

LLOSETA

un comerç per descobrir!

PROPOSTA D'ACCIONS

Juny 2016

icomercç



**Govern
de les Illes Balears**
Conselleria de Treball, Comerç i Indústria



idi Institut d'Innovació
Empresarial
de les Illes Balears

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ AL PROGRAMA

2. FASE D'INFORMACIÓ

2.1. SITUACIÓ

Zona d'actuació
Recull fotogràfic
Influències a considerar

2.2. JORNADA D'ANÀLISI ESTRATÈGICA

Dafo
Mapa mental
Estratègia sector comercial

2.3. INFORMACIÓ TÈCNICA

Qüestionaris als comerciants
Dades d'interès per al sector comercial de Lloseta

3. NECESSITATS DETECTADES I RECOMANACIONS

3.1 PRINCIPALS LÍNIES D'ACTUACIÓ

4. PROPOSTA D'ACCIONS

4.1 PROPOSTES DE FORMACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ / ASSESSORAMENT

4.2 ACTUACIONS ESPECÍFIQUES PER A LA MILLORA

1. INTRODUCCIÓ

1. INTRODUCCIÓ AL PROGRAMA

ICOMERÇ és un programa adreçat a tots els municipis de les Illes Balears amb la missió de fomentar actuacions que permetin **impulsar, dinamitzar i millorar la competitivitat** dels comerços.

Apostam per fomentar **un model comercial de proximitat, professional, amb diversitat d'oferta, plural, dinàmic, innovador i responsable**. Aquest programa és l'inici per ajudar a definir les polítiques i accions que s'han de dur a terme des de les diferents administracions, organismes i agents del món del comerç per tal d'afavorir el model comercial.

El Pla de millora comercial és un instrument en constant evolució i revisió, actualitzant-se segons les necessitats de cada moment. L'horitzó temporal d'aplicació dels plans és de varis d'anys, ja que moltes propostes tenen vocació de continuïtat en el temps.

OBJECTIUS:

Configurar un espai de relació i cooperació entre els agents involucrats en el desenvolupament comercial del municipi: ajuntament, associació local de comerç, agents socials i econòmics, consumidors, etc.

Identificar les debilitats, fortaleeses, amenaces i oportunitats que presenta l'activitat comercial del municipi. És bàsic conèixer les necessitats del comerç per ajudar-lo a ser més competitiu.

Fomentar la cooperació entre comerciants.

Impulsar la millora de comerços i mercats a través de la formació i l'assessorament.

Dinamitzar l'activitat comercial.

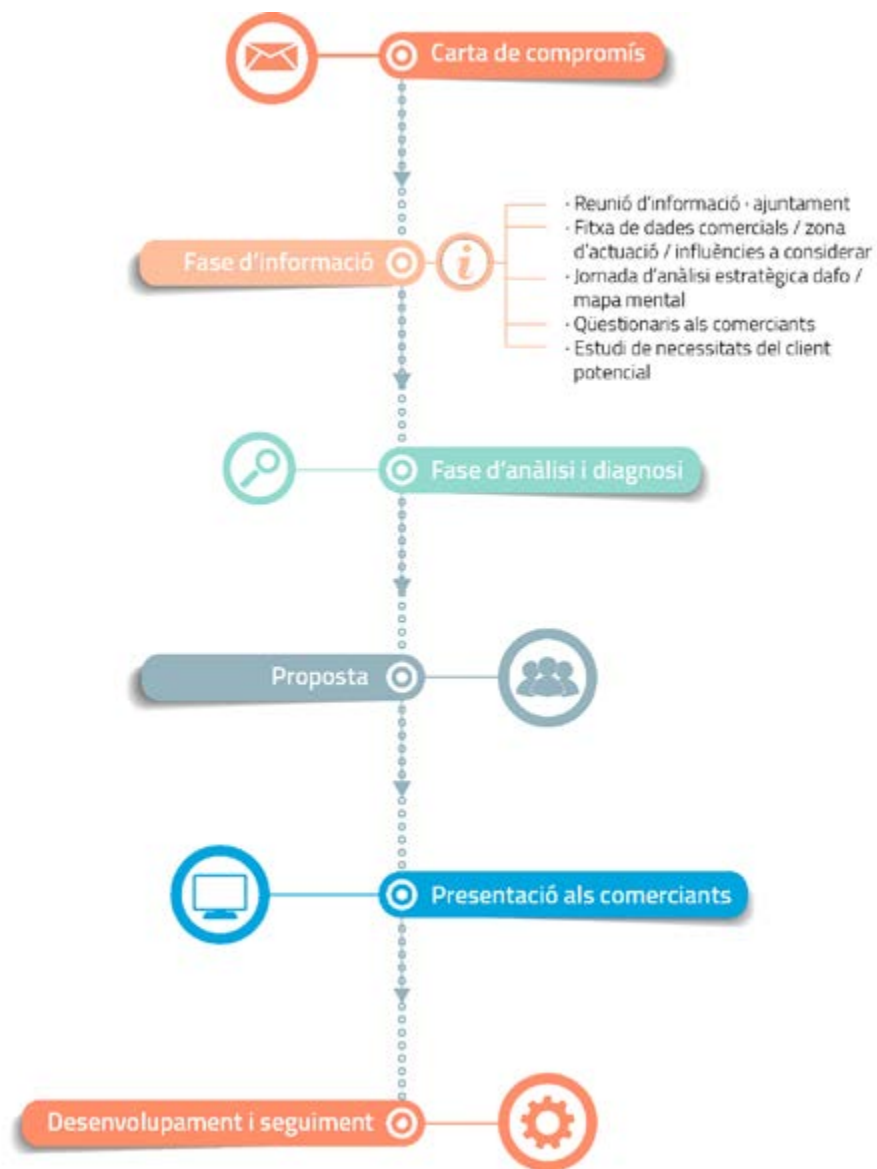
FASES DEL PROGRAMA

El programa es realitza amb una **metodologia** que consta de diferents fases i que implica uns compromisos de participació per part de l'ajuntament i els comerciants.

La primera fase és la fase d'informació que consta de:

- Visites a la zona comercial del municipi
- Reunions amb l'equip de govern
- Jornada d'anàlisi (DAFO+mapa mental) amb els comerciants
- Qüestionaris als comerciants
- Estudi dels hàbits de consum dels residents del municipi (opcional)

La segona fase és la de preparació i presentació de propostes d'actuació, i la darrera fase és la de desenvolupament i execució de les propostes.



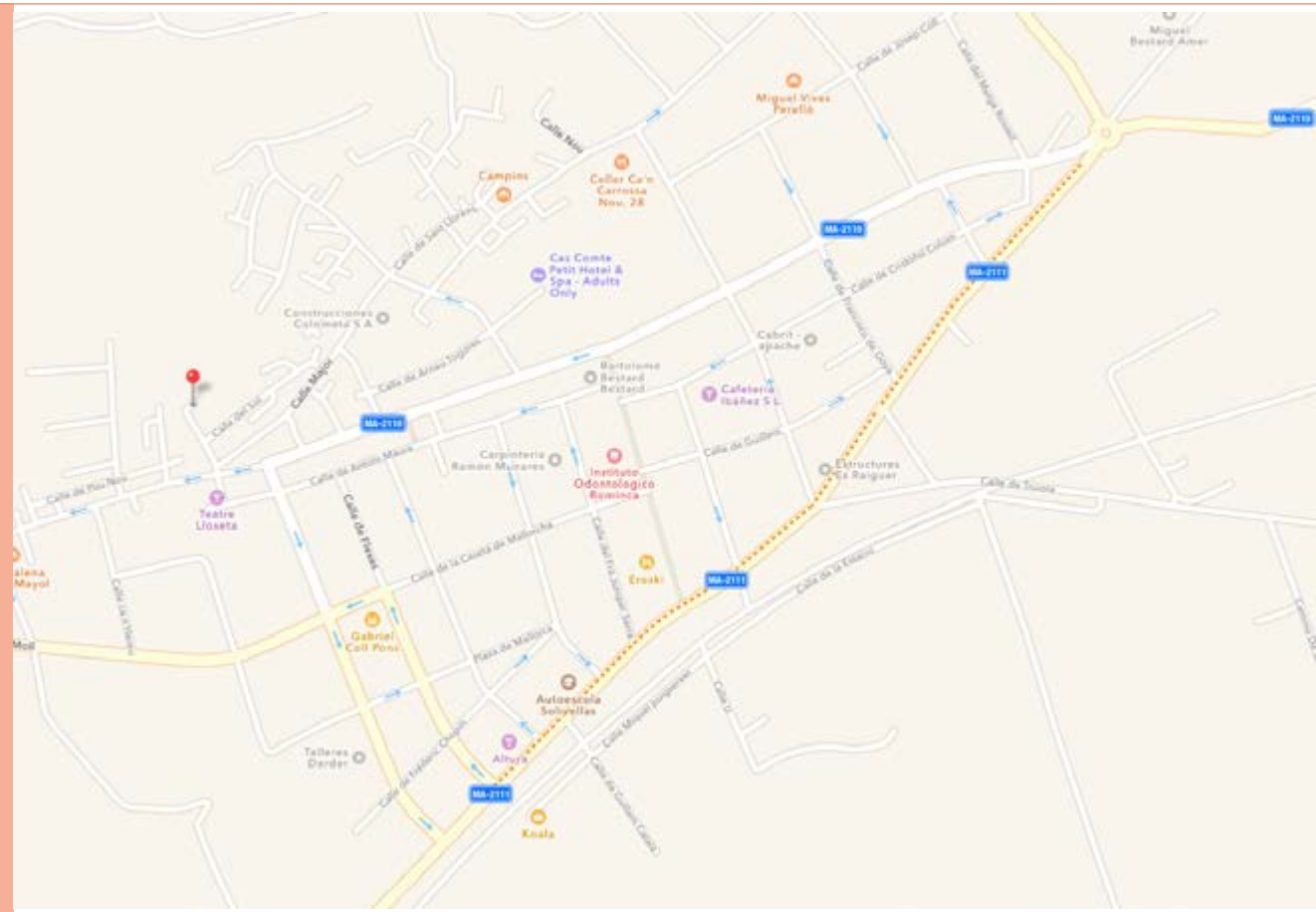
2.FASE D'INFORMACIÓ

2.1 SITUACIÓ // ZONA D'ACTUACIÓ: LLOSETA

El teixit comercial del municipi està dispers, podem trobar comerços en diferents punts, però si haguéssim de destacar la zona o les zones a on estan situats més comerços seria:

- **C. de Guillem Santadreu**, un carrer llarg i transitat per cotxes a on hi podem trobar dues botigues, una ferreteria, bars, dues tendes de roba, un restaurant, una llibreria entre d'altres.

- **C. de Mestre Antoni Vidal**, que a diferència del primer és exclusiu per a vianants, on podem trobar l'estanc, l'Eroski, Schlercker, un fotògraf i més.



2.1 SITUACIÓ // RECULL FOTOGRÀFIC



El teixit comercial es troba dispers per tot el nucli urbà.
Els carrers Guillem Santandreu i Mestre Antoni Vidal, concentren una gran part del comerços.

2.1 SITUACIÓ // RECULL FOTOGRÀFIC



La tipologia dels comerços de Lloseta és variada i cobreix quasi tots els sectors de l'activitat comercial. El perfil del comerciant és tradicional, amb un model basat en la proximitat.

