

CONTENIDO DE LA MEMORIA DESCRIPTIVA DE LA INVERSIÓN

PARTE 1: IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Esta parte tendrá carácter introductorio, y su objetivo es proporcionar información general sobre el proyecto, con el objetivo de situar en contexto las actuaciones que plantea en la solicitud de inversión.

1. Nombre descriptivo del proyecto.
Ruta de los museos en C/ Juan de la Cierva - C/ García Alix (Corredor Verde de San Andrés)
2. Actuación/es financiable/s de las descritas en el artículo 8.
Inversiones en la vía pública <i>(Describir brevemente y enumerar las actuaciones incluidas en este apartado de gasto)</i>
<p>La intervención sobre las calles García Alix y Juan de la Cierva persigue la creación de un corredor verde que interconecte a través de una vía amable el Museo de la Ciudad, el Museo Salzillo y el Centro de Exposiciones El Almudí. Gracias a la intervención realizada se persigue que los barrios de San Andrés, San Antolín, San Nicolás y San Pedro se beneficien del impacto positivo que tiene el turismo en la actualidad en los barrios de la Catedral, San Bartolomé y Santa Catalina, integrándolos, a través de un eje que dé continuidad al tránsito peatonal en el mayor eje comercial de la ciudad. De igual forma, la creación del corredor verde de San Andrés supone una intervención emblemática que refleja la nueva concepción del espacio público ya que la remodelación integral de las calles y avenidas que vertebran estos barrios permite dotarlas de funciones ecológicas, culturales, recreativas, estéticas, comerciales y otros propósitos compatibles con el concepto de uso de suelo sostenible. Para ello, la actuación tiene un profundo impacto a nivel paisajístico, mejorando la relación de los comercios con su entorno y devolviendo el espacio público al ciudadano.</p> <p>El objetivo será utilizar la zona de actuación como espacio de ocio, circulación peatonal y tránsito de transporte en un ámbito amable de accesibilidad universal total, generando una semipeatonalización con aglomerado asfáltico y una actuación de renovación en las aceras, incluyendo la creación de parterres ajardinados con islas de biodiversidad vegetadas. Su implantación supone un beneficio inmediato en la mejora de la biodiversidad dentro del entorno urbano y la disminución de la polución, evitando la formación de islas de calor.</p> <p>Las actuaciones que se contemplan en este ámbito son:</p> <p>a) Ensanchamiento de aceras. El trabajo que se va a realizar en este ámbito de actuación se refiere a los movimientos de tierras y construcción del viario urbano principal para incrementar la superficie de uso peatonal y la dirigida a la utilización de transportes blandos en el eje Juan de la Cierva – García Alix.</p> <p>b) Ornamentación, embellecimiento, ajardinamiento. Esta actuación contempla el ajardinamiento del viario principal, utilizando especies autóctonas y realizando actuaciones de plantación de nueva vegetación, siembra de praderas, aporte de tierra vegetal y tareas de laboreo del terreno. Esta actuación está ligada a la recuperación de especies autóctonas, la creación de nuevas superficies permeables y la instalación de sistemas eficientes para el uso de recursos hídricos en el riego. Para ello, esta actuación incluye los sistemas de automatización de riego y ahorro de agua y la instalación de válvulas y sistemas de canalización orientados a mejorar la eficiencia en el uso de recursos hídricos. De igual forma, se contempla una pavimentación considerando capa de firme, pavimentos e instalación de una red de recogida de pluviales y redes de riego en el viario urbano principal.</p> <p>c) Señalética comercial y turística. Las actuaciones sobre el entorno urbano incluyen la instalación de señalética de tipo turístico, la identificación sobre el propio viario de la “Ruta de los museos”, la instalación de carteles indicadores y de señalética, incluyendo las actuaciones de cimentación y la instalación de anclajes adecuados. La señalética contemplará medidas de accesibilidad universal y lectura fácil.</p> <p>d) Instalaciones de mejora de la accesibilidad y eliminación de barreras arquitectónicas. El proyecto contempla intervenciones de movimientos de tierras y construcción de un nuevo viario principal que, además de</p>

incrementar la superficie peatonal y de transportes blandos, se realiza a cota cero, para favorecer la accesibilidad universal.

e) Instalaciones para la gestión de la movilidad. La remodelación integral de las calles y avenidas que vertebran el Barrio de San Andrés contemplan una semipeatonalización en la que se sustituye un carril de tráfico rodado por una nueva superficie destinada al uso de transportes blandos en cota cero, avanzando en el cambio de movilidad en el municipio hacia una movilidad sostenible.

f) Mejora del mobiliario urbano. Esta actuación contempla la instalación de equipamiento de uso comercial y mobiliario urbano, incluyendo bancos, jardineras, juegos infantiles, barandillas, pérgolas, carteles indicadores, señalética, etc. Esta actuación incluye las acciones de cimentación y los anclajes adecuados para cada tipo de mobiliario.

Digitalización del sector comercial

(Describir brevemente y enumerar las actuaciones incluidas en este apartado de gasto)

En el ámbito de la digitalización, el proyecto Ruta de los Museos – Eje comercial Juan de la Cierva-C/ García Alix presenta una propuesta innovadora que persigue poner en funcionamiento una estrategia digital que vincule el patrimonio cultural y los elementos comerciales de la zona de actuación. Mediante la creación de un tour virtual inmersivo se realizará una representación digital del eje comercial y de la ruta de los museos, generando una experiencia interactiva y multimedia capaz de atraer a nuevos visitantes y a enriquecer la experiencia de compra.

A través de esta actuación se genera una nueva experiencia para el consumidor final, ya que a través de la realidad aumentada es posible que los visitantes planifiquen sus actividades comerciales y de ocio desde la plataforma y, una vez en la zona de actuación pueden disfrutar de una experiencia de marketing personalizada y envolvente.

Las visitas al centro comercial virtual son compatibles con las gafas de realidad aumentada y de realidad virtual, pero también con dispositivos como teléfonos móviles, tabletas y ordenadores personales. El proyecto se articula en dos fases: Durante la primera, se realizará el escaneado de una selección de comercios (40) de la zona de actuación, que por su relevancia o por la tipología de productos se alineen mejor con la conducta de consumidor que presentan los visitantes y turistas. Durante esta fase, también se realizará la captura de imágenes y el procesado y edición de los elementos patrimoniales y culturales fijos, tales como Museos, Salas de Exposiciones y edificios con elevado valor arquitectónico, y se configurará un centro comercial abierto 3D. Al finalizar esta primera fase, que tiene una duración de nueve meses, comenzará una fase de comercialización y difusión, para lo que se pondrá en funcionamiento una estrategia de comunicación digital, en la que se explotarán tres ejes:

- **La expansión a través de la Web y de las redes sociales del Centro Comercial Abierto 3D** de todos las actuaciones localizadas en las inmediaciones del eje comercial-cultural. Con esta actuación se persigue incrementar la propuesta de valor de cara a los comerciantes, incrementar el volumen de consumidores potenciales para la zona de actuación, impulsar acciones de dinamización del punto de venta y acciones de promoción de ventas.
- **Vincular la oferta cultural y de ocio a la acción comercial.** Mediante la creación de ambientes en calles y plazas de la zona de actuación se persigue que la cultura esté en la calle, para que llegue a nuevos consumidores y nuevos públicos. Esta acción, que ha valido a Murcia la selección como ciudad piloto para el despliegue de la Estrategia Europea de la Cultura se vinculará con acciones puntuales de streetmarketing, actuaciones de señalización de los puntos de atracción cultural y comercial, y las campañas de concienciación sobre el comercio local en medios sociales en la que se busca humanizar la figura del comercio local.
- Por último, se incluirá en el entorno físico un conjunto de elementos dirigidos al **reconocimiento del centro comercial virtual en el entorno físico**, con incorporación de información sobre la existencia de este centro comercial virtual en las puertas de los comercios, la señalética de las calles e incluso la aparición de mensajes vinculados al centro comercial virtual desarrollados a través de técnicas de

acupuntura urbana con vinilos en la vía pública. A través de este eje, se busca la omnicanalidad y la mejora de la experiencia del visitante, al ofrecer posibilidades de realidad aumentada que contribuyan a mejorar la experiencia del visitante y contribuyan a una compra más satisfactoria e integrada en sus actividades turísticas y culturales.

Sostenibilidad y economía circular

(Describir brevemente y enumerar las actuaciones incluidas en este apartado de gasto)

La actuación Ruta de los museos - Juan de la Cierva, García Alix incluye cinco actuaciones dirigidas a mejorar la sostenibilidad y el fomento de la economía circular, en primer lugar, se implementará el quinto contenedor (contenedor marrón) junto con una campaña de concienciación para la recogida de residuos orgánicos para incentivar el reaprovechamiento de los desechos orgánicos con el objetivo de recuperar las proteínas y otros nutrientes de estos desechos.

En segundo lugar, se instalará un aparcabici público inteligente, una infraestructura para fomentar la movilidad sostenible que favorezca el uso de la bicicleta posibilitando guardar de forma rápida y segura las mismas.

En tercer lugar, también para fomentar el uso de la bicicleta se instalarán puntos de bicicleta eléctrica compartida. Mediante esta actuación se articula la actuación con la estrategia del vehículo eléctrico municipal, con la que se persigue cambiar la fisonomía de la movilidad a nivel local.

Como cuarta acción de sostenibilidad y economía circular se prevé la implementación de sombraje con producción de energía fotovoltaica para alumbrado público. Esta actuación tiene un carácter demostrador de la importancia que tienen las energías renovables, ya que irá acompañada de una pantalla en la que se apreciará la capacidad eléctrica producida por esta instalación.

Finalmente también se contempla el soterramiento de contenedores en toda la zona de intervención del corredor verde con lo que, además de mejorar el entorno comercial de la zona, se libera espacio en superficie para su utilización por parte de los peatones.

