA Isla Comercio e impulsar la actividad económica de los comercios asociados. Si bien esta Actuación da continuidad al trabajo ya realizado, ACOSAFE reconoce la importancia crucial de mantener una comunicación interna efectiva para el buen funcionamiento de cualquier organización. Una comunicación fluida y transparente entre la directiva y los asociados fomenta la participación, el compromiso y el sentido de pertenencia. Permite a los comerciantes mantenerse informados sobre novedades, servicios, oportunidades de formación y acciones promocionales. Además, una comunicación interna eficaz facilita la recepción de feedback y sugerencias, contribuyendo a la mejora continua de ACOSAFE. Paralelamente, una comunicación corporativa sólida y bien definida proyecta una imagen positiva y profesional del CCA, atrayendo a nuevos clientes y fortaleciendo la lealtad de los existentes. Para perfeccionar la comunicación interna, se propone una estrategia integral que abarca diversos canales y formatos. Se consultará directamente a los asociados sobre el tipo de información que consideran más relevante y necesaria para su actividad, incluyendo documentos, noticias, foros de discusión, directorio de contactos e información sobre subvenciones y convenios. Con base en esta retroalimentación, se optimizarán tanto el contenido como los canales de comunicación (web, correo electrónico, WhatsApp, boletines, etc.), segmentando los envíos para ofrecer información personalizada y fomentar una comunicación más ágil. Se mantendrán, además, las reuniones periódicas, tanto presenciales como virtuales, como un espacio fundamental para el contacto directo y el debate. En lo que respecta a la comunicación corporativa, y complementando las acciones de la ACT08 (Modernización de la imagen del CCA), se trabajará en la actualización y mejora continua de la imagen corporativa y la página web, buscando maximizar su atractivo y la claridad de la información. Se intensificará la presencia en redes sociales, adaptando el contenido a cada plataforma para lograr una mayor interacción con el público. Asimismo, se fortalecerán las relaciones públicas con los medios de comunicación locales y regionales. En conjunto, se busca crear un ecosistema de comunicación eficiente y efectivo que beneficie tanto a los asociados de ACOSAFE como al conjunto del CCA Isla Comercio. Esta medida se alinea con la Medida 11.3.1. Consolidación del asociacionismo y de la cooperación en el sector comercial andaluz del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	
PRIORIDAD:	MEDIA
ENTES IMPLICADOS:	ACOSAFE.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

AGENTE PRINCIPAL:	ACOSAFE.	
COSTES APROXIMADOS:	1.500-3.000 €/año.	
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	- Recursos propios de ACOSAFE. - Convenio de Colaboración Ayuntamiento de San Fernando. - Subvenciones a Asociaciones Junta de Andalucía.	
OBJETIVO GENERAL:	Fortalecer la comunicación interna de ACOSAFE para consolidar la asociación, mejorar la imagen del CCA e impulsar la participación activa de sus asociados.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Optimizar los canales y formatos de comunicación interna de ACOSAFE. - Impulsar la participación activa de los asociados. - Proyectar una imagen corporativa cohesionada y profesional. - Aumentar el conocimiento y la difusión de los servicios y beneficios ofrecidos por ACOSAFE para fomentar su uso y el incremento del asociacionismo.	
RESULTADOS ESPERADOS:	- Mayor conocimiento y uso de los recursos de ACOSAFE por parte de los asociados. - Incremento del grado de satisfacción y compromiso de los asociados. - Mejora de la imagen y reputación del CCA Isla Comercio. - Aumento del número de interacciones y conversiones en los canales de comunicación.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2026	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Nivel de interacción de los asociados con los diferentes canales de comunicación implementados (intranet, grupos de mensajería, etc.). - Nivel de satisfacción de los asociados. - Alcance e impacto de la comunicación interna. - Aumento del número de asociados.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT10. DESARROLLO DE CAMPAÑAS SEGMENTADAS Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L2. INCREMENTO DE LA VISUALIZACIÓN DEL CCA FRENTE A LA CLIENTELA.
MEDIDA:	M3. Mejora de la política comercial del CCA Isla Comercio.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC2. Contexto de elevada competencia en el sector (GSM, e-commerce...); en base a la Palanca de Apoyo: PA2. Potenciar la identidad y la dinamización y fidelización comercial. Esta Actuación busca optimizar la eficacia de las acciones de marketing y comunicación de ACOSAFE, disminuyendo los enfoques generalistas a enfoques centrados en el cliente y sus necesidades específicas. Si bien ACOSAFE ya implementa diversas campañas promocionales y cuenta con una aplicación móvil, esta actuación se centra en la segmentación del público objetivo para ofrecer mensajes y ofertas más relevantes y personalizadas. Se trata de identificar diferentes perfiles de consumidores según sus características demográficas, intereses, hábitos de compra y otros criterios relevantes, para luego diseñar campañas específicas para cada segmento. De esta forma, se maximiza el impacto de las acciones de marketing y se optimiza el retorno de la inversión. Esta actuación está directamente ligada a la Actuación ACT12. Impulso a la inteligencia comercial. Un elemento central de esta actuación es el enfoque en la fidelización de clientes. Reconociendo que retener a los clientes existentes es más rentable que adquirir nuevos, la Actuación busca construir relaciones a largo plazo con los consumidores. Se pretende lograr reforzando la implementación de programas de fidelización, con recompensas por compras repetidas, comunicación personalizada y ofertas exclusivas para clientes recurrentes. La app móvil jugará un papel fundamental en esta estrategia, ya que se evolucionará para recopilar datos valiosos sobre los usuarios y ofrecerles experiencias personalizadas. Se buscará aprovechar al máximo las funcionalidades de la app, no solo como un canal de descuentos, sino también como una herramienta de interacción con los clientes y usuarios. Se explorarán funcionalidades como sistemas de gamificación, programas de puntos, notificaciones personalizadas y otras herramientas que fomenten la participación del cliente. Esta medida se alinea con la Línea Estratégica 1.3. Promoción del sector comercial del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	ACOSAFE.
AGENTE PRINCIPAL:	ACOSAFE.
COSTES APROXIMADOS:	30.000-50.000 €/año.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	- Recursos propios de ACOSAFE. - Convenio de Colaboración Ayuntamiento de San Fernando. - Subvenciones a Asociaciones Junta de Andalucía.
OBJETIVO GENERAL:	Mejorar el rendimiento de las acciones de marketing de ACOSAFE, enfocándose en la creación de valor a través de la segmentación, la fidelización y el uso estratégico de la información.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Desarrollar actuaciones de promoción y dinamización segmentada que potencien el comercio y la hostelería del centro urbano. - Mejorar la comunicación por segmentos de clientes. - Medir el impacto que generan las actuaciones puestas en marcha.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