2.1 SITUACIÓ // RECULL FOTOGRÀFIC



El comerç té cada vegada més importància en la imatge que projecta un poble.

2.1 SITUACIÓ // RECULL FOTOGRÀFIC



Lloseta es troba situada al peu de la Serra de Tramuntana.

2.1 SITUACIÓ // RECULL FOTOGRÀFIC



La imatge del municipi és positiva, amb carrers i edificis en general ben cuidats.

2.1 SITUACIÓ // RECULL FOTOGRÀFIC



Lloseta es distingeix per comptar a la part alta del poble amb una sèrie de carrerons amb molt d'encant.

2.1 SITUACIÓ // RECULL FOTOGRÀFIC



A nivell de patrimoni religiós, destaca la Església parroquial dedicada a la Mare de Déu de Lloseta, patrona del municipi, i una de les dues festes locals que es celebra dia 8 de setembre.

2.1 SITUACIÓ // RECULL FOTOGRÀFIC



Oratori del Cocó, on es celebra la tradicional romeria el primer dimecres després de Pasqua. Moli de Can Seda, recentment restaurat.

2.1 SITUACIÓ // RECULL FOTOGRÀFIC



El Palau d'Aiamans, ubicat al centre del poble, és un bon exemple de la seva arquitectura civil.

2.1 SITUACIÓ // INFLUÈNCIES A CONSIDERAR



La nova imatge de marca "Lloseta", on s'ha intentat plasmar alguns dels trets més característics del municipi.

2.1 SITUACIÓ // RECULL FOTOGRÀFIC



Des de Lloseta es pot iniciar l'itinerari cap als Tossals Verds, finca pública que compta amb indrets de gran valor natural.

2.1 SITUACIÓ // INFLUÈNCIES A CONSIDERAR



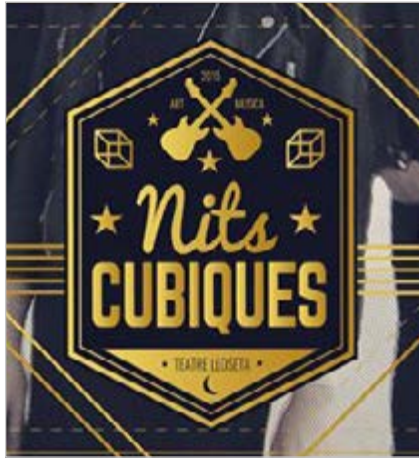
El teatre de Lloseta compta amb un extens programa d'actuacions, com a representacions teatrals, concerts, conferències...

2.1 SITUACIÓ // INFLUÈNCIES A CONSIDERAR



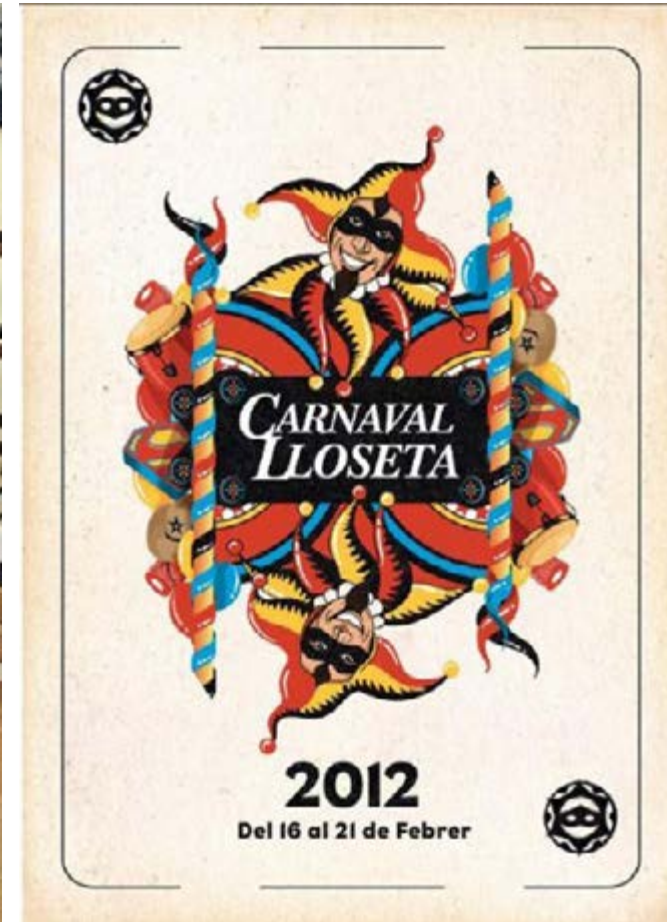
Sa Mina, antic pou de carbó de Sa Truiola, convertida actualment en centre cívic i social.

2.1 SITUACIÓ // INFLUÈNCIES A CONSIDERAR



Les “Nits cúbiques” (en referència a la forma de l’edifici del teatre) es realitzen l’últim dissabte de cada mes. Una nit de l’art on es realitzen exposicions, actuacions musicals...

2.1 SITUACIÓ // INFLUÈNCIES A CONSIDERAR



La Fira de la Sabata, on es mostren els oficis relacionats amb aquest sector industrial tan arrelat a Lloseta. També el carnaval d'hivern compta amb un programa ple d'activitats i molta participació ciutadana.

2.1 SITUACIÓ // INFLUÈNCIES A CONSIDERAR



Lloseta és coneguda actualment pels amants de la gastronomia: Joan Abrines de Can Carrossa, Santi Taura i Tomeu Llassio són els exponents de la cuina d'autor a Lloseta.

2.1 SITUACIÓ // INFLUÈNCIES A CONSIDERAR



Forn Nou, Can Pistola, Can Campins i Forn de Baix.
El cardinal o cardenal és un pastís característic de Lloseta, amb fama amb tota l'illa com a postres.

2.1 SITUACIÓ // INFLUÈNCIES A CONSIDERAR



Lloseta conserva empreses dedicades a l'artesania tradicional com les teles de llengües, el fang, marmolaries... a més de varies empreses de calçat, que actuen com a empreses tractores de visitants al municipi.

2.1 SITUACIÓ // INFLUÈNCIES A CONSIDERAR



La fabrica de ciment Cemex, ubicada a l'accés del poble, on hi treballen una bona part de llosetins.

2.2 JORNADA D'ANÀLISI ESTRATÈGICA // DAFO

Reunió mantinguda el 10 de febrer de 2016 a l'Ajuntament de Lloseta, amb l'assistència de 21 persones del sector del comerç i la restauració del municipi, a més de l'equip de govern.

FORTALESES INTERNES

- Oferta comercial àmplia i estable
- Patrimoni històric (donar a conèixer)
- Tren - possibilitat d'atraure visitants per comprar
- Possibilitat de rutes (per la Serra)
- Producte local ampli (pa, dolços, sabates, teixits)
- Fer marca amb "s'è"
- Palau d'Aiamans
- Poble de la Serra de Tramuntana (rutes, senyals)
- Marques comercials conegudes (Bestard,...)
- Habitatges vacacionals (donar a conèixer el poble)
- Nivell d'atenció i assessorament al públic (propera)
- Teatre (instal·lacions amb possibilitats)

OPORTUNITATS EXTERNES

- Bones comunicacions
- Aprofitar el turisme (reclams)
- Possible accés directe des de l'autopista
- Atraure a gent de fora de Lloseta
- Romeria des Cocó, atreure al centre del poble als visitants
- Aprofitar empenya dels joves, molts d'emprenedors que aposten per Lloseta
- Potenciar la visita al poble (turisme)
- Espai marca Lloseta a la Romeria del Cocó
- Marca de Poble

DEBILITATS INTERNES

- Bones comunicacions, la gent ho té bé per partir a fora a comprar
- Horaris comercials limitats
- Manca de marca "de poble"
- Poca compra de la gent del poble
- Cultura de cotxe per anar a comprar
- Aparcament complicat a prop dels comerços
- Bar: sense possibilitat de terrassa
- A diversos carrers caos circulatori (direccions)
- Sa gent no fa poble (cultura de viure el poble, l'estructura de plaça i ajuntament no és l'habitual d'altres municipis)
- Informació - sensibilització de la població envers el comerç
- Dificultat per competir en preu
- Senyalística deficient de carreteres per arribar Lloseta (no es troba fàcilment)
- Que el carrer per a vianants (Mestre Antoni Vidal) sigui per a vianants
- Informació oferta comercial (clients potencials poble i fora)
- No s'aprofita el turisme
- Actitud millorable d'atenció als clients (actitud negativa)
- Millora a nivell de disseny interior
- Formació idiomes
- Formació venda en línia (no creuen en e-comerç)
- Mercat del poble millorable
- Impostos molt alts (els segons de Mallorca)
- Mala senyalística a nivell comerços (interior del municipi)
- La població ja no fa feina al municipi, hi ha manco compres dins el municipi

AMENACES EXTERNES

- Grans superfícies
- Proximitat a Inca
- Poder adquisitiu baix
- Noves tecnologies - venda en línia
- La manca de recursos i ajudes per als comerços
- Accés a Lloseta complicat (sense senyalística)
- Imatge de CEMEX (pot minvar la inversió estrangera)

2.2 JORNADA D'ANÀLISI ESTRATÈGICA // DAFO

ESTRATÈGIES (FO)