Formación

(Describir brevemente y enumerar las actuaciones incluidas en este apartado de gasto)

Esta actuación incluye dos acciones formativas, dirigidas a mejorar las competencias lingüísticas de los empleados y trabajadores autónomos del sector comercial de los barrios de San Andrés, San Antolín, San Pedro y San Nicolás.

La primera actuación consiste en una acción formativa de inglés comercial para mejorar la atención al cliente de los comercios de la zona de actuación. De esta forma se incrementará su mercado disponible y las posibilidades de captar visitantes y turistas.

La segunda actuación es una acción formativa de español para extranjeros, ya que en el barrio de San Andrés existe una zona con un elevado número de comercios (bazares y tiendas de descuento, tiendas de alimentación productos de importación) regentados por personas de origen extranjero. La formación de español orientada al comercio contribuiría a mejorar la posición competitiva de este tipo de comercios y también reorientar el interés turístico del comercio multicultural que posee el barrio de San Andrés.

3. Breve descripción/resumen del proyecto.

El comercio tiene un papel fundamental como motor de la economía urbana que configura las ciudades como núcleos de atracción de población para la prestación de servicios y abastecimiento de productos. Los cambios en la centralidad en el interior de las ciudades, unidas a la aparición de nuevos canales de distribución de productos y servicios y los cambios socioeconómicos derivados de la crisis económica iniciada en la primera década del siglo, han sumido al comercio minorista tradicional en profundas transformaciones que en unos casos se conceptualizan como crisis y en otros como una oportunidad para la incorporación de la innovación y la mejora de la competitividad urbana.

Ante este panorama, las administraciones públicas y especialmente las entidades locales, cuentan con una importancia fundamental para dar respuesta a algunos de los grandes retos que afrontan las ciudades y que, en

muchos casos, están derivados del cambio de fisonomía que se ha producido en los núcleos urbanos a lo largo de las últimas décadas: Cambios en la movilidad de la población, nuevos requerimientos de accesibilidad, el reto demográfico derivado del envejecimiento de la población, la degradación de los elementos patrimoniales y del parque inmobiliario en los cascos urbanos, las adaptaciones necesarias para acoger a nuevos residentes y la conformación de nuevos hogares, o las cada vez más necesarias políticas de dinamización de la economía urbana.

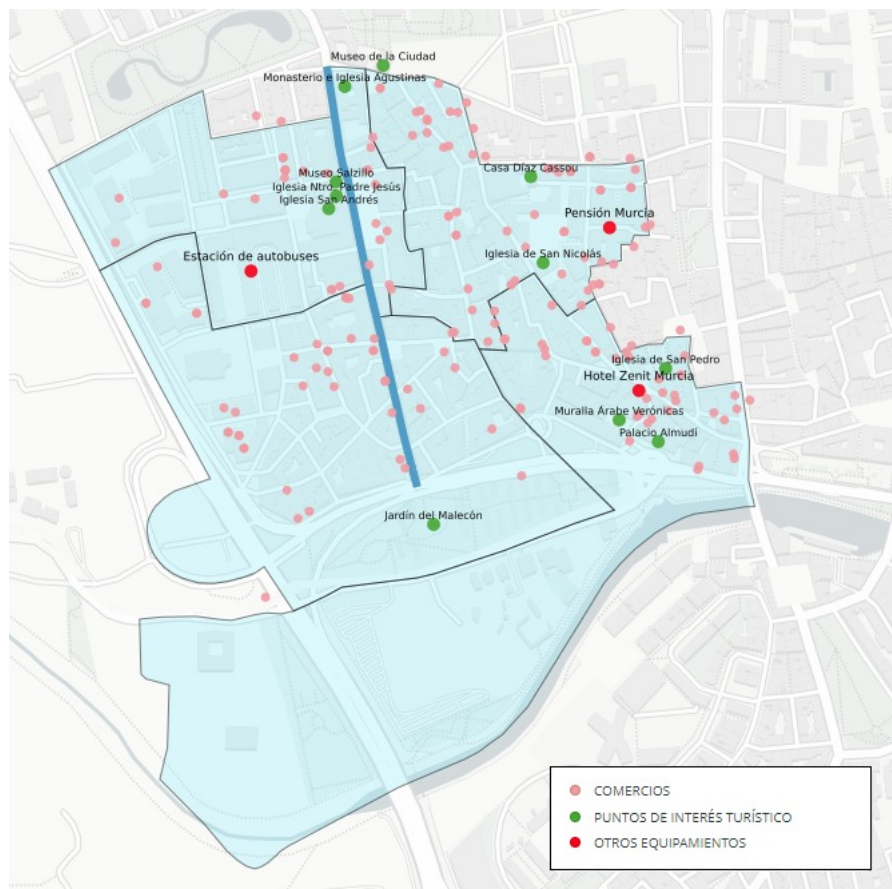
Todos estos retos, además de contar con una trascendencia crucial para el despliegue de las funciones comerciales, suponen auténticas palancas de cambio para las dinámicas urbanas por lo que incidir sobre ellas supone una oportunidad para avanzar en los procesos de desarrollo socioeconómico local. Sin embargo, es necesario ser consciente que este nuevo escenario que se presenta ante nosotros va a requerir nuevas respuestas que requerirán de nuevas capacidades, tanto entre los técnicos municipales, como entre los comerciantes para impulsar procesos de innovación social que sean capaces de mejorar la competitividad de la economía local, desarrollen un escenario más adecuado para el despliegue del comercio y contribuyan, de esta forma, a la mejora de la calidad de vida de la población.

Con esta propuesta, surgida de las prioridades especificadas por el Consejo Social de la Ciudad de Murcia en el proceso de reflexión estratégica sobre la Agenda Urbana Local, se persigue diseñar una intervención que contribuya a mejorar la productividad del comercio de los Barrios de San Andrés, San Antolín, San Nicolás y San Pedro, desarrollando actuaciones sobre la principal arteria comunicadora de estos barrios y generando instrumentos que posibiliten la generación de capacidades y capital social entre los comerciantes (ver mapa 1).

Para ello, se ha partido de la capitalización de experiencias previas en materia de participación ciudadana, peatonalización de calles, intervenciones de regeneración urbana, infraestructuras verdes, formación y generación de capacidades, y fomento del asociacionismo comercial. De esta forma se ha generado una intervención con la que es posible favorecer la incorporación de la innovación en el comercio minorista, favorecer la sucesión empresarial, incorporar elementos que contribuyan a que los barrios sean más amables con el medio ambiente, mejorar las competencias de los comerciantes, desarrollar nuevos cauces de relación y difusión de la información, y experimentar en vías alternativas de generación de competencias idiomáticas.

La propuesta de actuación contempla la semipeatonalización del eje García Alix- Juan de la Cierva para eliminar la barrera que supone para la interconexión de los cuatro barrios, para convertirla en un eje de comunicación entre uno de los principales focos de atracción de población del municipio (Malecón) y generar un itinerario hacia los principales elementos culturales y patrimoniales de los barrios. Esta intervención contempla intervenciones dirigidas a superar las barreras de accesibilidad existentes en la zona de actuación, al desarrollar actuaciones de accesibilidad física y sensorial (plataforma viaria a cota cero, semáforos sonorizados, señalética accesible, etc.). Sobre el eje viario se incorporarán elementos que persigue ejemplificar el uso de tecnologías ambientalmente eficientes, como los aparcabicis inteligentes, las pérgolas fotovoltaicas que contribuyen a reducir la huella de carbono del alumbrado público, la incorporación del contenedor marrón para la recogida selectiva de orgánico o el soterramiento de contenedores para liberar espacio de la vía pública. Por último, se persigue que ese nuevo flujo de visitantes que llegará a estos barrios a través de la ruta de los museos se convierta en un nuevo mercado para los comercios de la zona y para ello se ha desarrollado una programación de acciones formativas sobre inglés de atención al cliente en el comercio y español de atención al cliente para comercios, y la creación de un centro comercial digital en 3D en el que se digitalizarán comercios y puntos de atractivo cultural para, a través de realidad aumentada, mejorar la experiencia de los consumidores y turistas.

Mapa 01. Delimitación de la zona de actuación. Comercios, Corredor Verde de San Andrés y lugares de interés cultural, histórico y patrimonial.



4. Datos del municipio (De acuerdo con lo indicado en el artículo 3 de la presente orden de bases).

i) Número de pernoctaciones al año (indicar el año que se toma como referencia)

En el municipio de Murcia se registraron un total de 784.070 pernoctaciones hoteleras en el año 2019 (último año con serie completa), según datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística.

No existen datos de ocupación hotelera específicos para la zona de actuación, aunque en ella se ubican 117 plazas de las 4.500 existentes a nivel municipal, con lo que se podría estimar un volumen de pernoctaciones aproximado cercano a las veinte mil anuales.

ii) Porcentaje de viviendas de segunda residencia en su municipio (indicar el año que se toma como referencia).

El número de viviendas de segunda residencia en el municipio de Murcia asciende a 14.610 según cifras del Censo de Población y Viviendas 2011 del Instituto Nacional de Estadística, representando un 7,04% del total.

En las secciones censales que componen la zona de actuación existen un total de 360 viviendas secundarias, las cuales representan el 6,26% del total.

iii) Número de habitantes conforme al Real Decreto por el que se declaran oficiales las cifras de población resultantes de la revisión del padrón municipal vigente en el momento de la solicitud.

Según datos del Padrón Municipal de Habitantes, en el municipio de Murcia residen un total de 459.403 personas en el año 2020 (última cifra disponible).

Las secciones censales que conforman la zona de actuación aglutinan un total de 10.565 personas, representando aproximadamente el 2,3% de la población municipal.

iv) Porcentaje de afiliados a la Seguridad Social pertenecientes a las CNAEs 45, 46 y 47 (indicar el año que se toma como referencia).