	Repetir las actuaciones exitosas y descartar o modificar aquellas con escaso retorno.	
RESULTADOS ESPERADOS:	- Incremento del consumo del comercio local. - Repetir, modificar o descartas actuaciones según resultados.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2026	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Nº y tipología de actuaciones ejecutadas. - Nº de las personas usuarias por actuación. - Retorno de inversión y conversión por actuación.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT11. PROMOCIÓN DEL CONSUMO TURÍSTICO EN LOS NEGOCIOS DEL CCA.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L2. INCREMENTO DE LA VISUALIZACIÓN DEL CCA FRENTE A LA CLIENTELA.
MEDIDA:	M3. Mejora de la política comercial del CCA Isla Comercio.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	<i>Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.</i> <i>Plan Estratégico y de Calidad Turística de San Fernando: E4A3 IMPULSO DE EXPERIENCIAS COMPLEMENTARIAS DENTRO DEL DESTINO</i>
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC9. Escasa canalización del consumo turístico en el comercio local; en base a la Palanca de Apoyo: PA9. Potenciar la vinculación turístico-comercial en el Centro Urbano. Esta Actuación pretende capitalizar el flujo constante de visitantes que recibe San Fernando, aprovechando su rico patrimonio histórico, cultural y natural (turismo militar, flamenco, naturaleza, sol y playa, gastronómico, etc.). Si bien el turismo es una fuente potencial de ingresos para el comercio del centro urbano, las encuestas al sector revelan un bajo aprovechamiento de este flujo por parte del mismo, representando una oportunidad de crecimiento significativa para el CCA. Esta actuación se alinea con las directrices del Plan Estratégico y de Calidad Turística de San Fernando, específicamente con el EJE 4: COMPETITIVIDAD DEL DESTINO y su Actuación E4A3 IMPULSO DE EXPERIENCIAS COMPLEMENTARIAS DENTRO DEL DESTINO. Dicho plan ya identificaba la necesidad de potenciar un escenario transversal vinculado a las experiencias competitivas del destino, incluyendo el impulso del turismo de compras como una experiencia complementaria que requiere el apoyo del CCA. En este sentido, esta Actuación busca impulsar un programa específico de vinculación entre el sector turístico y el comercial, con el objetivo principal de incrementar el consumo de turistas y visitantes en los comercios del centro urbano. Para lograr este objetivo, la actuación se articula en torno a dos ejes principales: 1. Aumento de la visibilidad de la oferta comercial: se debe dar a conocer la oferta comercial local al público visitante, implementando estrategias de marketing que destaquen los atractivos de los establecimientos, especialmente aquellos con valor añadido como comercios emblemáticos y artesanos. Se considera fundamental alinear el calendario cultural y turístico para que permita a los comercios ofrecer productos y ofertas específicas en momentos clave, vinculando la oferta comercial con los eventos y actividades turísticas de San Fernando. Se estudiará la viabilidad de actualizar la app de ACOSAFE u otras plataformas digitales para mejorar la visibilidad y accesibilidad a la información comercial. 2. Coordinación y articulación de productos turísticos-comerciales: se deberá establecer un proceso de coordinación previa, a través de las Comisiones Técnicas de Comercio del Consejo Económico y Social de San Fernando, para analizar y definir los productos que pueden ser comercializados. Este proceso incluirá la descripción detallada del producto, la propuesta de itinerarios, la definición de la estacionalidad, la identificación de los servicios incluidos, la posible bonificación de actos culturales con una tarjeta de fidelización, la creación de descuentos u otras ventajas, la recopilación de información de contacto y el diseño y edición de un dossier o portfolio del producto. Se priorizará la identificación y promoción de comercios emblemáticos y artesanos, reconociendo su atractivo particular para los visitantes. Esta medida se alinea con la Actuación 1.2.1.5 Turismo de compras del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	ACOSAFE y Ayuntamiento de San Fernando.
AGENTE PRINCIPAL:	Ayuntamiento de San Fernando con la participación activa de ACOSAFE.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

COSTES APROXIMADOS:	6.000-9.000 €/año ⁶	
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	- Presupuesto del Ayuntamiento de San Fernando. - Recursos propios de ACOSAFE. - Subvenciones a Asociaciones Junta de Andalucía.	
OBJETIVO GENERAL:	Generar sinergias entre el sector turístico y el comercial de San Fernando, impulsando el consumo turístico en los negocios del CCA a través de una mayor visibilidad de la oferta y la creación de productos turísticos-comerciales coordinados.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Incrementar el conocimiento de la oferta comercial local entre los turistas. - Definir y desarrollar un portfolio de productos turísticos-comerciales. - Aumentar el consumo del turista y visitante en los negocios locales. - Dinamizar la economía local y ofrecer una experiencia más completa y atractiva a los visitantes.	
RESULTADOS ESPERADOS:	- Aumento del gasto turístico en los comercios del CCA. - Mejora de la imagen y la percepción de los comercios del CCA como parte integral de la oferta turística de San Fernando. - Mayor colaboración y sinergias entre los sectores turístico y comercial de San Fernando.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2026	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Nº de productos turístico-comerciales creados. - Número de eventos o actividades conjuntas entre comercios y entidades turísticas. - Nº de empresas participantes. - Impacto generado por los productos turístico-comerciales.	

⁶ Material y actuaciones comunicativas.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Medida M4. Aprovechamiento del dato: esta medida pretende aprovechar información comercial útil para convertirla en información estratégica inmediata y de fácil uso para las decisiones estratégicas del CCA. Para lograrlo se ha proyectado 1 actuación específica:

- ACT12. Impulso a la inteligencia comercial.

ACTUACIÓN:	ACT12. IMPULSO A LA INTELIGENCIA COMERCIAL.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L2. INCREMENTO DE LA VISUALIZACIÓN DEL CCA FRENTE A LA CLIENTELA.
MEDIDA:	Medida M4. Aprovechamiento del dato.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC8. Escasa información comercial y poca explotación del dato; en base a la Palanca de Apoyo: PA8. Explotación de la economía del dato. Impulso a la inteligencia comercial. Esta actuación está directamente alineada a la Actuación ACT10. Desarrollo de campañas segmentadas y fidelización de clientes, puesto que, para impulsar la segmentación y la fidelización del cliente, hay que poner un fuerte énfasis en la medición y el retorno de la inversión de cada actuación de comunicación y animación comercial puesta en marcha. En este contexto, se buscará integrar un sistema de medición riguroso (ya sea mediante la mejora de la App propia u otra herramienta existente en el mercado) para evaluar el rendimiento de las acciones de marketing y determinar qué estrategias son más efectivas. Este enfoque basado en datos permitirá optimizar las futuras campañas y justificar la inversión en marketing. Se pasará de una gestión basada en la intuición a una gestión basada en datos concretos, lo que permitirá una toma de decisiones más informada y estratégica. La Actuación busca integrar todas las acciones de marketing y comunicación de ACOSAFE, incluyendo las campañas existentes, la app móvil y otras iniciativas, en una estrategia coherente y unificada, creando una sinergia que potencie el impacto de todas las acciones. En definitiva, la Actuación no pretende reemplazar las acciones promocionales que ya realiza ACOSAFE, sino medirlas, complementarlas y optimizarlas conforme a los resultados objetivos. Se trata de evolucionar hacia una estrategia de marketing digital integral y centrada en el cliente, que aproveche al máximo las posibilidades de la segmentación, la fidelización y el análisis de datos. Se busca generar un mayor impacto en el público objetivo, fortalecer la relación con los clientes existentes y, en última instancia, impulsar la actividad económica de los negocios asociados al CCA a través del dato. Esta medida se alinea con la Línea Estratégica 2.2. Innovación digital del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	ACOSAFE.
AGENTE PRINCIPAL:	ACOSAFE.
COSTES APROXIMADOS:	Mejora o integración de la herramienta para uso inteligente de la información: 25.000-30.000 €. Mantenimiento de la herramienta: 5.000-10.000 €/año.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	• Recursos propios de ACOSAFE. • Convenio de Colaboración Ayuntamiento de San Fernando. • Subvenciones a Asociaciones Junta de Andalucía.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