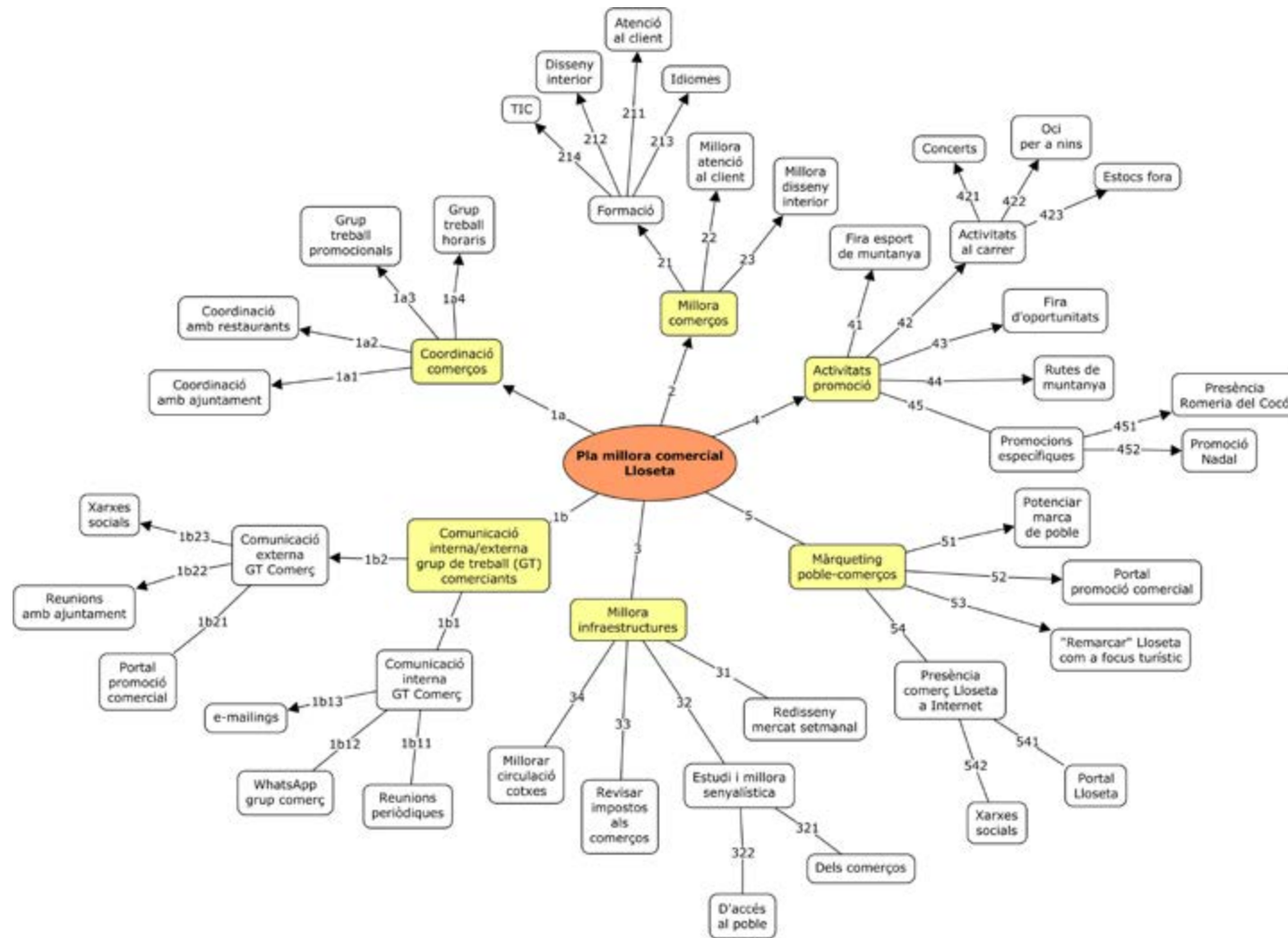
- Fer fires noves atractives (oportunitats, ...)
- Coordinació entre els comerços (grup de treball)
- GT cercar un activitat cultural/esportiva
- Fira d'esport de muntanya amb activitats
- Estratègies d'atracció al poble visitants a la Romeria del Cocó
- Campanyes comercials unificades (tots els comerços)
- Promocions conjuntes

ESTRATÈGIES (DO)

- Estudiar millora dels horaris
- Pla de màrqueting del poble (comunicació i marca)
- Pla sensibilització Lloseta a peu
- Estudiar millora circulació
- Informació sobre l'oferta dels comerços
- Comerços de Lloseta a xarxes socials
- Activitats de dinamització al carrer
- Estudi i disseny senyalística poble (accessibilitat)
- Estudi disseny senyalística comerços
- Foment turisme Lloseta promoció
- Formació atenció, idiomes, TIC, disseny interior, aparadorisme
- Redissenyar i millorar el mercat setmanal
- Estudi impostos municipals



2.2 JORNADA D'ANÀLISI ESTRATÈGICA // MAPA MENTAL



2.2 JORNADA D'ANÀLISI ESTRATÈGICA // ESTRATÈGIA DEL SECTOR COMERCIAL

1a- COORDINACIÓ COMERÇOS

- 1a.1 Coordinació amb ajuntament
- 1a.2 Coordinació amb restaurants
- 1a.3 Grup treball promocionals
- 1a.4 Grup treball horaris

1b- COMUNICACIÓ INTERNA/EXTERNA GRUP TREBALL COMERCIANTS

- 1b.1 Comunicació interna grup treball comerç
 - 1b1.1 Reunions periòdiques
 - 1b1.2 WhatsApp grup comerç
 - 1b1.3 e-mailings
- 1b.2 Comunicació externa grup treball comerç
 - 1b2.1 Portal promoció comercial
 - 1b2.2 Reunions amb Ajuntament
 - 1b2.3 Xarxes socials

2- MILLORA COMERÇOS

- 2.1 Formació
 - 21.1 Atenció al client
 - 21.2 Disseny interior
 - 21.3 Idiomes
 - 21.4 TIC
- 2.2 Millora atenció al client
- 2.3 Millora disseny interior

3- MILLORA INFRAESTRUCTURES

- 3.1 Redisseny mercat setmanal
- 3.2 Estudi i millora senyalística
 - 32.1 Dels comerços
 - 32.2 D'accés al poble
- 3.3 Revisar impostos als comerços
- 3.4 Millorar circulació cotxes

4- ACTIVITATS PROMOCIÓ

- 4.1 Fira esport de muntanya
- 4.2 Activitats al carrer
 - 42.1 Concerts
 - 42.2 Oci per a nins
 - 42.3 Estocs fora
- 4.3 Fira d'oportunitats
- 4.4 Rutes de muntanya
- 4.5 Promocions específiques
 - 45.1 Presència Romeria del Cocó
 - 45.2 Promoció Nadal

5- MÀRQUETING POBLE-COMERÇOS

- 5.1 Potenciar marca de poble
- 5.2 Portal promoció comercial
- 5.3 "Remarcar" Lloseta com a focus turístic
- 5.4 Presència comerç Lloseta a Internet
 - 54.1 Portal Lloseta
 - 54.2 Xarxes socials

2.3 INFORMACIÓ TÈCNICA // QÜESTIONARIS ALS COMERCIANTS

Data: febrer 2016

Per tal de conèixer la situació actual, s'ha realitzat una enquesta als establiments comercials que assistiren a la jornada estratègica de Lloseta.

El conjunt de dades, analitza els diferents aspectes del sector comercial enquestat: estructura comercial i tipologia de comerços, l'entorn, antiguitat, ubicació, nombre de treballadors, horaris, evolució del sector comercial, necessitats de formació, entre d'altres.

A continuació s'exposa un resum dels resultats obtinguts realitzat a 20 establiments comercials del municipi. Aquesta mostra és molt representativa ja que suposa el 46% dels comerços del poble. (La informació detallada s'ha realitzat a un informe adjunt).

- El 80% dels establiments tenen una antiguitat de més de 20 anys.
- La meitat estan familiaritzats amb els xarxes socials i disposen de web, tot i que no permet la venda en línia.
- L'opinió generalitzada dels comerciants respecte el seu entorn és positiva, estan contents amb l'entorn del comerç, encara que troben que fan falta aparcaments perquè els seus clients arribin al local.
- Només un 50% creu que la marxa del seu negoci és satisfactòria i creuen que la situació és mantindrà els propers anys.
- Hi ha molts interessats en realitzar formació específica de comerç i les jornades que generen major interès són les de màrqueting al comerç i noves tecnologies.

Està content amb la imatge de la zona comercial



Estan presents a les xarxes socials:



2.3 INFORMACIÓ TÈCNICA // DADES D'INTERÈS PER AL SECTOR COMERCIAL DE LLOSETA

Lloseta té una població de 5.680 habitants. La població ha disminuït en els darrers anys, sobre tot la de nousvinguts.

El teixit comercial de Lloseta es troba dispers per tot el nucli urbà. Podem destacar dues zones on està situat la majoria del petit i mitjà comerç, els carrers Guillem Santandreu i Mestre Antoni Vidal, aquest darrer **exclusiu per a vianants**.

La imatge general que dona Lloseta és positiva, es veu un poble ben cuidat, els carrers més centrals compten amb bones voravies, on s'ha tingut cura en l'elecció del material i l'arbrat. Hi ha bastants edificis de vivendes noves i restaurades. Cal destacar que la ubicació elevada de la plaça respecte al carrer no facilita la relació entre els habitants ("fer poble").

El **perfil del comerciant és tradicional**, amb una majoria de comerços de més de 20 anys d'antiguitat.

Des de l'equip de govern indiquen que la **manca d'una associació de comerciants**, per realitzar campanyes de dinamització comercial conjunta i la proximitat amb Inca suposa una amenaça per al petit comerç local.

A primers d'any el consistori ha presentat la **imatge promocional per al municipi**, que comptarà amb una web www.lloseta.com amb el lema **"un lloc per descobrir"**. S'ha creat una secció on es podrà trobar l'oferta comercial del municipi, que s'anirà actualitzant. La idea és que la web sigui una plataforma on el comerç informi de les seves notícies i ofertes.

Actualment l'Ajuntament no compta amb un directori específic de comerç del municipi (ho consulten a través de l'impost del fons).

Al municipi no hi ha problemes greus d'aparcament, però l'opinió general és que no es pot arribar en cotxe fins al comerç. Disposen de **varis aparcaments en superfície gratuïts**.

El **mercat setmanal es celebra els dissabtes** a la plaça d'Espanya. Es tracta d'un mercat petit i amb poca afluència.

Actualment al municipi trobam **dues franquícies**, una de la cadena de supermercats Erosky i l'altra de la cadena de drogueria i perfumeria alemanya Schlercker. **No hi ha grans superfícies**.

Cal destacar la **gastronomia del municipi** que compta amb cuiners de la talla de Santi Taura, Tomeu Llassio i Joan Abrines de Can Carrossa. També **ressaltar la importància dels forns**, amb productes de gran qualitat i molts coneguts, entre ells "el cardinal" del forn de Baix.

En el **sector artesà** destacar Teixits Riera, Sa Teulera (fang tradicional). També compten amb varies marmolaries importants (Moyà, Amengual....).

La **indústria del calçat** va ser un sector molt representatiu al municipi, quedant actualment només tres empreses, però ben posicionades: Bestard, Cabrit / Apache.

Disposa d'un calendari de festes i esdeveniments locals significatius. Lloseta té dues festes locals remarcables: la Mare de Déu de Lloseta dia 8 de setembre, i la celebració de la romeria del Cocó, el primer dimecres després de Pasqua. També al llarg de l'any, hi ha varis esdeveniments que cada vegada agafen més força. Per una banda es celebra el carnaval d'hivern amb un programa ple d'activitats i amb molta participació ciutadana i el carnaval d'estiu al mes de juliol. Destacar també el mercadet que s'organitza durant les festes de Nadal.

Des de l'any 1999, a primers de juny es celebra la **Fira de la Sabata**, on es mostra la tradició i cultura que aquest sector industrial ha representat per al poble.

A tot això li hem de sumar les "**nits cúbiques**", el darrer dissabte de cada mes. Una nit de l'art mensual i alternativa a on es realitzen exposicions, actuacions musicals, representacions...

S'organitzen **poques activitats de dinamització** de carrer en les que col·laborin els comerços.

És de destacar la "*ruta de tapes gastronòmica*" on participen els bars i restaurants del municipi, coincidint amb les nits cúbiques cada darrer dissabte de mes. A més a es fa el "*Concurs del dibuix de reis mags*", campanya que vol potenciar al petit comerç i fomentar la compra en el establiments del municipi.

Actualment no comptem amb una **senyalització comercial específica**. A través de la nova marca comercial de Lloseta, hi ha prevista una actuació per a la senyalització del comerç local (emmarcada dins un conjunt d'accions per a fomentar i promocionar el comerç). Així mateix està previst el muntatge d'un panell informatiu tàtil.

Entre el seu **patrimoni arquitectònic** (civil i religiós) trobam l'Església Parroquial, l'Oratori del Cocó que data del segle XVII, també destacar el molí de Can Seda, recentment restaurat. Finalment hi ha el Palau d'Aimans, de titularitat privada, actualment prou deteriorat.