El número de trabajadores afiliados a la TGSS en el municipio de Murcia en actividades pertenecientes a las CNAEs 45, 46 y 47 fue de 38.748 en el año 2020 (último año con la serie completa), representando el 17,57% del empleo total.

No resulta posible obtener este indicador a un nivel de desagregación territorial que permita su cálculo para la zona de actuación. En este sentido, cabe señalar que los barrios en los que se enmarca la zona de actuación (San Pedro, San Andrés, San Antolín y San Nicolás) concentran 536 establecimientos comerciales y 1.109 establecimientos de servicios según datos del Directorio de Actividades Económicas de la Región de Murcia, representan casi un diez por ciento del total de los existentes a nivel municipal.

5. Delimitación de la zona turística del solicitante.

i. Motivos por los que las actuaciones de la memoria se restringen a esa área en concreto y su delimitación.

El municipio de Murcia, como capital regional, actúa como centro de un área comercial sobre el que gravitan más de dos millones y medio de consumidores. Por este motivo, Murcia se configura como una ciudad multiservicios en el que la oferta comercial, se conjuga con la oferta cultural, patrimonial, etnográfica y gastronómica, configurando una propuesta en las que existen profundas sinergias entre diferentes sectores productivos. Sin embargo, en la actualidad, el impacto que está teniendo el turismo y la llegada de visitantes a la ciudad se circunscribe a los barrios de La Catedral, Santa Catalina y San Bartolomé. Por ello, y como parte de la Agenda Urbana 2030, Murcia está trabajando en la creación de una serie de rutas turísticas como son la Ruta de la Acequia o la Ruta de Los Museos, con los que se puedan conectar las zonas de mayor presencia de visitantes, con barrios tradicionales de la ciudad que albergan grandes valores culturales, como pueden ser los barrios de San Pedro, San Andrés, San Antolín y San Nicolás.

Estos barrios se caracterizan por el profundo proceso de transformación de su estructura demográfica de forma que, si hace unos años eran zonas profundamente envejecidas, en la actualidad son barrios en los que la llegada de residentes extranjeros ha cambiado parcialmente su fisonomía, modificando la estructura del comercio local y generando nuevas oportunidades comerciales en la zona de actuación.

Además, la trama viaria que mantiene la herencia árabe domina en estos barrios se caracteriza por calles estrechas con aceras muy limitadas que condicionan de una forma muy importante el desarrollo de las actuaciones comerciales. Este hecho, unido a que en la zona de actuación se encuentra la Estación de Autobuses, una de las puertas de entrada al municipio y a la Región de Murcia, hace que el acondicionamiento de los viales para hacerlos más amables para transportes blandos se convierta en una prioridad.

Por ello, el proyecto contempla la realización de una actuación emblemática en el eje formado por las Calles Juan de la Cierva y García Alix, que en la actualidad suponen una barrera a la intercomunicación de los cuatro barrios y que gracias a la actuación presentada se persigue su permeabilización y se convierta en el eje de conexión de estas cuatro zonas, a través de un itinerario verde, con especialización comercial y con una importante dotación de servicios para residentes y visitantes.

La actuación sobre estos barrios, además, permitirá profundizar en la conexión de cultura, comercio y gastronomía, al desarrollar sobre este eje peatonal la ruta de los museos, que se alinea con la designación de Murcia como capital gastronómica 2020-2021 (ampliado a 2022) y como municipio piloto para el despliegue de estrategias culturales y etnográficas (Urban Agenda for the EU Partnership on Culture / Cultural Heritage Final Action Plan), que repercutirá positivamente en el impacto a nivel europeo de las actuaciones de este plan y que

sirve para escenificar como este itinerario en la vía pública puede suponer un ejemplo de intervención para mejorar la conectividad entre contenedores culturales (Museo de la Ciudad, Museo Salzillo y Sala de Exposiciones Almudí). De igual forma, la inclusión de las islas de la biodiversidad en el corredor verde puede actuar en sí mismo como nuevo contenedor cultural al aire libre para sacar la cultura a la calle, permitiendo ampliar el público potencial, alcanzando a perfiles de la población que no consumen la cultura y atrayéndolos hacia los contenedores culturales tradicionales. De esta forma, además de ampliar el público potencial, se refuerza el impacto de la inversión en cultura sobre el comercio y la restauración de la zona de actuación.

La zona seleccionada se encuentra dentro de la Zona de Gran Afluencia Turística declarada por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia por Orden de 20 de julio de 2017 de la Consejería de Empleo, Universidades y Empresa (BORM 22 de julio de 2017) y abarca los barrios de San Pedro (0,26km²), San Andrés (0,11km²), San Antolín (0,21km²) y San Nicolás (0,08km²), que cuentan con una población en conjunto de 12,658 habitantes y una clara especialización comercial, con más de mil quinientos establecimientos dedicados a los servicios, de los cuales 536 se focalizan en el comercio minorista de proximidad. La zona de actuación se encuentra muy próxima al centro de la ciudad que es la que presenta una mayor densidad comercial en el municipio y donde la presencia de dos grandes almacenes concentra en sus proximidades a cerca de dos mil comercios minoristas. Por ello, el gran número de activos culturales, patrimoniales, ambientales y etnográficos supone una oportunidad para atraer hacia esta zona de la ciudad a ese importante volumen de consumidores.

A través de la creación de la Ruta de la Acequia y la Ruta de los Museos (corredor verde de García Alix y Juan de la Cierva) se persigue favorecer el acceso a elementos patrimoniales como el importante conjunto de iglesias barrocas de la zona de actuación (Iglesia de San Andrés, Convento de las Agustinas, Iglesia de San Pedro, Ermita del Pilar), contenedores culturales como el Museo de la Ciudad de Murcia, el Museo Salzillo, ubicado en la histórica Iglesia de Jesús (s.XVII) o el acceso a los valores ambientales y etnográficos de la Huerta de Murcia con los que limitan los barrios de San Antolín y San Andrés.

ii. Porcentaje de comercios potencialmente beneficiarios de las actuaciones sobre el total de comercios del área de actuación del beneficiario.

Todos los comercios de la zona de actuación (536) son potencialmente beneficiarios de las actuaciones comprendidas en la Ruta de los Museos (ampliación de aceras en las Calles Juan de la Cierva y García Alix), aunque en ese eje comercial se encuentran únicamente un porcentaje que apenas supera el veinte por ciento del comercio de estos barrios.

Las actuaciones de digitalización afectan a todo el comercio del municipio aunque se trata de una acción piloto que es susceptible de ampliarse a otras zonas comerciales en el municipio.

Las actuaciones de formación afectarán a un total de 30 comerciantes, que presenta el 5,6% del total.

Las actuaciones de fomento de la economía circular afectarán al 100% de los comercios de la zona de actuación.

Se espera que las intervenciones sobre el espacio público, la mejora de la conectividad entre barrios y la atracción de nuevos visitantes tenga un impacto positivo en la creación de nuevas actividades comerciales.

4. Fecha de inicio o fecha prevista

1 de enero de 2022

5. Fecha finalización prevista

31 de diciembre de 2022

6. Presupuesto de inversión total.

(Desglosado por cada una de las actuaciones a realizar)

TIPO DE GASTO	TOTAL INVERSION	IVA	GASTOS ELEGIBLES
Vía pública	1.057.424,08 €	183.519,88 €	873.904,20 €
Formación	37.823,00 €	5.523,00 €	32.300,00 €
Economía circular	462.000,00 €	80.182,68 €	381.818,18 €
Digitalización	34.969,00 €	6.069,00 €	28.900,00 €
TOTAL	1.592.216,08 €	275.294,56 €	1.316.922,38 €
A cargo subvención	921.845,67 €		921.845,67 €
Financiación municipal	670.371,27 €	275.294,56 €	395.076,71 €
% COFINANCIACIÓN	42,10 %	100,00 %	30,00 %

7. Presupuesto de inversión en la anualidad en curso.

Debido a los dilatados plazos de contratación, el proyecto no comenzará hasta el 1 de enero de 2.022 y se prevé que las inversiones comiencen a realizarse en febrero de ese mismo año.

8. Fuentes de financiación.

(Se deberá indicar específicamente si existe cofinanciación y las cantidades y porcentajes aportadas por cada una de las partes, en su caso)

El importe global del proyecto asciende a 1.592.216,08 euros, de los cuales son elegibles 1.316.022,38 euros. Sobre este importe, la financiación a cargo de la subvención representa el 70% del total (921.845,67 euros) y la financiación municipal representa el 30% (395.076,71 euros).

PARTE 2: JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El objetivo de esta parte es justificar la idoneidad del proyecto.

1. Antecedentes

(Especificar si el proyecto se enmarca en algún plan estratégico o desarrollo del Municipio o de la Comunidad, o si es una necesidad sobrevenida. Incluyendo si ya se ha realizado alguna actuación previa o es de nueva creación. Asimismo, también se detallarán aquellas acciones que permitan conocer la situación de partida, pertinencia de las actuaciones a realizar, necesidades del sector comercial, incluidas o no en un plan de viabilidad, o el diseño del plan de acción. Todas ellas deberán conducir a realizar una mejor selección y adaptación de las acciones a emprender por parte del beneficiario).

El comercio minorista ha tenido históricamente una gran importancia en la estructura productiva de Murcia y ha sido esa función la que a lo largo de los siglos ha ido perfilando el actual modelo de ciudad. En la actualidad Murcia es el centro de un área comercial que extiende su influencia sobre sesenta y nueve municipios, algunos de provincias colindantes y aglutinando un gasto potencial de alrededor de 2.100 millones de euros.

En este entramado, el comercio minorista de proximidad tiene una importancia crucial, absorbiendo en la actualidad cerca del 20% del empleo municipal y presentando una clara especialización que va más allá de la que presentan otros sectores emblemáticos para la economía local como el sector agrario o la construcción. De esta forma, el municipio de Murcia registra cerca del 45% del empleo regional en el sector comercial y el municipio cuenta con más de 11.636 establecimientos que se reparten a lo largo de sus 881,86 km². En total, el municipio cuenta con una superficie comercial de más de 922,279 metros cuadrados.