OBJETIVO GENERAL:	Dotar a ACOSAFE de las herramientas y la metodología necesarias para gestionar el marketing y la comunicación de una manera más eficiente y efectiva, basada en el análisis de datos y orientada a la consecución de resultados concretos.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	• Implementar un sistema integral de medición del rendimiento de las acciones de marketing y comunicación. • Optimizar el retorno de la inversión de las acciones de promoción y animación comercial desarrolladas. • Mejorar la segmentación y la personalización de las comunicaciones. • Facilitar la toma de decisiones estratégicas basadas en datos.	
RESULTADOS ESPERADOS:	• Incremento del consumo del comercio local. • Repetir, modificar o descartar actuaciones según resultados.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Octubre de 2025	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	• Implementación del sistema de integración (sí/no). • Retorno de la inversión de las campañas. • Número de usuarios de las herramientas. • Nivel de satisfacción del cliente.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

LÍNEA ESTRATÉGICA L3. REVITALIZACIÓN URBANÍSTICO-COMERCIAL DEL CENTRO URBANO DE SAN FERNANDO.

Esta Línea Estratégica tiene el objetivo de que el centro urbano comercial de San Fernando sea un entorno amable para el consumo, que sea atractivo y singular, por lo que se debe incidir en los distintos aspectos que desde la óptica de la funcionalidad de la trama urbana influyen en la actividad comercial, buscando las soluciones adecuadas para los distintos elementos locales, como el tráfico, los aparcamientos, la accesibilidad, mobiliario urbano, el confort térmico, la señalética, etc., y los equipamientos públicos comerciales con capacidad para generar importantes tránsitos como los mercados municipales de abastos o los mercadillos de venta no sedentaria. Con estas actuaciones se pretende hacer más accesible y visible la oferta comercial y de servicios del comercio del centro urbano, fomentando su posicionamiento como referencia comercial respecto a sus públicos objetivo. Debido a que las competencias de las actuaciones de esta Línea en su mayoría corresponden al ayuntamiento, ACOSAFE debe desempeñar un papel crucial para contribuir a su éxito, actuando como un valioso colaborador y catalizador de las intervenciones.

Para operativizar esta Línea Estratégica se han trazado 2 medidas específicas que serán desarrolladas mediante 2 actuaciones concretas:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L3. Revitalización urbanístico-comercial del Centro Urbano de San Fernando.	M5. Impulso colaborativo de revitalización del Centro Urbano.	ACT13. Identificación e impulso de Actuaciones Comerciales de Intervención Preferente.
	M6. Favorecimiento de la ocupación de locales vacíos.	ACT14. Impulso de un programa de captación de emprendimiento e inversión.

A continuación, se exponen las actuaciones a ejecutar en cada una de las medidas planteadas:

Medida M5. Impulso colaborativo de revitalización del Centro Urbano: esta medida busca, a través de la colaboración con el Ayuntamiento (quien tiene las competencias en materia urbanística), identificar e impulsar actuaciones de Intervención Preferente que mejoren significativamente la actividad comercial. Estas actuaciones abordarán aspectos clave como aparcamientos, acondicionamiento de calles, confort térmico, accesibilidad, mobiliario urbano, limpieza y señalización, priorizando aquellas que ACOSAFE considere de mayor impacto para el sector. El objetivo es dinamizar el centro urbano mediante intervenciones estratégicas que optimicen la experiencia de compra y fomenten la actividad económica. Para lograrlo se ha proyectado 1 actuación específica:

- ACT13. Identificación e impulso de Actuaciones Comerciales de Intervención Preferente.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

ACTUACIÓN:	ACT13. IDENTIFICACIÓN E IMPULSO DE ACTUACIONES COMERCIALES DE INTERVENCIÓN PREFERENTE.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L3. REVITALIZACIÓN URBANÍSTICO-COMERCIAL DEL CENTRO URBANO DE SAN FERNANDO.
MEDIDA:	M5. Impulso colaborativo de revitalización del Centro Urbano.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERÍA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC6. Necesidades de intervención para la adecuación urbanística en el Centro Urbano; en base a la Palanca de Apoyo: PA6. Facilitar la accesibilidad y estancia del cliente desde el ámbito físico y digital. El centro urbano de San Fernando, al igual que cualquier otra ciudad histórica y altamente urbanizada, sufre los pertinentes déficits de acceso a sus entornos urbanos y presenta deficiencias en su confort ambiental al haberse desarrollado la ciudad moderna en base al uso del vehículo privado, lo que confiere en un menor confort para el peatón, que busca alternativas más cómodas para su consumo, ya sea en grandes superficies con aparcamiento gratuito o a través del comercio online. El Ayuntamiento de San Fernando viene trabajando en los últimos años en la mejora de la accesibilidad de sus calles, con medidas que fomentan la peatonalización, la reducción de vehículos motorizados y la mejora tanto de la accesibilidad como de espacios públicos, buscando una nueva movilidad peatonal, el fomento del transporte público, un mayor uso del tranvía y la implementación de la red de aparcamientos tácticos para ofrecer una nueva movilidad amable atractiva para residentes y visitantes que haga más cómodo acceder al centro y fomentar el consumo en el mismo. La Agenda Urbana de San Fernando se alinea con esta filosofía, una esta estrategia que hay que acelerar con intervenciones de adecuación urbanística-comercial de las calles con mayor incidencia comercial para hacerlas más cómodas al tránsito del cliente y favorecer las compras. Entre ellas, mejorar la iluminación, instalación de papeleras con ceniceros, reparaciones urgentes de incidencias, entoldado de calles para aumentar el confort climático, mejora de la accesibilidad con habilitación de más aparcamiento, señalización, horarios adecuados de carga y descarga, autobuses más pequeños, más paradas, compensaciones por obras de larga duración o por cambios obligados en los mobiliarios exteriores de los negocios, rehabilitación de edificios históricos, reforma del PEPRICH, reactivación de los mercados municipales y actuaciones similares. En cualquier caso, son actuaciones complejas, costosas y siempre controvertidas, por lo que desde ACOSAFE se aboga por llevar a cabo un proceso de participación activa con las diferentes áreas municipales implicadas para consensuar actuaciones y limitar impactos negativos. En este contexto, el Área de Comercio está limitado en sus funciones respecto a este tipo de actuaciones, no obstante, debe ser líder en fomentar la sistemática de trabajo conjunta y continuada entre el Área de Comercio, ACOSAFE y el resto de departamentos del Ayuntamiento implicados en las diferentes actuaciones (Desarrollo Urbano Sostenible, Desarrollo Económico, ...). Se identifica como primordial que representantes de dichas Áreas formen parte activa de las Comisiones Técnicas de Comercio dentro del Consejo Económico y Social donde identificar aquellas Actuaciones Comerciales de Intervención Preferente o relacionadas directamente con la actividad comercial en los que intervenir a diferentes niveles, de manera preferente, por su relevancia para la mejora de la actividad del sector (incluyendo aquí aspectos tan variados como la dotación de aparcamientos, el acondicionamiento de las calles, la accesibilidad peatonal y en vehículo, el mobiliario urbano, la limpieza, la señalización... etc.). En paralelo a la identificación de las Actuaciones Comerciales de Intervención Preferente, cuando existan proyectos en proceso de ejecución o con la programación de ejecución ya aprobada que afecten al sector temporalmente durante su realización, es conveniente analizar las posibilidades de minimizar el impacto de dichas intervenciones en la actividad de los negocios afectados (ejecutar medidas como campañas para incentivar las ventas en los establecimientos comerciales y hosteleros afectados, reparto de tickets de aparcamiento o de transporte público por el consumo en estos establecimientos, actuaciones en el entorno para atraer público a la zona y vincularlas con algún privilegio por el consumo en estos establecimientos, programas de formación	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