La situació del municipi de Lloseta, als peus de la Serra de Tramuntana, fa que compti amb **indrets de gran valor natural** com els Tossals Verds, ubicat dins la ruta de la pedra en sec que recorre la serra, on també hi podem trobar el Refugi.

A nivell cultural destacar que des de l'any 2002 aquest municipi compta amb un **teatre**, un edifici de formes cúbiques, arquitectura que el caracteritza, amb un extens programa d'actuacions al llarg de l'any. Així mateix disposa d'una escola de dansa i teatre i una productora d'obres teatrals. **Sa Mina**, l'antiga explotació minera de *Sa Truiola*, convertida actualment en centre cívic i social, amb un petit parc infantil.

A nivell esportiu, com a peculiaritat, cal dir que Lloseta compta amb instal·lacions esportives i amb una piscina coberta, on s'organitzen un gran ventall d'activitats durant tot l'any.

Un tret que distingeix Lloseta és la ubicació de la **fàbrica CEMEX** en el seu terme municipal. És, a part de Palma, l'únic municipi de Mallorca que compta amb un **polígon de risc mediambiental** degut a la ubicació de la fàbrica de ciment. Aquesta instal·lació provoca un greu perjudici a les terres que l'envolten, per la qual cosa l'empresa compensa el poble de diverses maneres.

3. NECESSITATS DETECTADES I RECOMANACIONS

3. NECESSITATS DETECTADES I RECOMANACIONS

- **Identificar i promocionar el municipi a través de la nova imatge de marca de Lloseta**, per dinamitzar el municipi i alhora l'activitat comercial. Presentació de la marca als residents, comerços, indústries i restauració entre d'altres, i sol·licitar la col·laboració ciutadana per tal de donar-la a conèixer i que formi part del seu dia a dia.
- **Fomentar la cooperació entre els comerços** i altres sectors d'interès (restauració, artesanía, socioculturals...) del municipi de Lloseta. Creació d'un grup de treball per iniciar la relació entre els sectors, per tal de desenvolupar propostes conjuntes, que ajudin a millorar i a dinamitzar el poble d'una manera estable i consolidada.
- **Professionalitzar al comerç mitjançant la formació** en diferents temàtiques d'interès, com ara la imatge comercial (aparadorisme, marxandatge i disseny interiors), el màrqueting, imatge gràfica i noves tecnologies, entre d'altres. Es poden combinar càpsules amb mòduls formatius més extensos per tractar alguns temes de manera més profunda.
- **Millorar la imatge exterior i interior dels establiments del municipi**. Per iniciar aquesta proposta es podrien publicar un conjunt de **guies de bones pràctiques** per sensibilitzar sobre **marxandatge visual** al comerç, **imatge gràfica i retolació**, que expliqui de manera entenedora els beneficis de l'aplicació d'aquestes tècniques com a activitat que estimula la compra en el punt de venda.
- Per complementar la formació i l'edició d'aquestes guies, el consistori podria treure varies **línies de subvencions** destinades al petit comerç de Lloseta, per propiciar el canvi i que ajudin a millorar en les següents temàtiques:
 - **Marxandatge visual i aparadorisme**, la subvenció es dedicaria a la renovació de la imatge interior del comerç, en temes de marxandatge visual i aparadorisme. Es busca que el comerciant integri el marxandatge com una eina estratègica en la seva gestió diària, i crear així un ambient de compra més agradable per millorar l'experiència i fidelitat del seu client.
 - **Imatge gràfica i retolació exterior**, la subvenció es dedicaria a la renovació de la imatge exterior del comerç, sobretot pel que fa als rètols i a l'aplicació de la normativa existent al municipi. La imatge exterior dels establiments comercials ha d'estar d'acord amb l'entorn i respectar l'arquitectura on s'emmarquen, el que es reflectirà en la imatge que projecta el carrer. Així mateix, millorar la comunicació del comerç a través de la imatge corporativa de l'empresa.

Aquestes ajudes inclourien un percentatge dels honoraris del professional especialista i les despeses derivades dels canvis estructurals del projecte plantejat.

- **Implantar la senyalística comercial del municipi** focalitzant els punts clau, pàrquings i en general els accessos a les zones comercials i punts d'interès patrimonial mitjançant la implantació d'elements de senyalística on s'identifiquin als plànols els comerços, forns, bars i restaurants del municipi, així com el patrimoni arquitectònic. Actualment el consistori està treballant en la col·locació d'un panell tàctil amb la informació d'interès del municipi.
- Realització d'una **campanya de sensibilització per al consumidor**, amb l'objectiu de potenciar el comerç local i donar a conèixer als habitants de Lloseta la repercussió que representa la seva despesa en el petit comerç i quin efecte té dins l'economia del municipi. Així mateix aprofitar la campanya per **conscienciar als residents d'anar caminant o fer ús dels pàrkings** per realitzar les compres al municipi.
- **Millorar la imatge del mercat setmanal del dissabtes de Lloseta** per tal de revaloritzar-lo i donar-li un valor afegit al municipi. Com avantatge tenim que el mercat es fa el dissabte, el que pot ajudar molt en relació a l'afluència de visitants. El mercat és una activitat d'interès turístic, millorar el seu aspecte contribuiria a millorar la imatge general de tot el municipi i podria atreure a turistes, sector poc explotat al poble.
- Realització d'un calendari d'**activitats de dinamització** sobre diferents temàtiques con ara culturals, gastronòmiques, esportives... per tal d'involucrar tot el poble i que hi hagi més animació als carrers del municipi. Intentar aprofitar els punts forts amb els quals compta Lloseta per atraure més visitants, com són els **restauradors de reconegut prestigi** i els productes de **forns i pastisseries**, el que possibilitarà donar a conèixer l'oferta comercial del municipi i augmentar el nombre de possibles clients.
- Plantejar la **col·laboració amb el Col·legi d'Arquitectes** per al desenvolupament d'un **projecte o concurs d'idees** relacionades amb la millora d'infraestructures i urbanisme comercial, a qualche punt del nucli urbà que consideri l'Ajuntament.
- **Potenciar el patrimoni arquitectònic, cultural i natural del municipi** per atraure i incentivar les visites i que se'n beneficiï el comerç. Uns exemples podrien ser:
 - Realització d'una acció d'embelliment vegetal als carrerons i als carrers comercials de Lloseta.
 - Plantejar la sortida d'una ruta cap a la Serra de Tramuntana (Tossals Verds) des del centre del poble, en la mesura que sigui possible.
 - Triar un esdeveniment significatiu a la primavera - estiu, com per exemple el carnaval, i recolzar-lo amb altres activitats relacionades amb el municipi per dotar-lo de més contingut.
 - Fer una fira d'esport de muntanya, aprofitant que compta amb una de les marques més representatives d'aquets sector i que Lloseta està ubicada als peus de la Serra.
 - Realitzar una intervenció artística a la carretera d'accés a Lloseta o a un lloc concret del poble.

3.1 PRINCIPALS LÍNIES D'ACTUACIÓ

→ 1. FORMACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL COMERÇ

- a. Cursos de formació en marxandatge, il·luminació, aparadorisme, màrqueting, noves tecnologies i xarxes socials, tendències de consum, etc.
- b. Tallers
- c. Edició de guies de gestió i bones pràctiques
- d. Jornades de sensibilització

→ 2. FOMENT DE LA COOPERACIÓ COMERCIAL

- a. Foment de l'associacionisme a través de grups de treball
- b. Elaboració de campanyes conjuntes de fidelització de clients
- c. Captació del públic visitant (turista)
- d. Jornades formatives i de sensibilització
- e. Campanyes de conscienciació

→ 3. IMATGE COMPETITIVA DELS COMERÇOS

- a. Disseny d'interiors
- b. Disseny exterior
- c. Disseny d'aparadors
- d. Imatge corporativa/retolació
- e. Disseny web

→ 4. IMATGE COMERCIAL DEL MUNICIPI

- a. Marca col·lectiva del municipi o zona
- b. Embelliment i millora de carrers comercials
- c. Projectes específics per a municipis i zones comercials
- d. Activitats de dinamització comercial
- e. Propostes revitalització locals buits

→ 5. IMPLANTACIÓ DE LES NOVES TECNOLOGIES EN EL COMERÇ

- a. Plataforma digital de comerç
- b. Foment del comerç electrònic a través de la creació de tendes en línia
- c. Implantació d'Apps de comerç

3.1 PRINCIPALS LÍNIES D'ACTUACIÓ

→ 6. GESTIÓ DEL COMERÇ

- a. **Definició d'estratègia, model de negoci i proposta de valor**
- b. Canals de distribució
- c. **Gestió de les xarxes socials de l'empresa**
- d. Foment de la qualitat
- e. **Accions de màrqueting en el punt de venda: marxandatge visual, animació, etc**
- f. **Màrqueting digital**
- g. Perfil del producte
- h. Finançament
- i. Bones pràctiques mediambientals

→ 7. MERCATS MUNICIPALS

- a. Plans estratègics
- b. Disseny de l'interior i exterior del mercat
- c. Disseny de marca
- d. Implantació de les noves tecnologies
- e. **Reubicació i modernització de mercats ambulants**
- f. Estratègia comercial interna i perfil del producte

→ 8. PROPOSTES DE MILLORA D'INFRASTRUCTURES, URBANISME COMERCIAL I GOVERNANÇA

- a. Neteja i manteniment de carrers
- b. Mobiliari urbà i il·luminació de les zones comercials
- c. Aplicació de normatives municipals: ocupació via pública, mercats ambulants, etc.
- d. **Senyalística**
- e. Accessibilitat
- f. Patrimoni històric i cultural
- g. **Zones per a vianants**

→ 9. NORMATIVA COMERCIAL

- a. Aplicació de la normativa comercial (Llei 11/2014, de 15 d'octubre, de comerç de les Illes Balears)

4. PROPOSTA D'ACCIONS

4.1 PROPOSTES DE FORMACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ

L'objectiu d'aquesta proposta és que els comerciants de Lloseta puguin millorar el seu nivell de capacitat professional i adequar-lo a les necessitats de la demanda actual.

Es proposen els següents cursos d'especialització a partir de l'anàlisi del sector i dels resultats de les enquestes que reflecteixen les necessitats dels comerciants.

- **SENSIBILITZACIÓ I NOVES TENDÈNCIES PER AL COMERÇ**
- **MÀRQUETING AL COMERÇ, CURS DE GESTIÓ INTERNA DEL NEGOCI**
- **COMUNICA, FIDELITZA I CAPTA NOUS CLIENTS**
- **MOSTRA'T, TÈCNiques BÀSIQUES D'APARADORS**
- **COMUNICACIÓ EN EL PUNT DE VENDA. LA IMATGE CORPORATIVA I LA RETOLACIÓ COMERCIAL**
- **APLICACIÓ DE TÈCNiques DE MARXANDATGE VISUAL.**
- **ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING DIGITAL, PER ON COMENÇAR?**
- **APLICACIÓ DE LA NORMATIVA AUTONÒMICA I FISCAL EN EL PETIT COMERÇ**
- **"TALLER AMB R", TALLER DE RECICLATGE / COM EMBOLICAR REGALS DE FORMA CREATIVA**



FORMACIÓ

SENSIBILITZACIÓ I NOVES TÈNDENCIES PER AL COMERÇ

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FORMACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL COMERÇ

- Jornades de sensibilització

OBJECTIUS

Donar a conèixer els canvis de preferències del consumidor actual. Dinamitzar i afavorir la innovació a través de l'increment dels coneixements necessaris per a dur a terme una gestió més adequada i actualitzada en funció de les preferències del consumidor.