Esta importancia, unido a la gran transformación que está experimentando el retail a lo largo de las últimas décadas, propició que en el año 2014 se pusiera en funcionamiento el Plan Estratégico de Actuación para el comercio minorista del Municipio de Murcia. Esta estrategia, que se mantiene vigente hasta nuestros días, contempla seis líneas estratégicas con las que se pretende dar respuesta a los retos existentes en materia de financiación, aparición de nuevos canales de comercialización, incorporación de la innovación, generación de capacidades en el capital humano, fomento del capital social y el asociacionismo, y las especificidades territoriales y económicas del municipio de Murcia.

Esta estrategia ha permitido consolidar la marca Muác (Murcia Área Comercial) a la que se han adherido 18 asociaciones de comerciantes y ha contribuido a la creación de la Federación de Asociaciones del Área Comercial de Murcia (FeMuác), a través de la que se canalizan las actuaciones dirigidas a la fidelización de los clientes en el comercio minorista y las acciones de dinamización de ventas.

Además de la estrategia de comercio, en el año 2015, Murcia comenzó un proceso de reflexión de los habitantes de la ciudad sobre sus prioridades, problemas, modelos de desarrollo territorial y económico y la forma de afrontar los retos a los que Murcia tenía por delante, y que se concreta en la aparición de la Estrategia Murcia 2020. De esta forma, la Estrategia Murcia 2020 de una forma realista, sistemática, integral y sostenible, sienta las bases de una ciudad moderna, transparente, amable y ambientalmente respetuosa. Murcia, en esta estrategia, parte de su especialización productiva como centro multiservicios para su área comercial y se comienza a explorar las sinergias entre turismo, patrimonio, cultura, comercio y gastronomía, desarrollando un conjunto de líneas de actuación dirigidas a favorecer la coordinación de diferentes administraciones, incorporar la innovación en los sectores productivos y específicamente en el comercio minorista, la adecuación del entorno urbano para hacerlo más amable para residentes y visitantes, la incorporación de soluciones e infraestructuras verdes para dar respuestas al nuevo espacio urbano y la vinculación entre el universo online y el offline en las áreas productivas.

Este nuevo marco estratégico local obtiene el reconocimiento de agentes nacionales y europeos para desarrollar intervenciones transformadoras y proyectos piloto, entre los que se encuentra la Estrategia de Desarrollo Urbano y Sostenible Murcia Innovación y Tradición, el convenio para el desarrollo del Proyecto de las Fortalezas del Rey Lobo, el proyecto de renaturalización del Río Segura a su paso por Murcia, la inclusión de Murcia en la Red de Ciudades de Alta Velocidad y más recientemente la selección del municipio como experiencia piloto para la Implementación de la Agenda Urbana, la designación de Murcia como Capital Gastronómica (2020-2021) o la selección de Murcia como municipio para la implementación de la acción piloto de la Agenda Europea para la

Cultura. Todas estas intervenciones resaltan la vocación de transformación de Murcia en un destino para el turismo sostenible y la valorización de sus activos como capital cultural, gastronómica y comercial.

En la actualidad, los trabajos orientados a la elaboración del Plan de Acción de la Agenda Urbana 2030 se están focalizando en profundizar en la vinculación de los sectores turístico, comercial, gastronómico y cultural, buscando el incremento de su competitividad a partir de la profesionalización, la modernización, la digitalización y el desarrollo de las competencias personales, técnicas y lingüísticas. En este sentido, se ha identificado que es la inversión en el activo humano el que se presenta como más eficaz en un contexto cambiante que ha sufrido grandes transformaciones. En este proceso de adaptación a las restricciones derivadas de la pandemia, a la creciente incorporación de nuevas tecnologías, a los cambios de centralidad en las ciudades y a las modificaciones en los hábitos de vida de los ciudadanos la inversión en talento y la incorporación de la innovación se perfilan como los grandes retos a los que hay que dar respuesta.

2. Justificación del proyecto/actuación. Responder a las siguientes cuestiones:

¿Por qué es importante realizar el proyecto?

A pesar de que Murcia es el séptimo municipio en población de España y que el mercado potencial del área comercial que atrae es de más de dos mil millones de euros, tiene una capacidad muy limitada para atraer visitantes, siendo una de las capitales de provincia que menos turismo refleja. Sin embargo, este hecho, lejos de ser una debilidad se conceptualiza como una ventaja ya que según los últimos estudios, los viajeros están optando por destinos no masificados y sostenibles. Es ahí donde Murcia quiere aprovechar la oportunidad para conseguir que esos visitantes más comprometidos con la sostenibilidad y deseosos de una experiencia de calidad se vinculen a la oferta cultural y comercial del municipio. Es necesario recordar, que en la mayor parte de las ocasiones, el mercado disponible para el comercio minorista de proximidad es realmente pequeño y su radio de acción se limita en muchos casos a una calle, un par de manzanas o, en el mejor de los casos un distrito o una pequeña población esto es especialmente marcado en los barrios turísticos del municipio, La Catedral, Santa Catalina y San Bartolomé. Este aspecto, unido a las limitaciones para incorporar la innovación y mejorar la productividad que ha presentado tradicionalmente el comercio minorista de proximidad han provocado que el interés por los consumidores se haya ido desplazando a otras propuestas comerciales más atractivas, dinámicas... y también globales.

Sin embargo, en esa atomización, en esa limitada definición de sus procesos productivos y, especialmente, en esa flexibilidad que caracteriza a este sector, es donde reside la capacidad del comercio minorista tradicional para generar propuestas interesantes que permitan generar nuevas líneas de negocio. Asimismo, que permitan considerar que existen diferentes tipos de clientes, diferentes deseos y hábitos de consumo y por tanto, espacio para diferentes tipos de comercio que respondan no tanto a la oferta de productos y servicios, como a la comercialización de estilos de vida y experiencias de compra.

En esta transición de un modelo a otro hay dos elementos que son esenciales para el éxito. Por un lado, la existencia de un número de comercios mínimo que permita experimentar sobre las dimensiones de la mejora del entorno urbano y el desarrollo de urbanismo comercial, el despliegue de iniciativas basadas en la economía circular, la generación de capacidades, especialmente las idiomáticas, y la incorporación de la innovación en el comercio minorista y su digitalización. Por otra parte, es esencial que el tejido comercial esté apoyado por la administración local para impulsar esa transformación.

La intervención del Ayuntamiento de Murcia, como beneficiario de la ayuda para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas les permitirá actuar a la administración como un actor más para la "dinamización socioeconómica local", actuando como un "hub" de interconexión de los comerciantes para impulsar procesos de transformación.

Por otra parte, este proyecto actúa como facilitador de los procesos de transición y, específicamente, desde la óptica de proporcionar la capacidad financiera suficiente para impulsar una gran transformación del entorno urbano para hacerlo más sostenible, más amable para los ciudadanos y más atractivo para el comercio. En este proceso de ampliación del mercado disponible para el comercio minorista (a través de la atracción de visitantes a estos barrios mediante la creación del corredor verde de San Andrés denominado "Ruta de los museos") y de mejora de las competencias idiomáticas de los comerciantes, se incluye también un proceso de fomento del

emprendimiento comercial consistente en la monitorización y seguimiento de los procesos comerciales, actuando para identificar nuevas oportunidades de negocio (detección de huecos de mercado, oportunidades de negocio y registro de locales vacíos), campañas de fomento del comercio local y actuaciones dirigidas a mejorar la sostenibilidad del sector retail.

Para desarrollar estas tareas, el proyecto cuenta con la existencia de estructuras ligadas a la corporación municipal dedicadas a la prospección de oportunidades de negocio, con servicios de asesoramiento comercial dirigidos a que aquellas iniciativas no rentables se pudieran reorientar hacia nuevos modelos de negocios, y con asesoramiento sobre vías para mejorar el acceso a la financiación y fomentar la aparición de nuevas líneas de negocio en sectores emergentes.

¿Qué problema o problemas busca resolver?

La propuesta de intervención planteada, busca principalmente la solución de los siguientes problemas asociados a la actividad comercial:

- Falta de accesibilidad. La especial configuración de la trama viaria existente en la zona de actuación, vinculada a su origen árabe y caracterizada por calles estrechas con aceras muy limitadas, condiciona en gran medida el desarrollo de una actividad comercial atractiva para el cliente. A ello hay que añadir la existencia de barreras arquitectónicas que reducen el nivel de accesibilidad.
- Entorno más amable. A la falta de accesibilidad descrita anteriormente, caben unir otros aspectos que pueden influir en el bajo atractivo de la zona en materia comercial: por un lado, la relativamente alta intensidad del tráfico rodado; por otro lado, un estado claramente mejorable del mobiliario urbano.
- Reducción de ruido. La intensidad del ruido propia de vías con una fuerte densidad de tráfico se configura como otro de los aspectos sobre los que se busca incidir, apostando por medios de transporte blandos y devolviendo el espacio urbano a la ciudadanía.
- Prevención de fuga de ventas. En los últimos años se está asistiendo a un acentuado retroceso de la actividad comercial tradicional, en favor de nuevas modalidades de establecimientos ubicados en grandes instalaciones, los cuales atraen a cada vez una mayor proporción de los clientes potenciales. La actividad comercial es una de las señas de identidad de ciudad, resultando de vital importancia recuperar dicha esencia.
- Fomento de emprendimiento – continuidad comercial y transición generacional. El declive del comercio tradicional no se explica únicamente a través de la existencia de otras modalidades comerciales más innovadoras. El difícil relevo generacional se sitúa también como otros de los principales condicionantes que limitan la modernización del sector y el incremento de su competitividad.
- Conexión de focos de atracción de visitantes. Pese a la cercanía de la zona de actuación al centro histórico y corazón turístico y comercial de la ciudad, no se beneficia del elevado tránsito de personas que se registra. Existen elementos de interés turístico que pueden actuar como polos de atracción y crear un itinerario turístico-comercial en un entorno amable, extendiendo así el centro neurálgico de Murcia.