específica a estos negocios para potenciar sus capacidades de marketing digital, subvenciones directas a los negocios afectados por la intervención...).

Esta medida se alinea con la Medida 1.2.5. Impulso Urbanístico-Comercial del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.

PRIORIDAD:	ALTA	
ENTES IMPLICADOS:	ACOSAFE y el Ayuntamiento de San Fernando.	
AGENTE PRINCIPAL:	Ayuntamiento de San Fernando con el apoyo activo de ACOSAFE.	
COSTES APROXIMADOS:	Costes altos. Pendiente de estudios de detalle.	
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	- Presupuesto del Ayuntamiento. - Fondos europeos.	
OBJETIVO GENERAL:	Colaborar activamente en la revitalización del centro urbano de San Fernando para la implementación de mejoras urbanísticas que fomenten la accesibilidad, el confort del peatón y la actividad económica local.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Establecer un marco de colaboración efectivo entre ACOSAFE y el Ayuntamiento en materia urbanística. - Identificar y priorizar intervenciones estratégicas en el centro urbano de San Fernando. - Mejorar la experiencia del cliente en el centro urbano. - Fortalecer la actividad comercial local.	
RESULTADOS ESPERADOS:	- Participación de ACOSAFE en los procesos de decisión urbanística. - Traslado a las diferentes áreas competentes las demandas del sector. - Identificación de prioridades de manera sistemática.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2025	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Nº y tipología de actuaciones de mejora identificadas. - Desarrollo de las distintas actuaciones (sí/no).	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Medida M6. Favorecimiento de la ocupación de locales vacíos: esta medida pretende revitalizar el comercio urbano de San Fernando atrayendo firmas de prestigio, impulsando el emprendimiento y facilitando el relevo generacional, con especial atención a la ocupación de locales inactivos con alto potencial para dinamizar la actividad económica y mejorar la oferta comercial. Se aspira a recuperar el corazón comercial de San Fernando, transformando su centro urbano en un motor de actividad que impulse su economía urbana. Para lograrlo se ha proyectado 1 actuación específica:

- ACT14. Impulso de un programa de captación de emprendimiento e inversión.

ACTUACIÓN:	ACT14. IMPULSO DE UN PROGRAMA DE CAPTACIÓN DE EMPRENDIMIENTO E INVERSIÓN.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L3. REVITALIZACIÓN URBANÍSTICO-COMERCIAL DEL CENTRO URBANO DE SAN FERNANDO.
MEDIDA:	Medida M6. Favorecimiento de la ocupación de locales vacíos.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC3. Elevado número de locales inactivos en el Centro Urbano; en base a la Palanca de Apoyo PA3. Programa de captación de emprendimiento e inversión. El Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando “Isla Comercio” busca en último término aumentar la demanda interna en el comercio urbano, porque existe una alta fuga de gasto a otras localidades y formatos comerciales, que no tiene solo que ver con las mayores dificultades de acceso, sino con la propia estructura comercial del centro urbano, cada vez con más locales inactivos en sus calles. Para solventar esta situación, ACOSAFE actúa como interlocutor en la ocupación de los locales inactivos a través de su portal Web, pero se precisa llevar a cabo un auténtico proceso de renovación de la estructura comercial con nuevos negocios, adaptados a las necesidades actuales, mediante un programa de relevo generacional y de captación de emprendedores y nuevos proyectos de inversión, para lo que es preciso contar con el apoyo activo del Ayuntamiento de San Fernando para canalizar las nuevas implantaciones conforme a un posicionamiento adecuado y con criterios de viabilidad, por lo que es necesario llevar a cabo un programa de captación de emprendedores y de inversión, para lo cual será necesario trabajar con la utilización de información dinámica (población, consumo y renta, vivienda, locales comerciales, movilidad...) y ofrecer así una información de valor a la potencial inversión y emprendimiento a la hora de elegir la ubicación idónea del negocio. Igualmente, para ayudar a aumentar la rentabilidad del negocio, es conveniente incrementar el grado de profesionalización de los emprendedores potenciando programas de formación y tutorización personalizada para disminuir la tasa de abandono empresarial. Dentro de este Programa se deben dar soluciones al relevo generacional, una de las mayores preocupaciones actuales del sector comercio y de la que San Fernando no es ajeno, cerrándose negocios por jubilación y no encontrándose relevo. Por lo que impulsar medidas de rejuvenecimiento del sector facilitando el relevo generacional y la continuidad de los comercios sin relevo, mediante la identificación de estos negocios a punto de cerrar, puesta en contacto con el potencial relevo y ayudas para facilitar la reactivación, deben ser objeto de este Programa, para lo que las empresas a su vez, pueden utilizar las ayudas al respecto que ofrece la Dirección General de Comercio de la Junta de Andalucía. Un impulso a la inversión, el emprendimiento y el relevo generacional que debe apoyarse en un ecosistema que vaya desde la administración local a todos los agentes intervinientes (Ayuntamiento, ACOSAFE, Cámara de Comercio, inmobiliarias, propietarios, inversores, empresas y emprendedores), mediante un ecosistema de emprendimiento y herramientas adecuadas para su impulso: Dosieres de Captación de Inversores y Emprendedores, guías de emprendimiento, concursos de ideas, bancos de ideas de negocio, encuentros empresariales y herramientas digitales para facilitar el acceso inmediato a la información. En paralelo, ya que no es posible reactivar todos los locales inactivos en su totalidad, al menos en un corto espacio de tiempo, es conveniente mientras se va ejecutando el Programa de emprendimiento e inversión, se debe ir	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

trabajando en disminuir su número, tanto generando nueva actividad (deseable), como aprovechándolo para otros usos.

Una posibilidad es que algunos locales sean utilizados como comercios efímeros (uso durante fines de semana u otros ámbitos temporales de interés) con negocios específicos en determinadas campañas, como tiendas de juguetes en Navidad o de disfraces en Carnaval (las llamadas pop-up stores); o por parte de emprendedores, artesanos, productores locales u otro tipo de personas con ideas atractivas e innovadoras para exponer sus productos o servicios durante un periodo de tiempo determinado.