DESCRIPCIÓ

Analitzar les **noves tendències de consum i estil de vida** dels potencials compradors.

Ens trobam dins un context competitiu canviant: crisis, canvis demogràfics i socials, nous espais i canals de venda, nous valors i motivacions per al consum, retorn a la compra de proximitat. Per totes aquestes raons el comerç de proximitat ha de conèixer els factors que intervenen en aquest procés de canvi per poder seguir sent competitiu i diferenciar-se de la resta (promoure el que és autòcton, comunicar el nostre element diferencial, innovar en producte, imatge, serveis, crear empatia amb el consumidor visitant, reinventar l'oferta...).

FORMADOR

Borsa de col·laboradors professionals de l'IDI.

DURADA

Una sessió de dues hores.

COST PER AL MUNICIPI

Honoraris del formador.



FORMACIÓ

MÀRQUETING AL COMERÇ, CURS DE GESTIÓ INTERNA DEL NEGOCI

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FORMACIÓ I PROFESSIONALITZACIO DEL COMERÇ

- Cursos de formació en marxandatge, il·luminació, aparadorisme, màrqueting, xarxes socials, tendències de consum, etc...

OBJECTIUS

Millorar i adaptar la qualitat del servei i dels productes comercialitzats al client.
Augmentar la freqüència de visites i la fidelitat dels clients tot definint un sistema integrat que permeti millorar la qualitat.

DESCRIPCIÓ

Assessorament d'estratègia comercial i consultoria, formació activa, explicació i aplicació:
màrqueting efectiu per a comerços i atenció al client.
Anàlisi de necessitats dels clients objectiu, campanyes, promocions, publicitat, producte adequat...

FORMADOR

Borsa de col·laboradors professionals de l'IDI.

DURADA

Quatre sessions de dues hores cadascuna.

COST PER AL MUNICIPI

Honoraris del formador.



FORMACIÓ

COMUNICA, FIDELITZA I CAPTA NOUS CLIENTS

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FORMACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL COMERÇ

- Cursos de formació en marxandatge, il·luminació, aparadorisme, màrqueting, noves tecnologies i xarxes socials, tendències de consum, etc...

OBJECTIUS

Millorar i adaptar la qualitat del servei i dels productes comercialitzats a les necessitats dels nous clients.

Descobrir com actua el nostre client i què el fa decidir sobre un producte o servei.

Augmentar la freqüència de visites i la fidelitat dels clients tot definint un sistema integrat que permeti millorar la qualitat.

Apropar-se a algunes de les noves possibilitats que la innovació i les tecnologies en ofereixen per vendre més, i també per fidelitzar el client.

DESCRIPCIÓ

La comercialització en el punt de venda ha evolucionat radicalment en els darrers deu anys, fins el punt actual on **els clients desenvolupen un nou rol**, per a la qual cosa la nostra oferta de valor s'ha de plantejar de forma diferent i entren en joc nous protagonistes.

Aprendre diferents aspectes per **millorar l'atenció al client**: comprendre les seves necessitats, millorar la nostra capacitat de comunicació, desenvolupar les habilitats i les actituds d'un bon professional, així com resoldre situacions conflictives.

FORMADOR

Borsa de col·laboradors professionals de l'IDI.

DURADA

Una sessió de dues hores i mitja.

COST PER AL MUNICIPI

Honoraris del formador.



FORMACIÓ

MOSTRA'T, TÈCNIQUES BÀSIQUES D'APARADORS

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FORMACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL COMERÇ

- Cursos de formació en marxandatge, il·luminació, aparadorisme, màrqueting, noves tecnologies i xarxes socials, tendències de consum, etc...

OBJECTIUS

Professionalitzar el petit comerç, dotant-lo d'eines i coneixements bàsics d'aparadors.
Fomentar l'aprenentatge i l'actualització contínua en matèria d'aparadors.
Fomentar la participació dels dissenyadors en el món comercial.
Actualitzar la imatge exterior per a ser més competitius, cercant-ne la diferenciació.

DESCRIPCIÓ

Curs específic de **tècniques bàsiques d'aparadors**.

Els aparadors tenen un vessant comercial i un altre d'artístic, i passen de ser un espai simple d'exposició a un espai on el producte cobra vida, crida l'atenció i desperta l'interés del públic.

Objectius i tipologies de l'aparador. La psicologia del color, la forma i la composició.

Un vehicle fonamental de comunicació entre el comerç i el client que permet la seva diferenciació.

FORMADOR

Borsa de col·laboradors professionals de l'IDI.

DURADA

Una o dues sessions de dues hores cadascuna.

COST PER AL MUNICIPI

Honoraris del formador.



FORMACIÓ

COMUNICACIÓ EN EL PUNT DE VENDA, LA IMATGE CORPORATIVA I LA RETOLACIÓ COMERCIAL

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FORMACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL COMERÇ

- Cursos de formació en marxandatge, il·luminació, aparadorisme, màrqueting, noves tecnologies i xarxes socials, tendències de consum, etc...

OBJECTIUS

Diferenciació adequada del petit comerç a través del disseny.
Millorar la identificació dels comerços situats al nucli urbà.

DESCRIPCIÓ

Millorar la **identitat visual del comerç**: anàlisi de la situació actual i com afrontar-la, tot millorant la gràfica corporativa de l'empresa: símbol, logotip, colors i tipografies.

La imatge que es reflecteix a l'exterior de la botiga (façana, rètol, displays, ...) també ho ha de fer a l'interior, perquè és la seva carta de presentació (bosses, targetes, xarxes socials, web...), tot això repercutirà positivament en la diferenciació del comerç.

El comerç ha de tenir una imatge exterior d'acord amb l'entorn en el qual s'integra, respectant l'arquitectura on s'emmarca i al mateix temps constituir un reclam per als clients. En aquest sentit, el **disseny dels rètols tenen molta importància en la imatge que projecta el poble**.

S'aconsella al Consistori que iniciï l'estudi per elaborar la normativa que reguli la retolació per als establiments ubicats al municipi, o en el seu defecte, un manual de recomanacions.

FORMADOR

Borsa de col·laboradors professionals de l'IDI.

DURADA

Una sessió de dues hores.

COST PER AL MUNICIPI

Honoraris del formador.



FORMACIÓ

APLICACIÓ DE TÈCNiques DE MARXANDATGE VISUAL

EXPLICACIÓ DE LA GUIA DE MARXANDATGE VISUAL I APARADORISME PER AL COMERÇ

LÍNIA D'ACTUACIÓ

IMATGE COMPETITIVA DELS COMERÇOS

- Disseny d'interiors
- Disseny d'aparadors

OBJECTIUS

Sensibilitzar sobre la importància del marxandatge com a finestra cap al coneixement del procés de canvi que viu el sector.
Formació en disseny de l'espai comercial.
Crear un ambient de compra agradable per millorar l'experiència i la fidelitat del client.

DESCRIPCIÓ

Curs específic per formar al petit comerç en matèria d'interiorisme dins els propis establiments: recorreguts, parts de la tenda, seccions, il·luminació i col·locació del producte.

La importància del **marxandatge visual com a activitat que estimula la compra en el punt de venda**: tècniques per col·locar i exposar els productes, tant en els expositors com en els aparadors. La gestió de l'espai, estratègies d'exposició i tècniques de creació.
El reciclatge i la reutilització com a instrument creatiu de baix cost.
La formació i l'assessorament estaran dividits en dues fases:

- **Sessió formativa i taula rodona** amb el comerços participants, on s'impartirà

una formació específica en funció de les dades facilitades pel comerç (fotografies de la façana, l'aparador, interior general de l'establiment i exposició, a més d'un qüestionari per conèixer la situació de l'establiment).

- **Estudi personalitzat de cada establiment** on es farà una breu anàlisi de la seva situació en aquesta matèria. Així mateix es podran resoldre dubtes i posar en pràctica els conceptes adquirits durant la formació.

FORMADOR

Borsa de col·laboradors professionals de l'IDI.

DURADA

Es planteja dur a terme la formació i la taula rodona en un dia i les assessories els dies següents, depenent dels comerços inscrits.

Una sessió de dues hores per a la formació i taula rodona.

Quant a les visites als comerços, s'estableixen un màxim de 60 minuts per efectuar l'assessoria a cada establiment.

Si es vol aprofundir en el tema, s'ofereix la possibilitat de dedicar més temps a cada comerç a través de la realització d'una consultoria de disseny al punt de venda, que aniria a càrrec del comerciant.

COST PER AL MUNICIPI

Els honoraris derivats de la contractació de l'especialista en disseny de l'espai comercial segons pressupost.





FORMACIÓ

ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING DIGITAL, PER ON COMENÇAR?

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FORMACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL COMERÇ

- Cursos de formació en marxandatge, il·luminació, aparadorisme, màrqueting, noves tecnologies i xarxes socials, tendències de consum, etc...

OBJECTIUS

Donar a conèixer i ajudar el petit comerç a ser més productiu i competitiu amb la incorporació de les noves tecnologies al seu dia a dia, mitjançant càpsules formatives.

DESCRIPCIÓ

Coneixement bàsic de les **eines de màrqueting digital** que ajuden al nostre comerç a guanyar visibilitat a la xarxa.

- El blog o web: la seu social de la botiga a Internet
- Comerç electrònic: una tenda virtual a la mida del teu negoci
- Posiciona la teva web o el teu comerç als cercadors: SEO i SEM
- Com usar les xarxes socials des d'una perspectiva de negoci: *Facebook, Twitter, Instagram i Pinterest*

FORMADOR

Empreses col·laboradores TIC's.

DURADA

Quatre sessions de dues hores cadascuna amb la possibilitat de realitzar assessoraments personalitzats al comerç si es vol aprofundir en el tema.

COST PER AL MUNICIPI

Honoraris del formador.



FORMACIÓ

APLICACIÓ DE LA NORMATIVA AUTONÒMICA I FISCAL DEL PETIT COMERÇ

LÍNIA D'ACTUACIÓ

ASSESSORAMENT EN NORMATIVA COMERCIAL

- Aplicació de la normativa comercial

OBJECTIUS

Difondre la normativa relativa al comerç.
Conèixer el sistema tributari i fiscal que afecta al sector.

DESCRIPCIÓ

Xerrada per donar a conèixer diverses qüestions de **regulació del comerç**:

- Horaris comercials, vendes promocionals (rebaixes, ofertes, liquidacions...).
- Informació sobre la nova llei de comerç aprovada pel Govern i canvis més significatius.
- El sistema tributari i fiscal del petit comerç.

FORMADORS

Carme Ledesma, Inspectora de la Direcció General de Comerç i Empresa / Representant del Col·legi Oficial de Gestors Administratius.

DURADA

Una sessió de 2 hores.

COST PER AL MUNICIPI

Honoraris dels formadors sense càrrec.