¿Qué se quiere realizar con el proyecto

Las actuaciones a realizar en el proyecto podrían clasificarse en tres grupos en función de los objetivos perseguidos por cada una de ellas:

1. Acondicionamiento físico de la zona para construir un espacio amable
 - Mejora de la accesibilidad y eliminación de barreras arquitectónicas
 - Creación de espacios verdes
 - Mejora del mobiliario urbano
2. Mejora del servicio prestado en los establecimientos
 - Capacitación idiomática de comerciantes.
 - Impulso a la presencia de los comercios en la red, generación de una propuesta de valor diferencial para los visitantes y turista, y explotación de canales alternativos
3. Incremento de la sostenibilidad en la actividad
 - Apuesta por medios de transporte blandos
 - Instalación de nuevos contenedores marrones y soterramiento de los existentes

- Implantación de equipamientos que apuesten por las energías renovables

¿Cuáles son los beneficios que se buscan obtener con el proyecto

- Recuperación de la función comercial en zonas donde la actividad se ha reducido notablemente en los últimos años.
- Mayor sostenibilidad en la actividad comercial y en la gestión de los servicios públicos.
- Mejora de la accesibilidad en la vía pública.
- Regeneración integral de barrios tradicionales.
- Incremento del uso de medios de transporte blandos.
- Capacitación del capital humano en el sector comercial.

3. Objetivo/s general/es

Transformar la zona de actuación en un espacio destinado al ocio y al comercio de referencia, convirtiéndola en punto de atracción turístico caracterizado por su amabilidad con el viandante.

4. Objetivo/s específico/s

Para la consecución del objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Crear un espacio más amable para el viandante, con accesibilidad universal total en un entorno verde.
- Incorporar equipamientos que incidan en la optimización en el uso de recursos y la eficiencia energética.
- Incentivar el uso de medios de transporte blandos.
- Incorporar la digitalización a los procesos de negocio de los comercios de la zona.
- Mejorar la cualificación de los comerciantes ubicados en la zona de actuación.

5. Grado de alineación de la propuesta con el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la UE y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España.

(Se deberá indicar de manera motivada la concordancia de la propuesta con las políticas indicadas.)

La Ruta de los museos - Juan de la Cierva, García Alix se concibe a partir del proceso de reflexión para la elaboración de la Agenda Urbana de Murcia 2030, que ha sido seleccionada por el Ministerio de Fomento como experiencia piloto de su plan de implementación. Entre las actuaciones de la Agenda se contempla la creación de una serie de rutas turísticas que buscan conectar las zonas de mayor presencia de visitantes, con barrios tradicionales de la ciudad que albergan grandes valores culturales. Específicamente las actuaciones que comprende este proyecto se alinean con los objetivos específicos cinco, siete y nueve de la Agenda Urbana Española, contenida en el Componente 2 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, pieza clave en el cumplimiento de los compromisos europeos y nacionales en materia de energía, clima y digitalización.

Esta intervención también se alinea con el Componente 4, fundamentalmente a través de la creación de las Islas de la Biodiversidad, en el eje de intervención que contribuye a la restauración ecológica de las zonas verdes del área de actuación. Las Islas de la Biodiversidad favorecen la presencia de fauna beneficiosa que forma parte de las cadenas tróficas y/o que interviene en el control biológico de otras especies. Además, permiten el acondicionamiento de bandas florales y refugios con composteras de hojas, hoteles de insectos, selección de vegetación autóctona, etc., facilitando la existencia de alimento a la vez que sirven como zonas refugios y nidificación contribuyendo a la conservación de la biodiversidad terrestre.

Desde la Estrategia Murcia 2020 y actualmente con la elaboración de la Agenda Urbana de Murcia, se avanza en la implementación de políticas que implican a los administrados contribuyendo a mejorar la eficacia de las propuestas. Así, esta intervención surge de las prioridades especificadas por el Consejo Social de la Ciudad de Murcia en el proceso de reflexión estratégica sobre la Agenda Urbana Local, a la vez que capitaliza experiencias previas en materia de participación ciudadana. Por tanto, esta propuesta se alinea con el cuarto eje del Componente 11, que persigue la modernización de la gestión pública, para asegurar una gobernanza estratégica y nuevos mecanismos de rendición de cuentas.

La propuesta también se alinea al componente 13 específicamente en el ámbito que tiene que ver con la digitalización, innovación y apoyo al comercio gracias a la implementación de estrategias digitales para mejora del nivel de ventas entre los visitantes. En este sentido, la Ruta de los Museos – Eje comercial Juan de la Cierva-C/ García Alix es una propuesta innovadora que busca poner en funcionamiento una estrategia digital asociando el patrimonio cultural con los elementos comerciales de la zona de actuación. A través de la configuración de un centro comercial abierto 3D que ofrezca una representación digital del eje comercial y de la ruta de los museos generando una experiencia interactiva y multimedia. Con este tour virtual, pretende generar una nueva experiencia para el consumidos final contribuyendo a que los visitantes planifiquen sus actividades comerciales y de ocio desde esta plataforma disfrutando de una experiencia de marketing más satisfactoria e integrada a las actividades turísticas y culturales.

En línea con lo anterior, esta propuesta también se enmarca en el Componente 14 impactando sobre las actuaciones que tienen que ver con el Programa de digitalización e inteligencia para destinos y sector turístico, a través de la vinculación de los sectores turístico, comercial, gastronómico y cultural, buscando el incremento de su competitividad a partir de, entre otros aspectos, la profesionalización, la modernización, la digitalización del sector y la accesibilidad de los destinos. Para ello la propuesta Ruta de los museos - Juan de la Cierva, García Alix contribuye con las actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad, por un lado, a través de la mejora de zonas comerciales mediante actuaciones de mejora del entorno urbano, sustituyendo el de carril de tráfico rodado por un espacio peatonal y ciclable, por otro lado, a través del desarrollo de acciones regeneración urbana para la regeneración integral de calles y avenidas que vertebran los barrios de la zona de intervención.

Asimismo, se trabaja en la reconversión de zonas turísticas mediante la creación del corredor verde con especialización comercial y con una importante dotación de servicios para residentes y visitantes conectando zonas de mayor atractivo turístico con barrios cercanos con elementos patrimoniales y etnográficos de gran significancia, con ello se persigue: ampliar la zona de influencia de las actuales zonas turísticas de la ciudad; diversificar la oferta turística del municipio y potenciar la sinergia turismo-comercio-gastronomía estimulando la configuración del destino turístico como verdadero hub de innovación, sostenibilidad turística y de dinamización económica. También alineado a las acciones del Componente 14 se plantean las acciones de formación en competencias idiomáticas para comercio y turismo para mejorar la formación de los trabajadores del sector y que a su vez revierta en una mejor atención al turista.

Además, esta propuesta favorece: la inversión en nuevas tecnologías dirigidas tanto a la mejora de la gestión interna del establecimiento comercial, como a la mejora de las ventas turísticas mediante la creación del centro comercial abierto 3D, la implantación de redes WiFi para mejorar la experiencia de cliente y la generación de sinergias con otros sectores que supongan beneficio mutuo; el desarrollo de estrategias digitales para potenciar las zonas de turismo de compras a través de la creación de Apps y de contenidos multimedia para la promoción comercial; plantea la creación de soluciones de accesibilidad universal en el diseño del itinerario verde. Estas mismas acciones conectan con el Competente 15 ya que se favorece el desarrollo de infraestructuras esenciales para el proceso de digitalización y modernización del turismo y el comercio.

Finalmente, la propuesta Ruta de los museos - Juan de la Cierva, García Alix se alinea con el Componente 24 que persigue la dinamización de la cultura para facilitar el acceso a la cultura y favorecer la sostenibilidad y la consolidación del sector a través de las Islas de la Biodiversidad que actúan como contenedores culturales al aire libre sacando la cultura a la calle, diversificando la oferta cultural, ampliando el público potencial y alcanzando a perfiles que habitualmente no consumen cultura reforzando la sinergia cultura-turismo-comercio y favoreciendo la gestión sostenible de las infraestructuras culturales.

6. Grado de alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

(Se deberá indicar de manera motivada las metas y objetivos de los ODS que contribuye a conseguir.)

La puesta en marcha del proyecto contribuirá a alcanzar algunas de las metas definidas en los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:

ODS 8.- Trabajo decente y crecimiento económico

Se contribuye al logro de la meta 8.3.- *Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento [...] y el crecimiento de las microempresas*, ya que contribuirá a fortalecer el comercio y crear nueva actividad en la zona, mejorando las condiciones laborales de sus trabajadores. También contribuirá a la creación de empleo, de acuerdo con la

meta 8.5.- *Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente.*

ODS 11.- Ciudades y comunidades sostenibles

De manera directa, la mejora de la zona de actuación en materia de accesibilidad y amabilidad con los viandantes y la creación de zonas verdes se vincula con la meta 11.7.- *Proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles.* La dinamización de la actividad comercial contribuiría por su parte, de forma indirecta, a la consecución de la meta 11.6.- *Reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades,* al promover un comportamiento de compra responsable en comercios de proximidad, que reduciría los desplazamientos en vehículo hacia otras modalidades de establecimientos por parte de los vecinos residentes en la zona de influencia. De igual manera, la puesta en marcha de actuaciones dirigidas al fomento del uso de medios de transporte blandos (aparcabicis, puntos de alquiler de bicicletas), así como las orientadas a la optimización en el uso de recursos y la eficiencia energética (sombrajes con producción, contenedores marrones), tendrían un efecto positivo sobre esta meta 11.6.