Como medida paralela se puede desarrollar un programa de decoración turística de locales vacíos en los principales itinerarios turísticos, donde se mejore la imagen de estos locales a través del arte o el diseño, además de que se anime a su puesta en uso con un nuevo negocio.

Para facilitar los costes iniciales que supone el emprendimiento, se instará al Ayuntamiento a estudiar la posibilidad de poner a disposición de los emprendedores, locales a pie de calle en el centro urbano a modo de vivero empresarial con un precio subvencionado por el Ayuntamiento para que testen su actividad con mayores visos de viabilidad. Es decir, utilizar los propios locales de la calle como receptores de la actividad, generando espacios de interés económica como “locales de protección oficial”.

Por último, en muchas zonas no será posible recuperar la actividad comercial, por lo que debe potenciarse la transformación de local a vivienda (suele ser muy utilizado como vivienda turística), así como impulsar la bajada de servicios a bajos comerciales (mediante facilidades o incentivos). Todo esto precisa de un trabajo previo de contacto con inmobiliarias y propietarios que debe realizarse en las Comisiones Técnicas de Comercio del Consejo Económico y Social de San Fernando.

Esta medida se alinea con la Línea Estratégica 1.1. Cultura emprendedora del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.

PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Área de Comercio y resto de agentes implicados en el ecosistema (Ayuntamiento, ACOSAFE, Cámara de Comercio, inmobiliarias, propietarios, inversores, empresas y emprendedores).
AGENTE PRINCIPAL:	Ayuntamiento de San Fernando con el apoyo activo de ACOSAFE.
COSTES APROXIMADOS:	- Ecosistema: 37.000-45.000 €⁷. - Ayudas al emprendimiento: 9.000 €/ empresa⁸. - Ayudas al relevo generacional: 6.000 €/empresa⁹.
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	- Presupuesto del Ayuntamiento. - Fondos europeos. - Ayudas de la Junta en materia de emprendimiento y relevo generacional.
OBJETIVO GENERAL:	Reforzar la estructura comercial del centro urbano de San Fernando facilitando la instalación de una nueva mezcla comercial.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Facilitar la captación de nuevos negocios que aporten mayor atractivo comercial en el centro urbano. - Instalar nuevas actividades ocupando la actual superficie disponible (locales inactivos). - Fomentar el relevo generacional.

⁷ El ecosistema no tiene coste o es muy bajo, se estima aquí la inversión necesaria en material gráfico y la potencial inclusión de herramientas tecnológicas para disponer de información dinámica.

⁸ Existen diversas ayudas al emprendimiento, tanto en subvenciones directas como en créditos, por lo que se recomiendan consultas individuales al CADE. Como referencia se han utilizado las ayudas al emprendimiento del Instituto Andaluz de la Juventud en su cuantía máxima subvencionable. Estimado 5-10 0empresas subvencionadas/año.

⁹ Cuantía máxima subvencionable por parte de la Junta de Andalucía a las empresas menores de 10 personas trabajadoras. Estimado 5-8 empresas subvencionadas/año.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

	- Diseñar un ecosistema de comercialización a través de la colaboración público-privada. - Instalar nuevas actividades ocupando la actual superficie disponible (locales inactivos) testando la actividad a menores costes de mercado.	
RESULTADOS ESPERADOS:	- Creación del Programa de Captación de Emprendedores e Inversores. - Instalación de nuevos negocios en el centro urbano de San Fernando.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2026	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Creación del Programa de Captación de Emprendedores e Inversores (sí/no). - Nº de locales inactivos en el centro urbano. - Nº y tipología de nuevos negocios implantados. - Nº y tipología de actividades relevadas. - Nº y género de empleo generado.	

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

LÍNEA ESTRATÉGICA L4. FACILITACIÓN DE LA ADAPTACIÓN DE LA PYME COMERCIAL.

Esta Línea Estratégica tiene el objetivo de facilitar la adaptación y el desarrollo del tejido comercial urbano de San Fernando, promoviendo la mejora continua de las pymes a través de la capacitación, la adopción de nuevas tecnologías y el fomento de la especialización para ofrecer una propuesta de valor competitiva que dé respuesta a las demandas del mercado.

Para operativizar esta Línea Estratégica se ha trazado 1 medida específica que será desarrollada mediante 2 actuaciones concretas:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES
L4. Facilitación de la adaptación de la pyme comercial.	M7. Modernización continua de la pyme comercial.	ACT15. Promover la capacitación y la incorporación de las nuevas tecnologías en las empresas asociadas.
		ACT16. Fomentar la inversión y mejora de los negocios de las empresas asociadas.

A continuación, se exponen las actuaciones a ejecutar en cada una de las medidas planteadas:

Medida M7. Modernización continua de la pyme comercial: esta medida impulsa la modernización continua de las pymes comerciales locales, facilitando su adaptación a los cambios estructurales y organizativos del sector, promoviendo en todo momento la mejora de la gestión empresarial y la asimilación de la transformación digital, complementada con formación en áreas de gestión tradicional. Para lograrlo se han proyectado 2 actuaciones específicas:

- ACT15. Promover la capacitación y la incorporación de las nuevas tecnologías en las empresas asociadas.
- ACT16. Fomentar la inversión y mejora de los negocios de las empresas asociadas.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT15. PROMOVER LA CAPACITACIÓN Y LA INCORPORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS EMPRESAS ASOCIADAS.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L4. FACILITACIÓN DE LA ADAPTACIÓN DE LA PYME COMERCIAL.
MEDIDA:	Medida M7. Modernización continua de la pyme comercial.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC7. Necesidades de formación y adaptación del sector, especialmente en transformación digital; en base a la Palanca de Apoyo: PA7. Impulsar la capacitación empresarial. La rápida aceptación de las tecnologías de la información y las comunicaciones por parte de las personas consumidoras, así como la vertiginosa y constante innovación de los sistemas digitales, representa una revolución en la que los consumidores han adquirido un nuevo protagonismo, con una mayor capacidad de optar a más oferta, más inmediata y con mayor poder de decisión en el tiempo y en el espacio, que requiere un nuevo planteamiento por parte de los oferentes comerciales, transformando y combinando su modelo presencial con el nuevo modelo digital, avanzando hacia la omnicanalidad. En este contexto, esta actuación pretende impulsar el grado de digitalización del comercio minorista de San Fernando. Algo necesario para poder afrontar con éxito este reto y disminuir la brecha digital existente con los grandes operadores. Pero también es crucial seguir facilitando acciones formativas en distintos ámbitos de mejora considerados más tradicionales, pero que siguen siendo vitales en la modernización comercial y que se consideran esenciales para el correcto desarrollo de la actividad comercial: escaparatismo, atención al cliente, idiomas (si se quiere evolucionar turísticamente), gestión económica del comercio, gestión fiscal básica..., especialmente aquellos que impulsan la servitización, es decir, aquellos servicios añadidos a la compra que facilitan el consumo y a los que cada vez los consumidores están más habituados (aportar valor añadido a la compra). En muchas ocasiones, el sector es reacio a tomar parte en los procesos formativos porque no lo consideran necesario, pero sigue siendo de vital interés sensibilizarlos y llevar a cabo diferentes programas formativos que benefician al sector comercial a adaptarse a las necesidades de conocimiento actuales. En cualquier caso, debido a las particularidades propias del sector, con escasa disponibilidad de tiempo y con dificultades de sumarse a estas iniciativas tan necesarias, ACOSAFE seguirá impulsando una metodología que compagine tanto la enseñanza a distancia (soportes físicos y digitales) como la presencial, con la realización de módulos de escasa duración y en horarios flexibles, siendo aconsejable cuando sea posible, proyectos formativos de tutorización directa en los comercios. Esta actuación tiene la ventaja de que, además de las ayudas que pueda conseguir ACOSAFE en esta materia y las que aporten otros agentes como el Ayuntamiento y la Cámara de Comercio; conforme a sus necesidades, los comercios pueden solicitar ayudas a la Junta de Andalucía a pymes comerciales y artesanas para implantar diversas herramientas digitales, tales como la creación de un e-commerce, el establecimiento de una estrategia de marketing en Internet y redes sociales o la implementación en el negocio de soluciones digitales que permitan crear un comercio unificado (Orden de 7 de mayo de 2020, por la que se aprueban las bases reguladoras, para la concesión de subvenciones destinadas a la modernización y mejora de la competitividad y a promover el relevo generacional de las PYMES comerciales y artesanas de Andalucía). También se puede acudir a otros programas, ya sean coyunturales como el Kit Digital (Fondos Next Generation) o más periódicos como el Programa Pyme Digital de las Cámaras de Comercio (Fondos FEDER) y que cuenta con el desarrollo de una metodología mixta de diagnóstico, apoyo en el proceso de implantación de soluciones y difusión del conocimiento, que conlleva ayudas directas a la inversión hasta un 85% de la misma con un máximo de 7.000 euros. Programas que se impulsarán desde ACOSAFE sensibilizando a sus asociados de la necesidad de llevarlos a la práctica. Esta medida se alinea con la Línea Estratégica 2.2. Innovación digital del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	
PRIORIDAD:	ALTA

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

ENTES IMPLICADOS:	ACOSAFE y otros agentes implicados (Ayuntamiento, Cámara de Comercio).	
AGENTE PRINCIPAL:	ACOSAFE.	
COSTES APROXIMADOS:	- Capacitación digital: 6.000-7.000 €/empresa/año¹⁰. - Capacitación tradicional: 3.000-5.000 €/año.	
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	- Fondos propios. - Convenio Ayuntamiento. - Fondos europeos. - Ayudas de la Junta dirigidas a Ayuntamientos, asociaciones y empresas en materia de comercio. - Programas Cámara de Comercio y otros agentes.	
OBJETIVO GENERAL:	Aumentar la capacidad competitiva del comercio urbano de San Fernando a través de una mejora de la cualificación del sector.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Impulsar la transformación digital y la modernización del comercio minorista de San Fernando. - Facilitar la adopción de nuevas tecnologías y mejorar las habilidades empresariales. - Promover el acceso a programas de apoyo financiero para facilitar la implementación de soluciones digitales y la modernización de los negocios.	
RESULTADOS ESPERADOS:	- Mayor adopción de tecnologías digitales por parte de los comerciantes. - Disminución de la brecha digital con los grandes operadores. - Aumento de la competitividad del comercio local.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2026	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Nº y tipología de programas formativos realizados. - Nº de empresas/personas participantes.	

¹⁰ Cuantías máximas subvencionables por parte de la Junta de Andalucía a las empresas o en el Programa Pyme Digital. Estimado 10-15 empresas subvencionadas/año.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

ACTUACIÓN:	ACT16. FOMENTAR LA INVERSIÓN Y MEJORA DE LOS NEGOCIOS DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS.
LÍNEA ESTRATÉGICA:	L4. FACILITACIÓN DE LA ADAPTACIÓN DE LA PYME COMERCIAL.
MEDIDA:	Medida M7. Modernización continua de la pyme comercial.
ALINEACIÓN ESTRATÉGICA MUNICIPAL:	Agenda Urbana San Fernando 2030: RETO 14_FOMENTO DEL COMERCIO Y LA HOSTELERIA.
MARCO DE PARTIDA Y/O DESARROLLO:	
Esta actuación surge para intentar solventar el Punto Crítico: PC2. Contexto de elevada competencia en el sector (GSM, e-commerce...); en base a la Palanca de Apoyo: PA2. Potenciar la identidad y la dinamización y fidelización comercial. Para mantenerse dentro del entorno tan competitivo existente dentro del sector comercial en la actualidad, el comercio urbano de San Fernando necesita llevar a cabo un proceso de mejora y renovación de la oferta actual, para lo cual se precisan inversiones en los negocios existentes y la implantación de nuevos negocios más innovadores. Para que esta renovación del modelo de negocio de las empresas comerciales de San Fernando se vaya produciendo, deben aplicarse medidas de apoyo desde la Administración, tanto a ACOSAFE, como a las empresas a título individual: aumentar paulatinamente el Convenio Ayuntamiento-ACOSAFE; facilitar y agilizar trámites para la puesta en marcha de la actividad empresarial; bajada de la presión fiscal a las empresas; reducir o bonificar tasas a negocios; entre otras medidas similares. Todo este apoyo debe servir para facilitar que los establecimientos comerciales de San Fernando cuiden e inviertan en aspectos tan importantes para potenciar el consumo como el escaparatismo, el interiorismo, el rotulismo, la comunicación, la atención al cliente, accesibilidad, climatización, eliminación de barreras arquitectónicas, obras de reforma del local, sistemas de iluminación o climatización eficiente, equipamiento del local, toldos, equipos informáticos básicos y sus periféricos, herramientas de gestión y/o software, desarrollo de páginas web, inversión en marketing digital, aplicaciones móviles, etc., que refuerce y dé sentido a las actuaciones de promoción y comunicación (segmentadas) desarrolladas para atraer la clientela al centro urbano y que puedan acceder a los negocios, necesitando un impulso personal por parte de las empresas hacia su modernización. Aparte de los Convenios o las facilidades a las empresas que se puedan desarrollar por parte del Ayuntamiento, estas actuaciones de mejora pueden apoyarse en otras ayudas, como las existentes en la Junta de Andalucía en aspectos tales como obras de reforma y acondicionamiento de la superficie de exposición y venta del local (incluidos la redacción de los proyectos), adquisición de equipamiento y mobiliario o mejora y acondicionamiento de fachadas, puertas, toldos, escaparates, entre otros (Orden de 7 de mayo de 2020, por la que se aprueban las bases reguladoras, para la concesión de subvenciones destinadas a la modernización y mejora de la competitividad y a promover el relevo generacional de las PYMES comerciales y artesanas de Andalucía). Esta medida se alinea con la Medida 1.3.2. Ayudas para la modernización y dinamización del comercio del VII Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026.	
PRIORIDAD:	ALTA
ENTES IMPLICADOS:	Ayuntamiento, ACOSAFE y empresas a título particular.
AGENTE PRINCIPAL:	Lidera ACOSAFE con la participación activa de las empresas a título particular.
COSTES APROXIMADOS:	Ayuntamiento: 40.000-65.000 €/año¹¹.