TALLER

TALLER AMB R, TALLER DE RECICLATGE I COM EMBOLICAR REGALS DE FORMA CREATIVA

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FORMACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL COMERÇ
- Tallers

OBJECTIUS

El reciclatge i la reutilització com a eina creativa de molt baix cost per als comerços.
Crear un ambient de compra més agradable per a millorar l'experiència i la fidelitat del client.

DESCRIPCIÓ

Taller on els comerciants realitzaran un **element decoratiu** que podrà ser tant per als aparadors dels comerços com per a l'exterior, sota una temàtica concreta, relacionada amb un esdeveniment o característica pròpia del municipi que es consensuarà amb l'Ajuntament.

Així mateix, es pot dedicar una sessió addicional per aprendre a **embolicar regals de forma creativa**.
Aplicar nous formats d'embolcalls i de presentació atractiva del producte.

FORMADOR

Borsa de col·laboradors professionals de l'IDI.

DURADA

Dues o tres sessions de tres hores cadascuna.

COST PER AL MUNICIPI

Honoraris del formador.
Material necessari per a la realització del taller.

4.2 ACTUACIONS ESPECÍFIQUES PER A LA MILLORA

Aquestes accions, d'acord amb la filosofia de continuïtat del programa, es poden anar desenvolupant al llarg del temps per tal d'aconseguir tots els objectius fixats.

- GRUP DE TREBALL DE COOPERACIÓ COMERCIAL
- EDICIÓ DE GUIES DE BONES PRACTIQUES PER AL COMERÇ
- PRESENTACIÓ DE LA IMATGE DE MARCA COMERCIAL DE LLOSETA
- ACTUALITZACIÓ DE LA SENYALÍSTICA COMERCIAL DEL NUCLI URBÀ
- MILLORA DEL MERCAT SETMANAL DE LLOSETA
- ACTIVITATS DE DINAMITZACIÓ COMERCIAL
 - POSAR EN VALOR ELS PRODUCTES DELS FORNS I PASTISSERIES
 - EXPERIÈNCIES GASTRONÒMIQUES
- PROJECTE D'INTERVENCIÓ ARTÍSTICA
- COL·LABORACIÓ AMB EL COL·LEGI D'ARQUITECTES
- PROGRAMA "COMERÇ I ESCOLA"
- DIAGNOSI PUNT DE VENDA-DPV
- EMBELLIMENT DELS CARRERS DE LLOSETA
- IMPULS AL COMERÇ: MILLORA DE LA IMATGE INTERIOR I EXTERIOR DEL COMERÇ DE LLOSETA



GRUP
DE TREBALL

GRUP DE TREBALL DE COOPERACIÓ COMERCIAL

“Lloseta, un comerç per descobrir”

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FOMENT DE LA COOPERACIÓ COMERCIAL

- Grups de treball

OBJECTIUS

Aprofitar sinèrgies entre les diferents associacions, entitats i comerços del municipi. Plantejar un procediment d'actuació conjunta, per tal que la coordinació sigui estable i es consolidi. Identificar i posar en marxa diferents projectes per atreure més visitants al municipi.

DESCRIPCIÓ

Organitzar una jornada per iniciar la cooperació entre els comerciants i les entitats del municipi de diferents àmbits, com cultural, empresarial o social i l'Ajuntament, per tal de formar un **grup de treball** que lideri un **pla d'actuacions de dinamització** propi que pugui afavorir el municipi.

La idea és formar un primer grup de treball representatiu, i després de fer una anàlisi de necessitats, extreure idees de possibles projectes atractius i que serveixin de reclam per atraure visitants.

El resultat d'aquesta acció serà comptar amb una cartera d'idees per dinamitzar el teixit comercial i el municipi en general.

DINAMITZADOR
GRUP DE TREBALL

Pere Jiménez, tècnic de l'IDI.

COST PER AL MUNICIPI

Honoraris del formador sense càrrec.



PUBLICACIONS

EDICIÓ DE GUIES DE BONES PRACTIQUES PER AL COMERÇ

LÍNIA D'ACTUACIÓ

IMATGE COMPETITIVA DELS COMERÇOS

- Edició de guies de gestió i bones pràctiques

OBJECTIUS

Sensibilitzar a través de les guies de bones pràctiques per a la millora de la competitivitat i rendibilitat en el comerç.

Aplicació de tècniques per a facilitar la compra en el punt de venda.

Identificar i diferenciar els establiments comercials dels seus competidors.

DESCRIPCIÓ

L'IDI posa a l'abast del comerç del municipi un conjunt de **guies amb una orientació pràctica sobre diferents temàtiques** d'interès per millorar la imatge, tant interior com exterior, i la gestió del petit comerç:

- **Guia sobre marxandatge visual i aparadorisme**

- **Guia bàsica sobre imatge corporativa per al petit comerç**

Aquestes guies seran un instrument senzill i de fàcil consulta per tal de proporcionar al comerciant una sèrie de recomanacions tècniques per a la renovació i millora del seu punt de venda.

COST PER AL MUNICIPI

Les despeses d'impressió de les guies. Si és en format digital, l'adaptació gràfica.



NATURAL | COMERCIAL | CULTURAL

RECOMANACIÓ

PRESENTACIÓ DE LA IMATGE DE MARCA COMERCIAL DE LLOSETA

LÍNIA D'ACTUACIÓ

IMARGE COMERCIAL DEL MUNICIPI

- Marca col·lectiva del municipi o zona

OBJECTIUS

Identificar i promocionar el municipi a través de la nova marca i que amb el temps pugui esdevenir un referent per al poble.

Posada en valor del municipi i promoció turística dels seus trets més característics.

Dinamitzar el municipi i alhora el sector comercial.

DESCRIPCIÓ

Organització de **jornades informatives** amb els responsables del projecte, els comerciants, industrials i els representants del sector de la restauració, entre d'altres, per **explicar el què representa la nova imatge de Lloseta** i assegurar el compromís de tots els agents implicats del municipi.

Així mateix, involucrar als residents ja que la marca renova l'autoestima del poble perquè presenta i recorda els seus atributs, valors i atractius. Al mateix temps, la marca reporta personalitat al municipi i influeix en les preferències dels visitants.

Una marca comercial potent i atractiva esdevé un dels punts claus per al desenvolupament correcte d'un teixit urbà comercial perquè ofereix una major presència i una millor visibilitat.

ASSESSORAMENT

Tècnics de disseny gràfic de l'IDI.

COST PER AL MUNICIPI

El derivat de la organització de les jornades.



ASSESSORAMENT/ RECOMANACIÓ

ACTUALITZACIÓ DE LA SENYALÍSTICA COMERCIAL DEL NUCLI URBÀ

LÍNIA D'ACTUACIÓ

PROPOSTA DE MILLORA D'INFRAESTRUCTURES, URBANISME COMERCIAL I GOVERNANÇA
- Senyalística

OBJECTIUS

Reforçar i optimitzar la senyalística actual del municipi.
Millorar la informació que s'ofereix al visitant, fet que millora la percepció general del poble.
Identificar la ubicació dels comerços.

DESCRIPCIÓ

Es recomana la realització d'un estudi de senyalització dels comerços i la seva compatibilitat amb la trama urbana existent, elements urbans, espais públics etc...

Implantar la **senyalística comercial a Lloseta** tot focalitzant els punts clau, pàrquings i en general els accessos a les zones comercials i punts d'interès patrimonial, mitjançant la implantació d'elements de senyalística o monòlits on s'identifiquin els comerços, bars i restaurants del municipi, així com els edificis singulars de Lloseta.

El Consistori té previst la col·locació d'un panell tàtil amb informació d'interès a la Plaça d'Espanya.

ASSESSORAMENT

Professionals especialistes en urbanisme i disseny gràfic.

COST PER AL MUNICIPI

El derivat de la realització del projecte per part d'un estudi especialitzat en aquest camp.
Actualització dels elements físics i implantació dels senyals.



ASSESSORAMENT

MILLORA DEL MERCAT SETMANAL DE LLOSETA

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FOMENT DE LA COOPERACIÓ COMERCIAL

-Captació del públic visitant (turista)

MERCATS MUNICIPALS

-Reubicació i modernització de mercats ambulants

OBJECTIUS

Millorar el mercat ambulant del dissabtes per fer-lo més atractiu i interessant tant per al comprador resident a Lloseta com per al visitant, per a la captació de nous clients. Ordenar el mercat, tan a nivell de contingut com a nivell estètic, per tal de dotar-lo d'una identitat pròpia, revaloritzar-lo i donar-li un valor afegit al municipi.

DESCRIPCIÓ

Mercat setmanal del dissabte: per millorar el mercat es necessari fer una anàlisi de la situació actual, diagnosticar els punts forts i els punts febles i establir les àrees de millora per tal que, posteriorment, una empresa especialitzada elabori un **pla d'acció per al mercat**. Estudiar com es pot millorar l'oferta de producte és bàsic (es podria convidar artesans relacionats amb el producte local interessats a vendre en el mercat).

Com avantatge tenim que el mercat es fa el dissabte, el que pot ajudar molt en relació a l'afluència de visitants, ja que a més, és una activitat d'interès turístic.

COST PER AL MUNICIPI

Honoraris de l'empresa encarregada d'elaborar el Pla d'acció.
Totes les despeses derivades de la implementació de les accions de millora.



ASSESSORAMENT

ACTIVITATS DE DINAMITZACIÓ COMERCIAL

LÍNIA D'ACTUACIÓ

IMATGE COMERCIAL DEL MUNICIPI

-Activitats de dinamització comercial

FOMENT DE LA COOPERACIÓ COMERCIAL

-Captació del públic visitant (turista)

OBJECTIUS

Posada en valor del municipi i promoció turística dels seus punts forts, com a motor generador d'atracció i activitat complementària, necessària per a la dinamització del sector comercial del municipi.

Atraure els visitants perquè descobreixin Lloseta, el que possibilitarà donar a conèixer l'oferta comercial del municipi i augmentar el nombre de possibles clients.

DESCRIPCIÓ

-Realització d'un calendari anual amb tota la programació d'activitats que es desenvolupen al municipi.

-Contractació d'un expert en màrqueting comercial que actuï com a dinamitzador i ajudi a definir àrees de promoció i estils d'ofertes adequades al teixit comercial del municipi.

-Creació d'un lema per a tota la campanya de dinamització o emprar el del municipi "Lloseta, **un comerç** per descobrir".

-Aprofitar l'experiència i els coneixements dels integrants del grup de treball, per extreure una cartera d'accions de dinamització que puguin afavorir el municipi.

COST PER AL MUNICIPI

Honoraris d'un expert en màrqueting comercial.

El que se'n derivi de la organització dels actes.

Difusió de les accions.



Pa
d
a
qui

forn i tradició

ASSESSORAMENT

POSAR EN VALOR ELS PRODUCTES DELS FORNS I PASTISSERIES DE LLOSETA

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FOMENT DE LA COOPERACIÓ COMERCIAL
-Captació del públic visitant

OBJECTIUS

Atraure els visitants perquè descobreixin el conjunt de forns de Lloseta i augmentar el nombre de possibles clients.
Potenciar i donar més visibilitat als productes dels forns.
Posar en valor la qualitat del pa i els forns tradicionals.

DESCRIPCIÓ

-**Disseny d'un fulletó amb un mapa on estiguin indicats els forns i pastisseries de Lloseta** amb una breu descripció del seu producte més destacat o representatiu. Així mateix, dissenyar un cartell per a la seva difusió.