ODS 12.- Producción y consumo responsables

La implementación de contenedores para la recogida y reutilización de residuos orgánicos (contenedores marrones) se vincula directamente con la meta 12.5.- *Reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.*

ODS 15.- Vida de ecosistemas terrestres

La creación de islas de biodiversidad con el objetivo de incrementar la presencia de fauna en el núcleo urbano se vincula estrechamente con la meta 15.9.- *Integrar los valores de los ecosistemas y la diversidad biológica en la planificación local.*

7. Capacidad del proyecto de dinamizar, incorporar nuevas tecnologías, actualizar y enriquecer la oferta comercial del municipio, así como de revitalizar la actividad comercial.

Todas las actuaciones contempladas en el proyecto contribuyen de manera directa a la revitalización de la actividad comercial del municipio, específicamente en la zona de actuación y área de influencia (barrios de San Andrés, San Pedro, San Antolín y San Nicolás), debido fundamentalmente a su orientación a la creación de un entorno más amable con el viandante: zonas verdes, eliminación de barreras arquitectónicas, soterramiento de contenedores, puntos de aparcamiento de bicicletas, peatonalización, etc. La puesta en marcha de este corredor verde se configura como el elemento clave sobre el que articular una oferta comercial amplia, que se complementa con los distintos equipamientos turísticos que posee la ciudad en las inmediaciones. Se ha demostrado que la transformación de la vía pública en este tipo de espacios, relacionados en mayor medida con el esparcimiento y el ocio, eleva el número de visitantes y el tiempo que estos dedican a sus compras, tal y como ocurre en la zona centro de la propia ciudad de Murcia (calles Platearía, Trapería y entorno de la Catedral).

El proyecto contempla también la aplicación de nuevas tecnologías en la gestión de la actividad comercial y del entorno, que pueden tener un impacto igualmente notable en la consolidación de la zona como un espacio de referencia del comercio a nivel supramunicipal. Así, intervenciones como la creación de tours virtuales que posibiliten visitas en realidad aumentada; el uso de sombraje productivo no solo para el beneficio del viandante sino para la generación de un sistema de captación de energía fotovoltaica que sirva para el autoabastecimiento eléctrico del alumbrado; la implantación de un punto de alquiler de bicicletas eléctricas perteneciente a la red municipal que facilite el acceso a la población; o la incorporación de las redes sociales a los procesos de marketing en el marco de la estrategia MUÁC, son algunos de los ejemplos del uso de las nuevas tecnologías que se recogen.

Por su parte, la formación de los profesionales del sector en idiomas contribuye a una mejora en el servicio que ofrecen que redundará en una actualización y enriquecimiento de la oferta comercial desde el punto de vista de la calidad de la atención prestada.

8. Capacidad del proyecto para mejorar el atractivo turístico y atraer a nuevos perfiles de turistas y visitantes de la zona.

La capacidad del proyecto para mejorar el atractivo turístico de la zona es alta. Según cifras de la última *Encuesta de satisfacción y hábitos de consumo de visitantes a la ciudad de Murcia* elaborada por el Ayuntamiento de Murcia (2018), la realización de compras es la tercera actividad más popular entre los

visitantes, únicamente por detrás de las experiencias gastronómicas y la visita al patrimonio artístico y cultural de la ciudad. Por otra parte, los resultados de la encuesta dejaban entrever un bajo nivel de satisfacción de los viajeros con la disponibilidad de zonas verdes y entorno natural, siendo señalado únicamente por el tres por ciento de los encuestados como el factor más atractivo de la ciudad.

El análisis conjunto de ambas cifras deja entrever, por un lado, el importante papel que juega el comercio para los visitantes; y por otro, el margen de mejora de la ciudad en materia de disponibilidad de zonas verdes y espacios amables para los visitantes. Esto permite deducir que una notable mejora en la oferta de equipamientos verdes, en un espacio compartido con una amplia oferta comercial de calidad, puede ser una buena fórmula para crear áreas de atracción turística.

Esta idea se refuerza, además, por la posición estratégica que tiene la zona de actuación respecto a grandes equipamientos vinculados al tránsito de visitantes a la ciudad, conteniendo en su interior: estación de autobuses, museo Salzillo, museo de la Ciudad, centro de exposiciones Palacio Almudí, varias iglesias de interés; así como establecimientos hoteleros. De igual manera, colinda en su límite este con la Gran Vía, avenida que vertebrada de norte a sur el corazón de la ciudad, y la separa con la principal zona de atracción comercial de la misma: las calles Platería y Trapería. Por su parte, en la zona sur se ubica el Jardín del Malecón, el más extenso a nivel municipal y principal pulmón verde de la ciudad.

Esta ubicación privilegiada dota al proyecto de grandes posibilidades, permitiendo la creación de sinergias con otras actuaciones planificadas en el entorno más cercano, fundamentalmente aquellas relacionadas con la creación de itinerarios museísticos, o con la puesta en marcha de actividades culturales a pie de calle, permitiendo conectar el centro histórico con la zona de actuación en este sentido.

En lo que respecta a la atracción de nuevos perfiles de visitantes a la zona, el proyecto podría tener un impacto notable sobre todo en el incremento de personas procedentes de otros municipios cercanos a través de autobús, que encontrarían un entorno comercial y de ocio sin necesidad de desplazarse hasta zonas más alejadas de la ciudad, aspecto que puede actuar como limitador en la actualidad.

9. Capacidad del proyecto para mejorar los servicios prestados a turistas y visitantes de la zona, tanto en el comercio como en la zona comercial y alrededores.

Se espera que las actuaciones físicas a realizar sobre la zona de intervención tengan un efecto marcadamente acentuado en la mejora de los servicios prestados a turistas y visitantes de la zona. La creación de un corredor verde que transforme la calzada en un entorno amable con los viandantes y lo convierta en un lugar de esparcimiento y ocio se configura como el emplazamiento ideal para poner en marcha un catálogo de equipamientos y servicios que mejoren la experiencia de las personas que visitan la zona (así como de los residentes en la ciudad, principalmente en los barrios colindantes). En cualquier caso, por sí sola, esta transformación de la vía pública ya supone una sensible mejora en este sentido.

En lo que respecta a los servicios comerciales, la señalización de los puntos de interés comercial, la mejora de la capacitación de los profesionales del sector a través de cursos de idiomas, la puesta en marcha de una plataforma para la realización de tours virtuales a los establecimientos comerciales, o las distintas actuaciones enmarcadas en el plan de dinamización comercial MUÁC – Murcia Área Comercial (descuentos, promociones, concursos, etc.), pueden contribuir notoriamente a la mejora de la calidad del servicio prestado, aumentando su competitividad y su cuota de mercado.

Desde un punto de vista más amplio, intervenciones como la mejora del mobiliario urbano, la implementación de puntos de alquiler de bicicletas, la instalación de aparcabici, el soterramiento de contenedores o la instalación de sombrajes, se configuran sin duda como mejoras sobre el equipamiento ya existente que van más allá de la actividad comercial.

10. Capacidad de innovación y carácter demostrativo del proyecto presentado.

Tal y como se ha descrito en los apartados anteriores, el sector comercial tradicional en general, y especialmente el ubicado en la zona de actuación delimitada, presenta grandes carencias en materia de innovación y penetración de las TIC. En este sentido, el potencial impacto beneficioso que puede tener sobre la competitividad de la actividad comercial las distintas intervenciones planteadas en el proyecto es muy grande.

En las últimas décadas, se ha asistido a una notable pérdida del volumen de negocio de la actividad comercial

tradicional en la ciudad de Murcia, en detrimento por un lado, de nuevos establecimientos radicados en centros comerciales instalados en la zona norte del municipio; y por otro lado, de canales de comercialización establecidos a un mayor nivel, fundamentalmente comercio online.

En este escenario, resulta clave intentar adaptar la actividad comercial tradicional a las nuevas necesidades existentes en la población y sus nuevos comportamientos de compra. Teniendo en cuenta esta situación, los principales efectos que se prevén con la puesta en marcha del proyecto podrían sintetizarse en los siguientes:

- Incremento del mercado potencial a través de la puesta en marcha de nuevos canales de comunicación. La creación de tours virtuales, así como las actuaciones contempladas en materia de difusión dentro de la estrategia MUÁC (con una fuerte presencia online) contribuirán en gran medida a impulsar el alcance de la oferta comercial de la zona de actuación.
- Mejora de la experiencia del consumidor a través de las actuaciones en la vía pública. La reconversión de la zona de intervención en un corredor verde, con intervenciones en materia de renovación de mobiliario urbano, eliminación de barreras arquitectónicas, dotación de sombrajes, señalética comercial, instalación de puntos de alquiler de bicicleta, etc. contribuye sin duda a la atracción de nuevos consumidores que buscan realizar sus compras en una zona amable destinada al esparcimiento y al ocio.
- Incremento de la cualificación de los comerciantes en materia idiomática. La ciudad de Murcia cada vez presenta un mayor volumen de turismo procedente de todas las partes del mundo, configurándose como una cada vez mayor fuente potencial de clientes para los comercios de la ciudad. Resulta necesario, en este contexto, llevar a cabo actuaciones dirigidas a mejorar la interlocución de los profesionales del sector con este segmento, hecho que puede conllevar a un incremento sensible del volumen de negocio. De igual manera, resulta prioritaria la formación en lengua española de aquellas personas extranjeras que se sitúan al frente de una actividad comercial.
- Generación de sinergias con la actividad turística. La ubicación en las inmediaciones de numerosos puntos de interés turístico, así como la proximidad al centro histórico de la ciudad y principal punto neurálgico de la actividad comercial, puede contribuir a crear rutas que integren la actividad comercial con la turística.