¹¹ Estimación de beneficios fiscales ahorrados por el sector.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

	Junta de Andalucía: 15.000-26.500 €/empresa¹².	
FUENTES DE FINANCIACIÓN:	- Fondos europeos. - Ayudas de la Junta dirigidas a pymes comerciales y artesanas en materia de comercio en materia de comercio.	
OBJETIVO GENERAL:	Impulsar la renovación y modernización del comercio urbano de San Fernando mediante el fomento de la inversión en los negocios existentes.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- Fomentar la inversión en la modernización de los establecimientos comerciales existentes. - Facilitar el acceso a información sobre ayudas y subvenciones disponibles para reformas, equipamiento, digitalización, etc. (tanto a nivel local, autonómico como estatal).	
RESULTADOS ESPERADOS:	- Mejora de la imagen y el atractivo de los comercios locales. - Eficiencia operativa de los negocios y la calidad del servicio gracias al equipamiento modernizado. - Aumento de la competitividad.	
CALENDARIO DE EJECUCIÓN:	Corto Plazo (2025-2026)	Medio-Largo Plazo (2027-2028)
DURACIÓN DE LA ACTUACIÓN:	Inicio: Enero de 2026	Fin: Continuado a lo largo del ámbito temporal del Plan Estratégico del CCA.
INDICADORES DE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO	- Número de solicitudes de ayudas y subvenciones realizadas. - Importe total de las inversiones realizadas. - Número de comercios que han implementado mejoras de modernización gracias a las ayudas (escaparatismo, interiorismo, accesibilidad, equipamiento tecnológico, etc.).	

¹² Cuantías máximas subvencionables por parte de la Junta de Andalucía a las empresas. Estimado 5-10 empresas subvencionadas/año.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

5.2.3. Calendario de Ejecución

A continuación, se especifica el cronograma estimado de ejecución del Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando "Isla Comercio", en un ámbito temporal de 2025-2028:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	2024	2025					2026				2027				2028			
			T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	
L1. Mejora de la organización y planificación estratégica del CCA Isla Comercio.	M1. Fortalecimiento y mejora continua de ACOSAFE y el CCA Isla Comercio.	ACT01. Impulso e incremento del Asociacionismo.																		
		ACT02. Mejora en la prestación de servicios al cliente y al asociado.																		
		ACT03. Mantenimiento del Reconocimiento Oficial como CCA de la Junta de Andalucía.																		
		ACT04. Planificación y dirección estratégica.																		
	M2. Trabajo conjunto con la Administración Pública.	ACT05. Participación en la mejora de la operativa del Consejo Económico y Social en materia de comercio.																		
		ACT06. Refuerzo de los Convenios de colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando.																		
		ACT07. Promover medidas de facilitación de la actividad comercial y el emprendimiento por parte del Ayuntamiento de San Fernando.																		

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	2024	2025					2026				2027				2028			
			T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	
L2. Incremento de la visualización del CCA frente a la clientela.	M3. Mejora de la política comercial del CCA Isla Comercio.	ACT08. Modernización de la imagen del CCA (Imagen Corporativa, Web...).																		
		ACT09. Mejora de la comunicación interna o corporativa.																		
		ACT10. Desarrollo de campañas segmentadas y fidelización de clientes.																		
		ACT11. Promoción del consumo turístico en los negocios del CCA.																		
	M4. Aprovechamiento del dato.	ACT12. Impulso a la inteligencia comercial.																		
L3. Revitalización urbanístico-comercial del Centro Urbano de San Fernando.	M5. Impulso colaborativo de revitalización del Centro Urbano.	ACT13. Identificación e impulso de Actuaciones Comerciales de Intervención Preferente.																		
	M6. Favorecimiento de la ocupación de locales vacíos.	ACT14. Impulso de un programa de captación de emprendimiento e inversión.																		
L4. Facilitación de la adaptación de la pyme comercial.	M7. Modernización continua de la pyme comercial.	ACT15. Promover la capacitación y la incorporación de las nuevas tecnologías en las empresas asociadas.																		
		ACT16. Fomentar la inversión y mejora de los negocios de las empresas asociadas.																		

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

5.2.4. Presupuesto Estimado del Plan

A continuación, se especifica el presupuesto estimado que sería necesario para la correcta puesta en marcha del del Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando "Isla Comercio", 2025-2028 que puede oscilar entre 1 y 2,2 millones de euros aproximadamente en estos 4 años (entre 260.000-560.000 €/año), si se llevan a cabo todas las actuaciones planteadas y siempre a expensas de añadir estudios y presupuestos con mayor detalle:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	PRESUPUESTO ESTIMADO
L1. Mejora de la organización y planificación estratégica del CCA Isla Comercio.	M1. Fortalecimiento y mejora continua de ACOSAFE y el CCA Isla Comercio.	ACT01. Impulso e incremento del Asociacionismo.	20.000-24.000 €
		ACT02. Mejora en la prestación de servicios al cliente y al asociado.	Pendiente de estudios de detalle.
		ACT03. Mantenimiento del Reconocimiento Oficial como CCA de la Junta de Andalucía.	El Reconocimiento Oficial no tiene coste en sí mismo.
		ACT04. Planificación y dirección estratégica.	8.000-10.000 €
	M2. Trabajo conjunto con la Administración Pública.	ACT05. Participación en la mejora de la operativa del Consejo Económico y Social en materia de comercio.	Sin costes o muy bajos.
		ACT06. Refuerzo de los Convenios de colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando.	Sin costes o muy bajos.
		ACT07. Promover medidas de facilitación de la actividad comercial y el emprendimiento por parte del Ayuntamiento de San Fernando.	Pendiente de cálculo de costes dependiendo de las mejoras a implementar.
Subtotal Línea Estratégica: 28.000-34.000 €			

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	PRESUPUESTO ESTIMADO
L2. Incremento de la visualización del CCA frente a la clientela.	M3. Mejora de la política comercial del CCA Isla Comercio.	ACT08. Modernización de la imagen del CCA (Imagen Corporativa, Web...).	6.000-8.000 €
		ACT09. Mejora de la comunicación interna o corporativa.	24.000-32.000 €
		ACT10. Desarrollo de campañas segmentadas y fidelización de clientes.	120.000-200.000 €
		ACT11. Promoción del consumo turístico en los negocios del CCA.	24.000-36.000 €
	M4. Aprovechamiento del dato.	ACT12. Impulso a la inteligencia comercial.	45.000-70.000 €
	Subtotal Línea Estratégica: 219.000-346.000 €		
L3. Revitalización urbanístico-comercial del Centro Urbano de San Fernando.	M5. Impulso colaborativo de revitalización del Centro Urbano.	ACT13. Identificación e impulso de Actuaciones Comerciales de Intervención Preferente.	Costes altos. Pendiente de estudios de detalle.
	M6. Favorecimiento de la ocupación de locales vacíos.	ACT14. Impulso de un programa de captación de emprendimiento e inversión.	262.000-459.000 €
	Subtotal Línea Estratégica: 262.000-459.000 €		

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

"Isla Comercio"

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	PRESUPUESTO ESTIMADO
L4. Facilitación de la adaptación de la pyme comercial.	M7. Modernización continua de la pyme comercial.	ACT15. Promover la capacitación y la incorporación de las nuevas tecnologías en las empresas asociadas.	270.000-540.000 €
		ACT16. Fomentar la inversión y mejora de los negocios de las empresas asociadas.	265.000-860.000 €
	Subtotal Línea Estratégica: 535.000-1.400.000 €		
	TOTAL PRESUPUESTO ESTIMADO: 1.044.000-2.239.000 €		

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando "Isla Comercio"

5.2.5. Seguimiento y Evaluación del Plan

A continuación, se expone el Cuadro de Mandos de Indicadores enfocado en todo momento hacia el seguimiento y evolución del Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando "Isla Comercio", 2025-2028. Los objetivos previstos serán evaluados conforme al presupuesto disponible en cada anualidad, prioridades detectadas y espacios de oportunidad. Los indicadores han sido agrupados atendiendo a las diferentes Líneas Estratégicas, Medidas y actuaciones planteadas:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	INDICADORES
L1. Mejora de la organización y planificación estratégica del CCA Isla Comercio.	M1. Fortalecimiento y mejora continua de ACOSAFE y el CCA Isla Comercio.	ACT01. Impulso e incremento del Asociacionismo.	• Evolución del N.º de asociados. • N.º y tipología de servicios ofrecido. • Evolución del presupuesto propio de ACOSAFE.
		ACT02. Mejora en la prestación de servicios al cliente y al asociado.	• N.º de empresas usuarias de los servicios conveniados. • N.º de clientela usuaria de los servicios ofrecidos.
		ACT03. Mantenimiento del Reconocimiento Oficial como CCA de la Junta de Andalucía.	• Mantenimiento del reconocimiento oficial como CCA (sí/no). • Evolución de la puntuación obtenida en el Reconocimiento.
		ACT04. Planificación y dirección estratégica.	• Elaboración del Plan Estratégico del CCA (sí/no). • Indicadores propios de cada actuación. • Grado de ejecución global del Plan Estratégico. • Grado de ejecución parcial de Ejes Estratégicos y Medidas de Actuación.
	M2. Trabajo conjunto con la Administración Pública.	ACT05. Participación en la mejora de la operativa del Consejo Económico y Social en materia de comercio.	• Creación de Comisiones Técnicas (sí/no). • N.º de agentes intervinientes. • N.º de Comisiones Técnicas creadas. • N.º de componentes (del Consejo y de las Comisiones). • N.º de reuniones/año. • N.º de acuerdos alcanzados. • N.º de acciones desarrolladas.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	INDICADORES
L2. Incremento de la visualización del CCA frente a la clientela.		ACT06. Refuerzo de los Convenios de colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando.	- Firma de Convenio de Colaboración (sí/no). - Evolución de la cuantía de los Convenios. - N.º y tipología de acciones desarrolladas. - Impacto generado.
		ACT07. Promover medidas de facilitación de la actividad comercial y el emprendimiento por parte del Ayuntamiento de San Fernando.	- Presupuesto de ayuda directa aportado por el Ayuntamiento. - Alcance monetario de los beneficios fiscales facilitados por el Ayuntamiento. - Creación de ventanilla única (sí/no). - Inversión solicitada y generada.
	M3. Mejora de la política comercial del CCA Isla Comercio.	ACT08. Modernización de la imagen del CCA (Imagen Corporativa, Web...).	- Creación de la marca (sí/no). - Nº de establecimientos con implantación de la marca. - Nº de campañas/año con la implantación de la marca. - Cobertura mediática de la nueva imagen del CCA. - Adaptación del Portal Web (sí/no). - Número de visitas al nuevo portal web/sección CCA en web ACOSAFE.
		ACT09. Mejora de la comunicación interna o corporativa.	- Nivel de interacción de los asociados con los diferentes canales de comunicación implementados (intranet, grupos de mensajería, etc.). - Nivel de satisfacción de los asociados. - Alcance e impacto de la comunicación interna. - Aumento del número de asociados.
		ACT10. Desarrollo de campañas segmentadas y fidelización de clientes.	- Nº y tipología de actuaciones ejecutadas. - Nº de las personas usuarias por actuación. - Retorno de inversión y conversión por actuación.

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	MEDIDAS	ACTUACIONES	INDICADORES
		ACT11. Promoción del consumo turístico en los negocios del CCA.	- Nº de productos turístico-comerciales creados. - Número de eventos o actividades conjuntas entre comercios y entidades turísticas. - Nº de empresas participantes. - Impacto generado por los productos turístico-comerciales.
	M4. Aprovechamiento del dato.	ACT12. Impulso a la inteligencia comercial.	- Implementación del sistema de integración (sí/no). - Retorno de la inversión de las campañas. - Número de usuarios de las herramientas. - Nivel de satisfacción del cliente.
L3. Revitalización urbanístico-comercial del Centro Urbano de San Fernando.	M5. Impulso colaborativo de revitalización del Centro Urbano.	ACT13. Identificación e impulso de Actuaciones Comerciales de Intervención Preferente.	- Nº y tipología de actuaciones de mejora identificadas. - Desarrollo de las distintas actuaciones (sí/no).
	M6. Favorecimiento de la ocupación de locales vacíos.	ACT14. Impulso de un programa de captación de emprendimiento e inversión.	- Creación del Programa de Captación de Emprendedores e Inversores (sí/no). - Nº de locales inactivos en el centro urbano. - Nº y tipología de nuevos negocios implantados. - Nº y tipología de actividades relevadas. - Nº y género de empleo generado.
L4. Facilitación de la adaptación de la pyme comercial.	M7. Modernización continua de la pyme comercial.	ACT15. Promover la capacitación y la incorporación de las nuevas tecnologías en las empresas asociadas.	- Nº y tipología de programas formativos realizados. - Nº de empresas/personas participantes.
		ACT16. Fomentar la inversión y mejora de los negocios de las empresas asociadas.	- Número de solicitudes de ayudas y subvenciones realizadas. - Importe total de las inversiones realizadas. - Número de comercios que han implementado mejoras de modernización gracias a las ayudas (escaparatismo, interiorismo, accesibilidad, equipamiento tecnológico, etc.).

Plan Estratégico del Centro Comercial Abierto de San Fernando

“Isla Comercio”

Este trabajo ha sido financiado por la Junta de Andalucía a través de la Orden de 6 de agosto de 2021, modificada por la Orden de 23 de diciembre de 2022, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva dirigidas a Ayuntamientos y destinadas a impulsar la mejora, modernización y promoción del comercio y la artesanía en Andalucía, mediante Resolución de 22 de octubre de 2024, de la Delegación Territorial de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la provincia de Cádiz.



Junta de Andalucía
Consejería de Empleo, Empresa
y Trabajo Autónomo