-A les fires o dates senyalades, **potenciar el productes del forn i pastisseria més típics del poble**. En aquest sentit es podrien realitzar visites guiades als forns per mostrar l'elaboració dels seus productes estrella, així com organitzar tallers on es pugui aprendre a elaborar ensaimades.

-**Campanya per tal de posar en valor la qualitat del pa i els forns tradicionals**, a través de l'**aplicació de la marca "Pa d'aquí, forn i tradició"**, impulsada per l'Associació de Forners i Pastissers de les Illes Balears i la Conselleria de Treball, Comerç i Indústria, a través de l'IDI. Aquesta marca identificarà els forns amb obrador amb un 70% de productes d'elaboració pròpia, entre d'altres requisits.

Es realitzaran diversos elements com ara les bosses per al pa i la senyalística en vinil que identificarà aquests tipus de forn.

Per dur a terme aquestes accions és necessari que s'hi involucrin i participin activament els forns del municipi.

COST PER AL MUNICIPI

Difusió de l'acció.



Chefs(in)

Peccata Minuta

RUTA DE TAPAS GOURMET

EL 17 DE ENERO DE 20 A 00 HORAS

EN EL MERCAT DE L'OLIVAR



PROPOSTA DE DINAMITZACIÓ

EXPERIÈNCIES GASTRONÒMIQUES

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FOMENT DE LA COOPERACIÓ COMERCIAL

-Captació del públic visitant (turista)

OBJECTIUS

Atraure els visitants perquè descobreixin la gastronomia de Lloseta i augmentar el nombre de possibles clients.

Potenciar el patrimoni gastronòmic i els productes locals (a través dels cuiners de renom que poden causar un efecte de tracció cap al municipi).

DESCRIPCIÓ

El visitant curiós, tant nacional com estranger, actualment busca experiències úniques, i la gastronomia és un factor important que permet assaborir les cultures locals.

- **Realització d'unes jornades gastronòmiques** o altre acció específica (que podrien coincidir o no amb les "nits cubiques") en col·laboració amb els diferents cuiners del municipi, per poder degustar les seves especialitats.

- **Col·laboració amb Chefs (in)**, marca que representa la cuina d'alta qualitat de Balears a través de la figura dels seus chefs. Proposar la realització del projecte "Peccata minuta" a Lloseta. Una idea original del grup que consisteix en fer una ruta de tapes gourmet a un lloc emblemàtic de les Illes Balears.

COST PER AL MUNICIPI

El que se'n derivi de la organització dels actes.
Difusió de l'acció i publicitat.



ASSESSORAMENT

PROJECTE D'INTERVENCIÓ ARTÍSTICA

LÍNIA D'ACTUACIÓ

IMATGE COMERCIAL DEL MUNICIPI

-Embelliment i millora de carrers comercials

FOMENT DE LA COOPERACIÓ COMERCIAL

-Captació del públic visitant (turista)

OBJECTIUS

Millora estètica del paisatge urbà de Lloseta, integrant o fusionant determinades intervencions plàstiques a edificis o vies d'accés al municipi.

DESCRIPCIÓ

Projecte de col·laboració entre l'Ajuntament de Lloseta i la fàbrica de ciment Cemex, com a impulsor i patrocinador de l'acció respectivament.

Realització d'una intervenció artística a un dels accessos al poble, com pot ser el mur de la fàbrica de ciment (enfrent del polígon) o la realització d'un mural a un edifici del nucli urbà, a consensuar amb el Consistori.

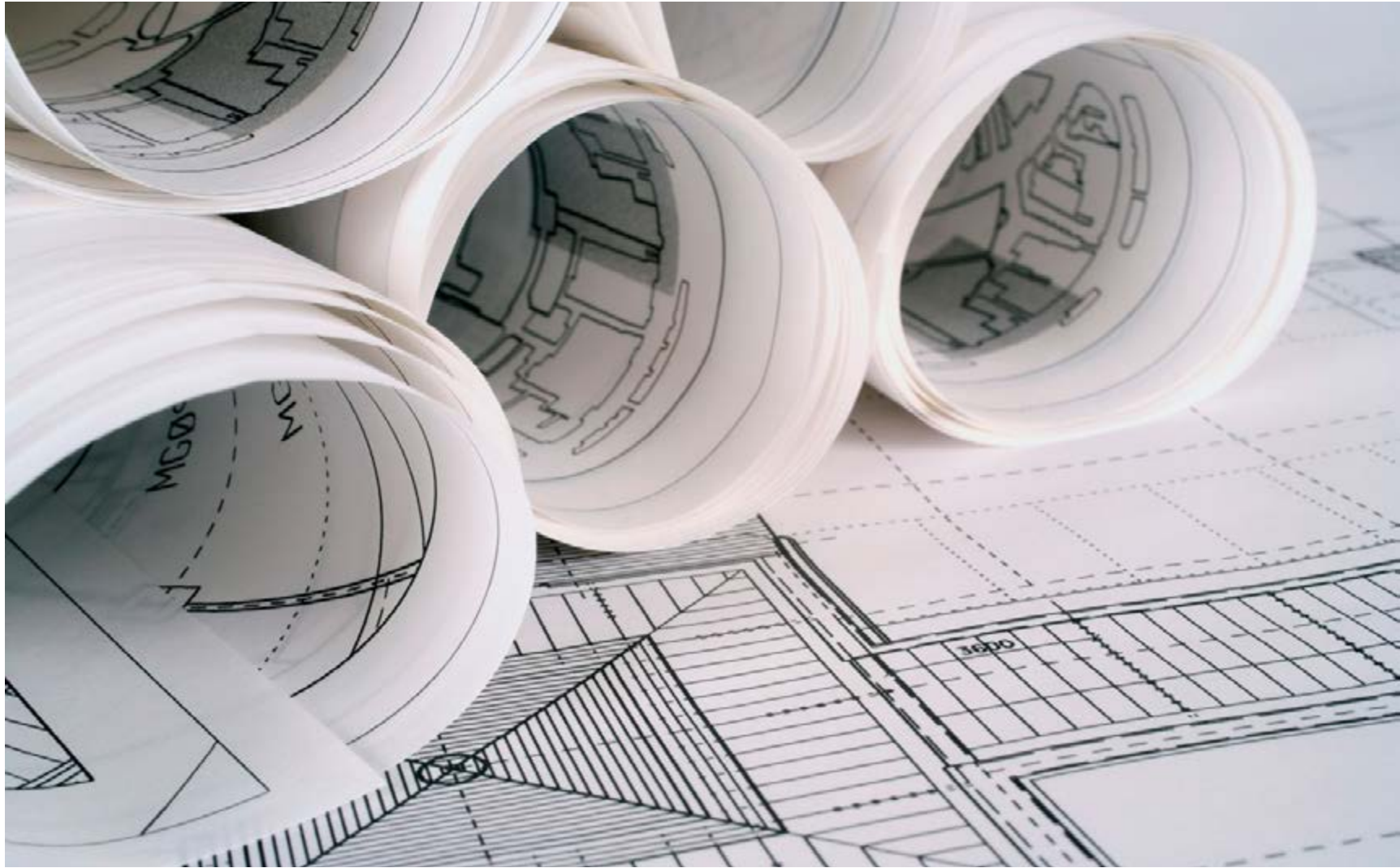
Un projecte més ambiciós seria l'actuació sobre la mateixa fàbrica de ciment, per tal d'intentar pal·liar el seu impacte sobre el paisatge, amb una intervenció a càrrec d'un estudi de reconegut prestigi com **Boa Mistura**, o altres col·lectius artístics.

Aquesta proposta es pot platejar de diferents maneres:

- En format concurs, per recollir idees per a la realització de l'actuació en col·laboració amb el col·legi d'arquitectes o amb els alumnes d'il·lustració de les escoles de disseny.
- Fer directament amb un col·lectiu artístic.

COST PER AL MUNICIPI

Si s'aconsegueix el patrocini de l'acció per part de Cemex, la intervenció artística no suposaria cap cost per al consistori. Els derivats de la organització i difusió de l'acció.



ASSESSORAMENT

COL-LABORACIÓ AMB EL COL·LEGI D'ARQUITECTES COMERÇ I TERRITORI

LÍNIA D'ACTUACIÓ

PROPOSTES DE MILLORA D'INFRAESTRUCTURES, URBANISME COMERCIAL I GOVERNANÇA

OBJECTIUS

Tenir present l'element territorial i arquitectònic a l'hora d'analitzar la situació del sector comercial d'un municipi amb un enfoc multidisciplinari i una anàlisi que combina diferents aspectes com els socials, econòmics, culturals i territorials (arquitectura i espais urbans).

DESCRIPCIÓ

Les accions que es poden desenvolupar des del COAIB són les següents:

-Col·laboració amb els ajuntaments interessats en **desenvolupar concursos d'idees o licitacions** relacionades en la millora d'infraestructures i urbanisme, mitjançant la participació del COAIB en l'elaboració de les bases per a la convocatòria de l'assistència tècnica precisa.

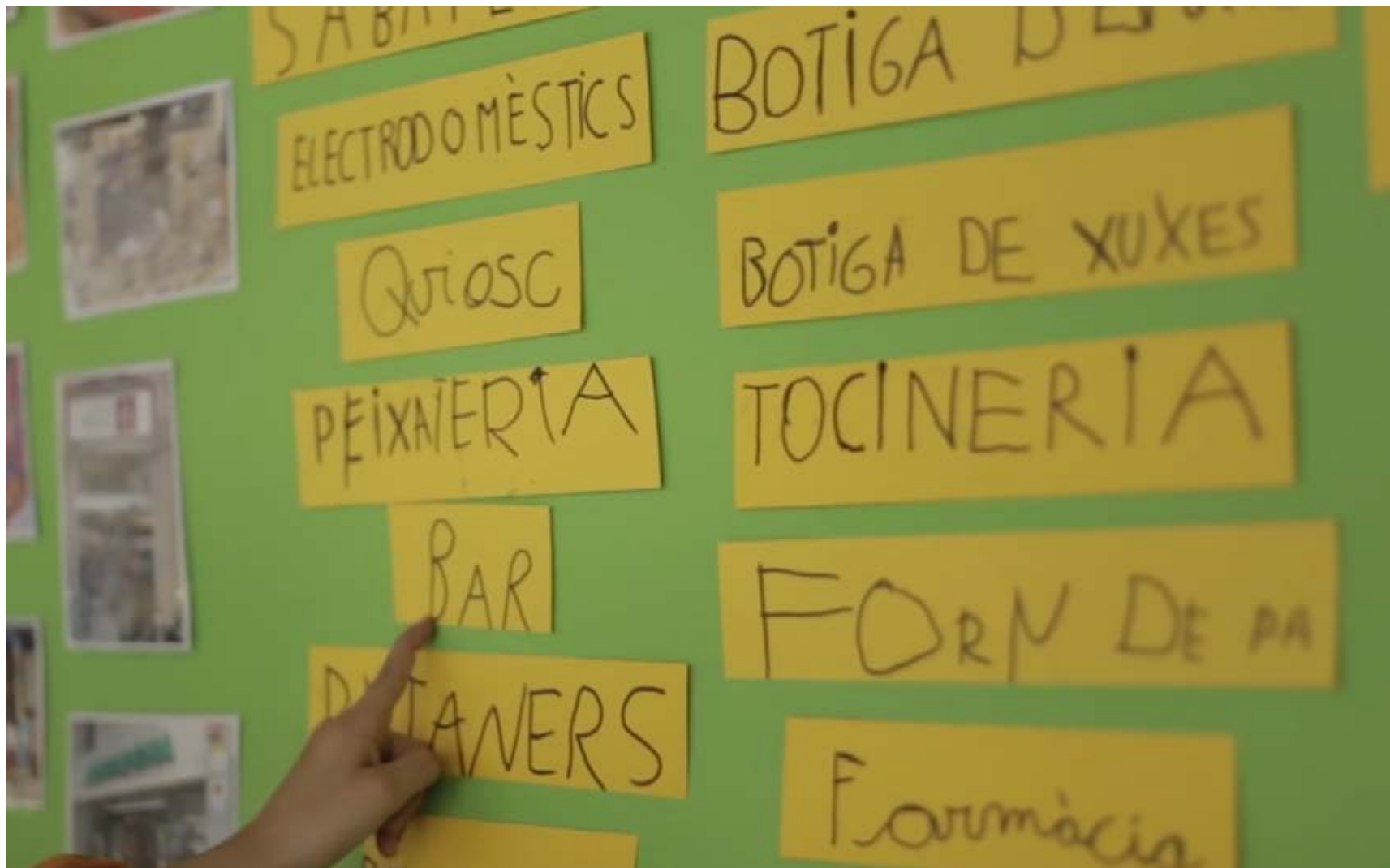
-Prestar la col·laboració necessària als ajuntaments en **l'elaboració d'ordenances municipals** d'ocupació de via pública i mercats ambulants.