La puesta en marcha de una batería de actuaciones dirigidas a mejorar la actividad comercial tradicional desde numerosos ámbitos (mejora física de la vía pública, capacitación del capital humano, digitalización de la actividad, integración con otros sectores, etc.) supone una ambiciosa intervención sin precedentes a nivel local. La monitorización de todo el proceso permitirá trasladar los resultados y conocimientos obtenidos en diferentes foros y grupos de trabajo en materia comercial en los que el Ayuntamiento de Murcia tiene representación, tanto a nivel nacional como internacional, permitiendo no solo incrementar el impacto de las actuaciones, sino sirviendo como base para la aplicación de medidas similares en otros territorios, y beneficiándose de las sinergias generadas en estos espacios que pueden ser incorporadas con carácter continuista a la intervención.

11. Contribución del proyecto a la mejora de la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular.

Todas las inversiones contempladas en el proyecto están dirigidas en mayor o menor medida a actuaciones que contribuyen a la mejora de la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular.

La creación de islas de biodiversidad tiene un efecto positivo directo sobre la calidad ambiental de la ciudad, favoreciendo la presencia de fauna beneficiosa que forma parte de las cadenas tróficas y/o interviene en el control biológico de otras especies, contribuyendo a la restauración y buen mantenimiento de las zonas verdes. Disponer de zonas verdes con vegetación en buen estado se configura como un aspecto clave para absorber las emisiones de CO₂ generadas a diario en la ciudad, mejorando notablemente la calidad ambiental de la misma al reducir el nivel de contaminantes.

Otras actuaciones enmarcadas en el proyecto que contribuyen a mejorar la calidad ambiental serían las dirigidas al fomento del uso de medios de transporte blandos, como la instalación de aparcabicis, la puesta en funcionamiento de un punto de alquiler de bicicletas eléctricas o la peatonalización de la zona, dado el impacto que tienen sobre la reducción de emisiones propias de otros sistemas de transporte.

En materia de eficiencia energética, cabría destacar la implementación de sombrajes con producción de energía fotovoltaica dirigidas a satisfacer el consumo del alumbrado público. La Región de Murcia se configura como una de las áreas con más horas de insolación al año de toda Europa, registrándose más de 3.300 en el año

2020 según cifras del Centro Meteorológico Territorial de Murcia. Esto deja entrever el enorme potencial de desarrollo de este tipo de intervenciones a nivel local.

En cuanto a economía circular, la implantación del quinto contenedor (contenedor marrón) para la recogida de residuos orgánicos procedentes de la actividad comercial pretende impulsar la sostenibilidad del sector, contribuyendo a reducir la cantidad de basura orgánica que llega a los vertederos y posibilitando un mejor tratamiento de una fracción de residuos que pueden ser reutilizados en la producción de energía renovable.

Desde un punto de vista más amplio, la reactivación de la actividad comercial en la zona (principal objetivo del proyecto) propicia un incremento del consumo en comercio de proximidad por parte de la población residente en la zona de actuación. Esto conlleva una reducción del uso del vehículo privado para el acceso a otro tipo de establecimientos comerciales por parte de este segmento, redundando así de manera positiva en la consolidación en el largo plazo de una economía más baja en carbono, y contribuyendo a la consecución de una ciudad más sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

12. Alcance territorial del proyecto y capacidad tractora. Indicando el número y denominación de los municipios sobre los que tienen impacto y justificación de su potencial tractor.

Se espera que la ejecución del proyecto sea capaz de fortalecer la actividad económica del área de intervención, creando una nueva zona comercial de referencia dentro del casco urbano de Murcia, que, en combinación con el resto de los equipamientos de interés turístico existentes en las inmediaciones, sirva de polo de atracción a los visitantes de la ciudad. En este sentido, por tanto, el alcance territorial del proyecto es notable, pues anualmente visitan la ciudad de Murcia 482.196 viajeros (Encuesta de Ocupación Hotelera 2019) de todos los puntos del mundo. Además, según la última *Encuesta de satisfacción y hábitos de consumo de visitantes a la ciudad de Murcia* elaborada por el Ayuntamiento de Murcia (2018), la realización de compras se configura como la tercera actividad de preferencia para los viajeros recibidos, con un 25,1% de las respuestas obtenidas.

En una menor escala, Murcia se configura como el centro económico y comercial de un amplio territorio que abarca la propia provincia, zonas limítrofes de las provincias de Alicante y Albacete y algunos municipios situados en el norte de las provincias de Almería y Granada. En conjunto, el Área Comercial de Murcia está formada por un total de 69 municipios ubicados en un radio de 140 kilómetros, concentrando a un total de 1,7 millones de habitantes aproximadamente. A nivel nacional, es la séptima Área Comercial más amplia en volumen de población, tan solo por detrás de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Alicante y Málaga.

El efecto tractor que puede generar la dinamización de la actividad comercial dentro de la zona de intervención es notable. El comercio tradicional de barrio está viendo en los últimos años como su actividad es sustituida por nuevas formas de distribución comercial (principalmente grandes equipamientos comerciales y comercio online). En el caso de Murcia, la zona centro, tradicionalmente el corazón comercial de la Región de Murcia está experimentando un proceso de despoblamiento comercial en detrimento de nuevos establecimientos pertenecientes en su mayoría a grandes cadenas que se implantan en los centros comerciales existentes, especialmente en las pedanías ubicadas inmediatamente al norte de la ciudad. Este proceso de desaparición de la actividad comercial tiene importantes efectos no solo sobre su capacidad de generación de empleo, sino también sobre el mantenimiento físico de los barrios. Dinamizar la actividad comercial, por tanto, puede ser el punto de partida de un proceso de reactivación económico transversal al que se unan otro tipo de actividades (hostelería, prestación de servicios privados, etc.) producto del incremento de tránsito de personas generado. Esto como es obvio tiene un efecto positivo en el largo plazo en el mantenimiento físico (iluminación, mobiliario urbano, estética de fachadas, etc.) de los propios barrios.

PARTE 3: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1. Descripción completa del proyecto/actuación financiable.

La actividad turística ha sufrido un impacto muy negativo durante este último año como consecuencia de las restricciones en la movilidad y los efectos socioeconómicos de la pandemia, sin embargo, es el sector que más cambios experimentará en los próximos meses. Si bien algunos estudios apuntan que la recuperación del sector se podrá experimentar en 2024, las acciones para revertir los efectos de la pandemia ya están en marcha y se avanza en acciones integrales que contribuyan a la transformación del modelo turístico especialmente en el ámbito de la sostenibilidad y la digitalización.

Así, actuaciones estratégicas para la mejora de la sostenibilidad de los destinos y productos turísticos, el impulso de la economía circular y la eficiencia energética, el fortalecimiento del tándem turismo-comercio y especialmente la digitalización y la profesionalización del sector son acciones prioritarias para lograr la competitividad del mismo. En ese sentido, Murcia avanza en la modernización del sector turístico, muestra de ello es la recientemente acreditación como Destino Turístico Inteligente (DTI) que valora desde la sostenibilidad abordada conjuntamente entre las áreas de Turismo, Cultura y Medio Ambiente, la gobernanza del destino, la innovación, la tecnología, y accesibilidad, cinco ejes clave para la mejora de la competitividad de Murcia como destino turístico inteligente y sostenible.

Asimismo, el fortalecimiento del sector comercial en zonas turísticas y la preservación del patrimonio histórico para su aprovechamiento turístico, son dos elementos clave para la diversificación de la oferta, el desarrollo de nuevos productos y la atracción de nuevos visitantes y el posicionamiento de nuevos destinos que reduzca la presión sobre destinos pioneros. Desde esta área de oportunidad se sitúa Murcia y apuesta por el fortalecimiento de la sinergia entre el turismo-comercio- cultura a través de la conexión de zonas de mayor presencia de visitantes, con barrios tradicionales de la ciudad que albergan grandes valores culturales, como son los barrios de San Pedro, San Andrés, San Antolín y San Nicolás todo ello orientado al fortalecimiento de la actividad comercial y la diversificación de la oferta turística del municipio. La creación de la Ruta de los Museos – Eje comercial Juan de la Cierva-C/ García Alix pretende interconectar con una vía amable verde y sostenible el Museo de la Ciudad, el Museo Salzillo y el Centro de Exposiciones El Almudí para integrar los barrios de San Pedro, San Andrés, San Antolín y San Nicolás con los barrios más turísticos del municipio, la Catedral, San Bartolomé y Santa Catalina; con esta intervención se pretende crear un proyecto emblemático que dote de funciones ecológicas, culturales, recreativas, estéticas y comerciales el espacio público. El corredor verde San Andrés además persigue la diversificación del espacio público en términos turístico, culturales y comerciales; por un lado, mejorando la relación del comercio con el entorno devolviendo el espacio público a los ciudadanos, tanto residentes como visitantes y por otro configurándose como un contenedor cultural al aire libre que saque la cultura a la calle, facilite el acceso a públicos diversos, favorezca la gestión sostenible de las infraestructuras culturales y diversifique la oferta cultural del municipio.

Durante la primera fase del proyecto se pretende la adecuación del espacio público para la creación del corredor verde como espacio de ocio, circulación peatonal y tránsito de transporte plenamente accesible y sostenible, incluyendo actuaciones en la vía pública, para la mejora de la sostenibilidad y el impulso de la economía circular. Esta fase del proyecto tiene una duración de un año y contempla la semipeatonalización del eje Juan de la Cierva – García Alix y comprende seis acciones principales: la renovación y ensanchamiento de aceras para incrementar la superficie de uso peatonal y de transportes blandos; la mejora de la accesibilidad mediante la eliminación de barreras arquitectónicas, la remodelación integral de las calles para la sustitución de un carril de tráfico rodado por una nueva superficie destinada al uso de transportes blandos en cota cero, el embellecimiento y ajardinamiento del viario principal que incluye la creación de las islas de la biodiversidad que permitirá la recuperación de especies autóctonas a la vez que se generas espacios refugios para fauna y el usos de sistema de riego eficientes para la automatización y ahorro de agua; la instalación de señalética comercial y turística para la identificación sobre el viario principal de la “Ruta de los Museos” y finalmente la mejora del mobiliario urbano y comercial, incluyendo bancos, jardineras, juegos infantiles, barandillas, pérgolas, carteles indicadores, señalética, etc. Específicamente para avanzar en la sostenibilidad del corredor verde y en el impulso de la economía circular se contemplan cinco acciones que se llevarán a cabo durante en el primer trimestre de implementación del proyecto, la implementación del quinto contenedor (contenedor marrón) para recogida residuos orgánicos, la instalación de aparcabicis públicos inteligentes, un punto de bike sharing, instalación de sombraje con producción de energía fotovoltaica y el soterramiento de contenedores en toda el área de intervención.

Con relación a la acción formativa, esta se llevará a cabo a partir del segundo trimestre del proyecto y tendrá una duración de nueve meses, la finalidad es que a la par que se realizan las acciones de mejora de la vía pública se

mejoren las capacidades del sector comercial del área de intervención. Incluye dos acciones formativas para mejora de las competencias lingüísticas de los empleados y trabajadores autónomos del sector comercial de los barrios de San Andrés, San Antolín, San Pedro y San Nicolás, la primera consiste en una acción formativa de inglés comercial para atención al cliente y la segunda es una acción formativa de español para extranjeros para mejorar la posición competitiva del comercio multicultural del barrio de San Andrés en la Ruta de los Museos – Eje comercial Juan de la Cierva-C/ García Alix.

Por último, las acciones de digitalización prevén la creación de un centro comercial virtual. Esta actuación se realizará desde el inicio de la implementación del proyecto y tendrá una duración de un año meses. Se ejecutará en dos fases, en la primera fase tiene una duración de nueve meses, se realizará el escaneado de los elementos patrimoniales y culturales fijos, tales como Museos, Salas de Exposiciones y edificios con elevado valor arquitectónico, y se configurará un centro comercial abierto 3D a partir del escaneado de una selección de comercios de la zona de actuación teniendo en cuenta tipología de productos y su alineación con la conducta del consumidor tanto residente como visitante. Por otro lado, la segunda fase, tiene una duración de tres meses y se llevará a cabo tras concluir la primera fase y desarrollará una estrategia de comercialización y difusión en tres ejes, web y redes sociales; streetmarketing, señalización de los puntos de atracción cultural y comercial y promoción de la cultura en la calle y finalmente instalación de señalética para el reconocimiento del centro comercial virtual en el entorno físico. Con esta acción de digitalización se pretende fortalecer el comercio de la zona de actuación, mejorar la experiencia de compra del visitante y atraer nuevos visitantes a la zona.

A través de la creación de la Ruta de los Museos – Eje comercial Juan de la Cierva-C/ García Alix se persigue favorecer el acceso a elementos patrimoniales, contenedores culturales como el Museo de la Ciudad de Murcia y el acceso a los valores ambientales y etnográficos de la Huerta de Murcia con los que limitan los barrios de San Antolín y San Andrés, la intervención del Ayuntamiento de Murcia, como beneficiario de la ayuda para el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas configurará a la administración pública como un actor más para la “dinamización socioeconómica local”, la mejora de la gobernanza del destino, de las sinergias público-privadas que promuevan procesos de transformación del entorno urbano en beneficio de la actividad turística, comercial y cultural.

2. Cronograma de ejecución de actuaciones según el modelo indicado en el anexo II

Se adjunta cronograma detallado según el anexo II en el documento CRONOGRAMA.PDF y a continuación se presenta un cronograma de GANTT para reflejar gráficamente el proceso de las operaciones.

ACTUACION	TIPOLOGIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.1 Ampliación de las aceras	Ensanchamiento de aceras												
1.2 Ajardinamiento del viario principal	Ornamentación, embellecimiento y ajardinamiento												
1.3 Instalación de identificadores y señalización	Señalética comercial y turística												
1.4 Operaciones de accesibilidad universal	Instalaciones de mejora de la accesibilidad												
1.5 Ampliación del espacio peatonal y ciclable	Instalaciones para la gestión de la movilidad												
1.6 Mobiliario urbano y equipamiento comercial	Mejora del Mobiliario Urbano												
2.1 Inglés para comercio y atención al cliente	Alquiler mobiliario y equipo												
2.2 Español para extranjeros comercio y atención al cliente	Alquiler mobiliario y equipo												
3.1 Recogida de residuos orgánicos (contenedor marrón).	Separación de los residuos												
3.2 Aparcabicis inteligente (1x15 horquillas)	Otras actuaciones para incrementar la sostenibilidad												
3.3 Bike sharing (4x20 horquillas)	Otras actuaciones para incrementar la sostenibilidad												
3.4 Pergola fotovoltaica	Eficiencia en el consumo energético												
3.5 Soterramiento de contenedores	Separación de los residuos												
4.1 Centro comercial interactivo en 3D	Rediseño del entorno web.												
4.1 Comunicación digital	Estrategias digitales de impulso en zonas de turismo												

3. Presupuesto total que se solicita para la actuación financiable (€).

La inversión total del proyecto asciende a 1.592.216,08 euros IVA incluido. De este importe son gastos elegibles 1.316.922.38 euros.

4. Desglose del presupuesto por partidas de gastos indicando las fuentes de financiación

La inversión en vía pública es la más importante ya que las operaciones para mejorar la sostenibilidad ambiental y la accesibilidad de la zona de actuación requieren una intervención sobre un eje de más de 9.000 metros cuadrados. De

esta forma, las acciones de ajardinamiento, mejora de la accesibilidad, señalización e incremento de la superficie de las aceras suponen el 66,36% de la inversión total. Las inversiones en economía circular son la segunda partida más importante, representando el 28,99% del total. En este ámbito destaca la presencia de intervenciones piloto (aparcabici inteligentes) que deben contribuir al cambio del estilo de movilidad en el municipio. Por último, se realizan dos inversiones en generación de capacidades y digitalización, que a pesar del limitado presupuesto (apenas el cinco por ciento del total de la intervención) permitirán mejorar la competitividad de un centenar de comercios dentro de la zona de actuación, lo que representa aproximadamente un 20% del total y contribuir de una forma muy importante a mejorar el mercado disponible de la totalidad de los comercios de la zona de actuación.

TIPO DE GASTO	TOTAL INVERSION	IVA	GASTOS ELEGIBLES
Vía pública	1.057.424,08 €	183.519,88 €	873.904,20 €
Formación	37.823,00 €	5.523,00 €	32.300,00 €
Economía circular	462.000,00 €	80.182,68 €	381.818,18 €
Digitalización	34.969,00 €	6.069,00 €	28.900,00 €
TOTAL	1.592.216,08 €	275.294,56 €	1.316.922,38 €
A cargo subvención	921.845,67 €		921.845,67 €
Financiación municipal	670.371,27 €	275.294,56 €	395.076,71 €
% COFINANCIACIÓN	42,10 %	100,00 %	30,00 %

5. Análisis del principio sobre “no perjuicio significativo” para los seis objetivos medioambientales del Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo:

- a) mitigación del cambio climático;
- b) adaptación al cambio climático;
- c) uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos;
- d) transición hacia una economía circular;
- e) prevención y control de la contaminación;
- f) protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas.

Las actividades derivadas de la puesta en marcha del proyecto no solo no tienen un perjuicio sobre *la mitigación del cambio climático*, sino que de manera indirecta contribuyen a la consecución de dicho objetivo merced a la creación de zonas verdes que ayuden a la absorción de las emisiones de CO₂ generadas a diario en la ciudad; al fomento del uso de medios de transporte blandos en el acceso a la oferta comercial; y al trasvase de demanda de consumidores desde modalidades de comercio basadas en grandes centros de distribución hacia establecimientos tradicionales ubicados en las inmediaciones por otro lado (lo cual tiene un efecto notable en la reducción de los desplazamientos en vehículo privado hacia dichos emplazamientos).

De igual manera, las distintas actuaciones contempladas en la ejecución del proyecto no causan ningún perjuicio significativo a la *adaptación al cambio climático*, ya que no provocan ningún aumento de los efectos adversos de las condiciones climáticas actuales y de las previstas sobre el futuro, en consonancia con lo expuesto en el párrafo anterior.

En lo que respecta al *uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos*, la naturaleza del proyecto presentado no tiene la capacidad de incidir significativamente de manera directa en este sentido a través de ninguna de sus actuaciones propuestas.

En materia de *transición hacia una economía circular*, incluidos *la prevención y el reciclado de residuos*, algunas de las actuaciones contempladas en el proyecto (especialmente las relacionadas con el soterramiento de contenedores y la implantación del contenedor marrón) juegan un papel a favor de la consecución de este objetivo,

pues resultan en un aumento de la tasa de reciclaje y una menor generación de residuos por parte de los establecimientos comerciales.

En lo referente a la *prevención y control de la contaminación a la atmósfera, el agua o el suelo*, nuevamente cabe señalar que el incremento de la cuota de mercado del comercio de proximidad iría acompañada de una reducción de la demanda de productos en otras modalidades comerciales, las cuales presentan un mayor impacto negativo en materia de contaminación, al requerir de desplazamientos en vehículo privado por parte de la población, así como por comercializar productos procedentes de cadenas largas de distribución con una mayor huella de carbono. Por tanto, el efecto que puede tener la puesta en marcha del proyecto sobre este objetivo medioambiental vuelve a ser positivo.

Finalmente, en lo que respecta a la *protección y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas*, la creación de islas de biodiversidad tiene un efecto positivo sobre la calidad ambiental de la ciudad, pues hacen aumentar la presencia de fauna beneficiosa que interviene en el control biológico de otras especies y mejora el estado de las zonas verdes.