-**Organització de Jornades de sensibilització** adreçades als regidors de comerç, als regidors d'urbanisme i als arquitectes municipals dels ajuntaments.

-**Difusió entre els seus col·legiats** dels projectes sol·licitats pels ajuntaments o altres entitats participants en el programa.

COST PER AL MUNICIPI

El que se'n derivi del projecte a desenvolupar.



ASSESSORAMENT

PROGRAMA “COMERÇ I ESCOLA”

LÍNIA D'ACTUACIÓ

FOMENT DE LA COOPERACIÓ COMERCIAL
-Jornades formatives i de sensibilització

OBJECTIUS

Posar en contacte els infants amb l'entorn comercial del seu poble.
Donar a conèixer l'oferta del comerç minorista: veure la diversitat de comerços del municipi i dels productes i serveis que ofereixen.
Captació de nous clients: sensibilitzar els nins i joves perquè coneguin i comprin a les botigues de Ferreries, d'una manera activa, crítica i responsable.
Despertar la vocació de nou botiguers: una possible sortida professional.

DESCRIPCIÓ

Es planteja una proposta didàctica que vincula comerç i escola per posar en contacte els infants amb el comerç del seu poble.

“**Comerç i escola**” és un programa a desenvolupar dins l'àmbit escolar conjuntament amb el consistori, l'associació de comerciants i els centres escolars, per tal d'apropar els alumnes del primer cicle de primària al teixit comercial.

El programa es divideix en dues parts:

- **Visites guiades als establiments del municipi.** D'aquesta manera els alumnes tendran l'oportunitat de visitar tant els comerços tradicionals com les botigues més innovadores de Lloseta.

- **Material didàctic “Anam a conèixer el comerç de...”**, en aquest cas el comerç de Lloseta, per tal que el professor i els alumnes puguin treballar dins l'aula.

També pot incloure diverses línies d'actuacions coordinades, com ara concursos de dibuix, xerrades a les aules amb comerciants, foment del comerç just i consum responsable, etc. per reflexionar sobre la importància que té un acte tan quotidià com és allò que comprem i on ho fem.

COST PER AL MUNICIPI

El derivat de l'organització i coordinació del programa.



ASSESSORAMENT

DIAGNOSI PUNT DE VENDA-DPV

LÍNIA D'ACTUACIÓ

GESTIÓ DEL COMERÇ

- Definició d'estratègia, model de negoci i proposta de valor

OBJECTIUS

Obtenir una major rendibilitat i competitivitat del punt de venda.
Dirigir els negocis cap a models rendibles i productius.
Millorar i modernitzar les infraestructures del comerç.

DESCRIPCIÓ

Aquest servei consisteix en la realització d'una **anàlisi** per part d'un consultor, sobre diferents **aspectes** de l'establiment comercial amb l'objectiu de conèixer l'**estructura de la seva gestió**, identificant els **punts forts i febles** en set àrees clau del negoci. Sobre la base d'aquesta anàlisi, es proporcionaran recomanacions tècniques que ajudin a la renovació i optimització de la gestió de l'establiment.

El procediment consisteix en un assessorament personalitzat a través de la recollida de dades per part d'un tècnic- consultor assignat per la Cambra que visitarà dues o tres vegades el comerç.

Les àrees d'anàlisi del DPV se centren en:

- Característiques generals del comerç i punt de venda.
- Anàlisi de l'entorn comercial: factors d'atractivitat i competencial.
- Imatge externa de l'establiment comercial.
- Imatge interna de l'establiment comercial.
- Gestió estratègica del punt de venda.
- Màrqueting i comunicació.
- Política comercial i gestió financera.

Com a resultat del treball, el consultor lliurarà al comerç un Pla de Millora de l'establiment mitjançant accions d'aplicació concreta i immediata, per optimitzar la gestió del punt de venda i augmentar-ne la rendibilitat.

FORMADOR

Consultors homologats per la Cambra de Comerç en Diagnosi Punt de Venda.

DURACIÓ

El temps necessari per completar el treball se situa entre un mes i un mes i mig.

COST PER AL MUNICIPI

Servei ofert per la DG de Comerç i Empresa a través de la Cambra de Comerç, sense cost per al comerç.



ASSESSORAMENT

EMBELLIMENT DELS CARRERS DE LLOSETA

LÍNIA D'ACTUACIÓ

IMATGE COMERCIAL DEL MUNICIPI

-Embelliment i millora dels carrers comercials.

OBJECTIUS

Embellir els carrerons de la part alta del municipi i carrers comercials del centre.
Potenciar l'atractiu turístic dels carrers del poble.

DESCRIPCIÓ

En un moment en el qual els pobles tracten de ser més atractius, dinàmics i competitius, el plantejament urbà i l'embelliment es converteix en una eina per aconseguir aquest objectiu.

Realització d'una acció d'embelliment consistent en el **disseny d'una decoració vegetal** per engalanar façanes, balcons i la calçada dels carrerons ubicats al voltants de l'església parroquial i el Palau d'Aiamans i el eixos comercials del municipi.

Pla conjunt entre "comerç i carrer" amb el qual es pretén aportar color i generar verd urbà a varies zones del poble, tot implicant en aquest els veïns i propietaris dels establiments, alhora que promourà la seva relació.

Per dur a terme aquesta acció és imprescindible la implicació i la col·laboració ciutadana en el manteniment de la decoració vegetal.

Es recomana que per a la decoració vegetal es tinguin en compte les varietats autòctones, en la mesura que sigui possible, com clívia, fulles d'ombra... així com plantes amb flor de temporada.

Es podria establir una col·laboració amb el viver i la teulera de Lloseta, per al subministrament de les plantes i cossiols.

COST PER AL MUNICIPI

El derivat de subcontractar un expert paisatgístic o empresa de jardineria especialitzada.
Els derivats de la compra dels materials emprats en la pròpia actuació (plantes, cossiols...).



LÍNIA DE SUBVENCIÓ PER AL COMERÇ

IMPULS AL COMERÇ: MILLORA DE LA IMATGE INTERIOR DEL COMERÇ DE LLOSETA

LÍNIA D'ACTUACIÓ

IMATGE COMPETITIVA DELS COMERÇOS

- Disseny d'interiors
- Disseny d'aparadors

OBJECTIUS

- Remarcar la importància del disseny com avantatge competitiva, perquè és clau en la diferenciació dels establiments comercials.
- Aconseguir que la incorporació del disseny esdevingui una constant en la gestió del comerç.
- Actualitzar el teixit comercial del municipi.
- Fomentar la participació i el canvi en la imatge comercial del poble.

DESCRIPCIÓ

Una iniciativa que permet als comerciants interessats incorporar en el seu comerç un canvi relacionat amb l'interiorisme comercial i aprofundir alhora en algun aspecte tractat en les accions formatives, com ara **marxandatge visual, disseny d'interiors, aparadorisme...**

Permetrà al comerciant incidir i remodelar les àrees del seu establiment susceptibles de millora i tenir la possibilitat de treballar juntament amb un professional del sector.

Creació d'una **línia d'ajuts directes al sector comercial de Lloseta**, que permeti la renovació de la imatge interior del comerç, subvencionant un percentatge dels honoraris del professional i les despeses derivades dels canvis estructurals del projecte plantejat.

PROFESSIONALS COL·LABORADORS

Professionals del sector: dissenyadors d'interiors, arquitectes, creatius, aparadoristes...

COST PER AL MUNICIPI

Els derivats de la **posada en marxa d'una línia de subvencions** que permeti la contractació de professionals per a la millora de l'interiorisme dels establiments comercials de Lloseta.



LÍNIA DE SUBVENCIÓ PER AL COMERÇ

IMPULS AL COMERÇ: MILLORA DE LA IMATGE EXTERIOR DEL COMERÇ DE LLOSETA

LÍNIA D'ACTUACIÓ

IMATGE COMPETITIVA DELS COMERÇOS

- Disseny d'interiors / rètols
- Disseny d'aparadors

OBJECTIUS

- Millorar l'estètica, la identificació i la retolació dels comerços, perquè el comerç té cada vegada més importància en la imatge que projecta una ciutat.
- Actualitzar la imatge exterior per a ser més competitiu, cercant-ne la diferenciació.
- Fomentar el canvi en el comerç.

DESCRIPCIÓ

Renovació de la imatge exterior del comerç, sobretot pel que fa als rètols i a l'aplicació de la normativa existent al municipi. El comerç ha de tenir una imatge exterior d'acord amb l'entorn en el qual s'integra, de tal manera que ha d'identificar-se, respectant, no només la línia dels establiments propers, sinó l'arquitectura on s'emmarca, el que es reflecteix en la imatge que irradia el carrer.

Paral·lelament és important millorar la imatge gràfica del local comercial. La identitat visual que es reflecteix a l'exterior també s'ha de reflectir cap a l'interior del comerç perquè és la seva carta de presentació (bosses, targes, xarxes socials, web...) perquè repercutirà positivament en diferenciar el comerç.

Creació d'una **línea de subvencions per part de l'ajuntament** que permeti la renovació de la imatge exterior i identitat corporativa del comerç, que inclouria un percentatge dels honoraris del professional del sector i les despeses derivades dels canvis del projecte plantejat.

Professionals del sector: dissenyadors d'interiors, dissenyadors gràfics, arquitectes, creatius, aparadoristes...

COST PER AL MUNICIPI

Els derivats de la posada en marxa d'una línia de subvencions que permeti la contractació de professionals per al canvi de la imatge gràfica i retolació exterior del comerç.

icomercç



Hi col·laboren:

