



Memoria de actividades de ASEARCO (Arganda del Rey, Rivas)

Año 2020

Contenido

Introducción _____	2
Servicios de consultas y asesoramiento gratuito ante la Crisis del Covid-19 _____	4
Webinarios, videoconferencias informativas y encuentros empresariales digitales _____	10
Convenios y acuerdos de colaboración _____	22
Acciones promocionales _____	30
Emprendedores _____	70
Boletines diarios para empresas y autónomos con información de interés _____	74
Acuerdos alcanzados en el Pacto Local de Arganda ante la Crisis del Covid-19 _____	76
Reuniones de trabajo y acuerdos ante la Crisis Covid-19 en Rivas (Pacto Local) _____	78
Búsqueda de proveedores de materiales para la protección ante el Coronavirus _____	88

Un año complejo de retos sin precedentes

El presente documento ofrece un resumen del trabajo desarrollado por ASEARCO en Arganda del Rey. Un año fatídico, desgraciadamente, para la vida de muchas personas, inédito y extraordinariamente complejo para la actividad empresarial y, por lo tanto, para la labor realizada por la organización de empresarios.

Las dificultades económicas por la que atravesaron autónomos y empresarios, desde que se desataron las consecuencias originadas por la aparición de la pandemia, han obligado a reorientar la actividad de la organización empresarial en varios aspectos con algunos objetivos prioritarios. Finalidades que son las que nos han demandado las propias empresas ante la situación de extrema emergencia.

En este sentido y por ejemplo, se ha estado ofreciendo información diaria actualizada sobre todas las novedades que pudieran servir de ayuda o de orientación ante una situación que ha originado desconcierto y muchas inquietudes: desde las medidas adoptadas por las diferentes administraciones para apoyar a las empresas, autónomos y a los trabajadores, pasando por los protocolos de prevención y seguridad bajo los cuales han tenido que desarrollar su actividad hasta llegar a los cambios legislativos que han modificado la manera de conducirse los negocios durante esta situación de crisis.

Por otro lado, se ha ofrecido un canal de resolución de dudas puntuales y específicas para empresarios y se ha podido desarrollar gracias a la colaboración desinteresada de dos despachos de abogados que ayudaron a lo largo del año.

En los primeros meses de pandemia, en el momento de regreso a la actividad, nuestra asociación ofreció ayuda a las empresas a la hora de que estas pudieran encontrar proveedores de materiales de protección a los trabajadores y de otro tipo de recursos que garantizaran la higiene y la salud pública.

A la hora de proporcionar conocimientos y asesoramiento, la labor de ASEARCO se ha visto reforzada con los webinaros o sesiones informativas digitales. En ellos, se ofreció

información sobre aspectos concretos que han generado dudas durante la crisis sirvieron de guía ante nuevos retos de mercado y modalidades de trabajo como la adaptación a la era digital.

Estos encuentros online no solo fueron organizados por ASEARCO, sino que también se abrió la posibilidad que nuestros asociados accedieran a aquellos puestos en marcha por organizaciones del ámbito empresarial, como la patronal a la que pertenecemos, CEIM, Cámara de Madrid o Madrid Activa. Del mismo modo, también pudieron acceder a eventos desarrollados por nuestras propias empresas asociadas. Compañías quisieron ofrecer su *know how* y su experiencia en ciertos temas que, en aquellos momentos resultaron de especial interés para el desarrollo de la actividad económica.

A pesar de la situación de excepcionalidad, la asociación siguió desarrollando su trabajo habitual como la firma o ampliación de acuerdos de colaboración con empresas para ofrecer descuentos en productos y servicios básicos para su trabajo o que ofrecen beneficios sociales, entre otros.

Fue un año en el que, obligados por las circunstancias, se vieron reducidas las campañas promocionales puestas en marcha en colaboración con el Ayuntamiento de Arganda y de Rivas Vaciamadrid. Fue el caso de la cancelación de las rutas gastronómicas. Sin embargo, los protocolos de seguridad e higiene establecidos y la mejora de la situación epidemiológica permitieron realizar iniciativas de dinamización de ventas como las dos ediciones de **‘De Rebajas por Arganda’ o la cuarta edición del Tour del Mueble** que ha contado, un año más, con una gran aceptación entre el sector de los establecimientos de decoración participando una treintena de negocios.

Así, las distancias sanitarias impuestas por la pandemia obligaron a dar un paso hacia la digitalización, abordando nuevas campañas como “Zámpate el Descuento”, en Rivas Vaciamadrid, en la que participaron establecimientos de servicios, hostelería y pequeño comercio. De este modo también, la tradicional Feria del Automóvil se transformó en un evento online, ya que la campaña no pudo celebrarse aquel año en su ubicación habitual, el Recinto Ferial Miguel Ríos.

Además y ante la situación excepcional vivida, surgieron iniciativas promocionales nuevas que sirvieron para crear un estado de ánimo, una ilusión, vital en momentos de especial complejidad y desánimo entre los empresarios. Nos referimos a campañas de sensibilización a favor del pequeño comercio y la hostelería, como la producción realizada por ASEARCO, en Arganda del Rey de un **cortometraje protagonizado por empresarios asociados que tuvo una enorme repercusión en redes sociales.**

En Rivas, esta campaña de sensibilización se materializó en un **Concurso de cortos y vídeos, “El comercio, más cerca que nunca”** donde se invitó a la ciudadanía a explicar, a través de historias o mensajes audiovisuales, la importancia que tenían los pequeños establecimientos para la vida y la economía de un municipio.

Y nos referimos también a campañas de gran éxito impulsadas por el Ayuntamiento de Rivas y de Arganda, como los sellos ‘Establecimientos de confianza’. Reconocía el esfuerzo realizado por los pequeños comercios y hostelería, a la hora de volver a abrir sus puertas para reanudar su actividad, para volver a recibir a sus clientes con todas las garantías de higiene y seguridad.

ASESORAMIENTO PERSONALIZADO DURANTE LA PANDEMIA:

Servicio de consultas y asesoramiento, gratuito para autónomos y empresarios, ante la Crisis del COVID-19

Desde el inicio de la crisis, originada por el Covid-19, las empresas vivieron una situación extrema de preocupación, de inquietud y, sobre todo, de desconcierto ante una emergencia sanitaria obligó a adoptar medidas drásticas e inéditas que limitaban su actividad y también la movilidad de los ciudadanos. Por lo tanto, también de los trabajadores. Restricciones que han estado cambiando, con el transcurso de los meses y de la situación epidemiológica y que, además de crear un escenario para el trabajo inédito, puso en situaciones de especial dureza y complejidad la viabilidad de los negocios.

En este escenario, han sido numerosas las dudas que surgieron entre autónomos y empresarios. Por ello, desde ASEARCO y desde el comienzo de la crisis, se ofreció un asesoramiento personalizado gratuito a las empresas asociadas que lo demandaron y que intentó aclarar las cuestiones que les inquietaba o se desconocían. Pretendía, además, ayudar a encontrar la gestión adecuada para sobrevivir a las consecuencias de la crisis del Covid 19.

Por otro lado, fue ingente la nueva normativa que afectaba a las empresas y que ha ido entrando en vigor a lo largo de los meses. Textos cuya comprensión resultaba vital para saber bajo qué reglas o recomendaciones se debía desarrollar la actividad para garantizar la seguridad y la salud en el trabajo, ante proveedores, colaboradores y clientes. Esta nueva legislación, publicada principalmente en el BOE y el BOCAM resultó para las empresas, en muchas ocasiones, difícil de comprender. Por ello, el asesoramiento fue también en este sentido, el de ofrecer explicaciones sencillas y divulgativas sobre las diferentes reglas del juego que ha ido planteando la excepcional situación sanitaria.

Este servicio se prestó en colaboración con dos despachos de abogados asociados que realizaron una importante labor desinteresada a las empresas y autónomos que lo necesitaron. Son **Montero Estévez Abogados y Galán y Berrocal Abogados**.

Principales temas sobre los que se ha informado, asesorado o ayudado a interpretar

El servicio de asesoramiento abarcó muchos temas diferentes a lo largo del transcurso de la pandemia pero, en reglas generales, se solicitó información sobre los siguientes asuntos:

- La situación excepcional de cierre de actividad durante el Estado de Alarma. Sectores afectados y aquellos que podían continuar con su actividad.
- El funcionamiento de los ERTes, cómo tramitarlos y obligaciones que conllevan.
- Consulta sobre las prórrogas del ERTE y la posibilidad de ir incorporando trabajadores.
- Cómo solicitar las diferentes ayudas lanzadas por los Gobiernos estatal y regional, en especial, todas aquellas que afectan a los autónomos.
- Cómo negociar los alquileres de locales comerciales con los caseros y maneras de resolver los conflictos entre arrendador y arrendatario.
- Las diferentes medidas que limitaban la actividad en las diferentes fases de desescalada.
- Consultas sobre qué sectores podían ir a trabajar en las diferentes fases que se han producido a raíz de las distintas decisiones que ha ido adoptando el Gobierno.
- Ante el anuncio de la Desescalada de las restricciones de la actividad, numerosas preguntas sobre cómo había que realizarla, teniendo en cuenta los diferentes sectores de actividad.
- Cómo moverse para trabajar en territorios con restricciones a la movilidad.
- Las obligaciones del empresario ante las normas de seguridad y salud en el trabajo,
- Dudas en torno al teletrabajo y la flexibilidad laboral.
- Las cuarentenas en la empresa y cómo actuar ante los rebrotes.
- Cómo acogerse a las ayudas anunciadas por el Ayuntamiento de Arganda (bonificaciones del IBI, IAE, ampliación de espacios en terrazas...).

- Cómo actuar ante el desabastecimiento de material por parte de los proveedores...
- Consulta sobre la posibilidad de adaptar el negocio a la venta a domicilio.
- La acreditación de la reducción del 75% de la prestación extraordinaria de autónomos, cuando se factura a final de mes.
- Consulta sobre las posibilidades que puede tener una empresa de controlar las bajas laborales por COVID-19.
- Documentación necesaria para solicitar diferentes tipos de ayuda.
- Aquellos autónomos que no tienen mutua asignada, ¿a quién se solicita la prestación por cese de actividad?
- Las ayudas que puede percibir el sector de la hostelería y restauración procedente de las diferentes administraciones.
- Consulta sobre los requisitos para rescate de plan de pensiones.
- Consulta sobre los requisitos para poder circular varios trabajadores en un vehículo.
- Consulta de trabajadores sobre escasos medios de protección en la empresa y la posibilidad de no acudir al trabajo por ese motivo.

También se trataron temas muy particulares, pero normalmente asociados a la situación originada por una disminución de la producción o de la actividad que condujo a algunas empresas a adoptar decisiones drásticas.

Búsqueda de alternativas en la actividad mientras dure la crisis

La asociación también ofreció un servicio gratuito de **análisis, diagnóstico e identificación de alternativas en empresas en las actuales circunstancias de la crisis del Covid 19**, gracias a la colaboración desinteresada de otra firma asociada, **Twice Consulting**.

Es decir, se ofreció la oportunidad de recibir **asesoramiento en distintos aspectos críticos del negocio** para poder mantener la actividad de la empresa, en la situación de crisis y aunque fuera a un ritmo menor.

El asesoramiento alcanzó las siguientes áreas: analizaba **el estado financiero del negocio** con el objetivo de que la empresa continúe con sus operaciones (en este sentido, se estudiaba la proyección de la demanda y la actividad a los próximos tres o seis meses, se realizaba un análisis de la liquidez, de las deudas, acreedores y clientes, mediante un test de estrés, y se ayudaba a preparar un plan de choque...).

En segundo lugar, este servicio también ofrecía **asesoramiento en el ámbito laboral** y en tercer lugar, en **el área de la cadena de suministro**. Es decir, abordaba, junto a las empresas, los efectos que está teniendo la crisis sobre los suministradores clave y sus consecuencias en la actividad de la empresa. Ofrecía la posibilidad de realizar una búsqueda de alternativas de suministro y un análisis específico para mantener las operaciones al nivel exigido por la demanda.

WEBINARIOS y VIDEOCONFERENCIAS INFORMATIVAS:

Información vital para los negocios en tiempos de pandemia

La acuciante y continua necesidad de información así como de asesoramiento que ha existido desde el inicio de la pandemia orientó la labor de ASEARCO hacia la organización de webinarios informativos de carácter muy práctico, aferrados a la realidad del momento en el que se celebraban, enfocados a resolver las dudas que originaban buena parte de las decisiones y medidas adoptadas por las diferentes administraciones. En esta labor, la asociación contó con la ayuda y los conocimientos, principalmente, de sus empresas asociadas.

Empresas que son expertas en su materia y que no dudaron en destinar parte de su tiempo a ofrecer algo de luz ante la avalancha de cambios normativos y ante la complejidad que supuso la evolución de la pandemia, que dejó tras de sí un escenario económico muy complejo y desconocido. Que nadie había vivido antes y que cambiaba a cada instante, como se reflejaba constantemente en el BOE o el BOCAM.

El 2020 fue también un año de colaboración muy estrecha entre ASEARCO y otras entidades del ámbito empresarial quienes también proporcionaron, de forma gratuita sus conocimientos o su capacidad de gestión para que las empresas asociadas pudieran ampliar su información sobre diferentes aspectos de la gestión empresarial en tiempos de pandemia. Fue el caso, por ejemplo, de los webinarios organizados por la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM), patronal a la que pertenece ASEARCO, así como la Cámara de Madrid o la empresa pública Madrid Activa, entre otras. Videoconferencias en las que las empresas asociadas a ASEARCO tuvieron la oportunidad de participar.

Previa a la pandemia realizamos una jornada presencial sobre motivación de equipos profesionales. Posteriormente, todas las sesiones informativas organizadas por la asociación se realizaron de forma online.

A continuación, las detallamos en las sucesivas páginas:

Sesión de coaching “Cómo motivo a mi equipo” (19 febrero)

Lugar de celebración: Hotel AB Arganda

Las personas que son felices en su trabajo tienen un “106% más de energía; un 300% más de creatividad, un 76% más de compromiso y son un 50% más productivos. Estos datos fueron la tarjeta de presentación de la sesión de coaching “Cómo motivo a mi equipo”, organizada por ASEARCO y ofrecida por la firma ‘Ingeniero del Cambio’. Tuvo lugar el pasado 19 de febrero.

Los empresarios asistentes tuvieron la oportunidad de descubrir las claves que pueden existir para motivar a los equipos de profesionales en las empresas.

El ponente fue Carlos Gil, ingeniero informático, Business School, consultor además de coach experto en ayudar a reducir los gastos de rotación de personal así como a aumentar la productividad de los equipos.

La sesión de coaching transcurrió entre frecuentes intervenciones de los empresarios asistentes, que compartieron experiencias propias, y en la que se realizaron diversas dinámicas de grupo.

La jornada partió del análisis de los grandes desafíos a los que se enfrentan los trabajadores en la empresa. Entre ellos, los posibles conflictos que se generan por una mala comunicación; los que surgen en torno al grado de responsabilidad que asume realmente cada persona, un ‘campo minado’ por comportamientos como “echar balones fuera” o la “ley del mínimo esfuerzo”. Por otro lado, también supone un reto para una empresa la ausencia de una visión compartida, de un objetivo común que entusiasme al equipo y donde todo el mundo sea capaz de comprender por qué realiza una tarea determinada.

A partir de la reflexión de cada uno de los retos, Carlos Gil, fue ofreciendo una panorámica extensa de ‘palancas de cambio’ que pueden ayudar a girar el rumbo e iniciar el camino hacia la motivación de equipos.

Los empresarios asistentes tuvieron también la oportunidad de tomar nota de consejos y técnicas útiles para comunicar y obtener un buen feedback personal, humano y productivo, al mismo tiempo, con los miembros del equipo. Además, reflexionaron en torno a la propia actitud que mantienen frente a su equipo en ámbitos diversos como, por ejemplo, la capacidad que tienen para delegar, y sobre la influencia tan fundamental que tienen para guiar a sus equipos hacia unos resultados determinados.

Webinar “Ayudas para empresas, autónomos, medidas fiscales... ¿qué recursos tengo para lograr liquidez?” (22 de abril)

Asociados a ASEARCO asistieron a la videoconferencia gratuita “Ayudas para autónomos y pymes, moratorias fiscales... ¿qué recursos tengo a mi alcance para lograr liquidez en tiempos de crisis?”.

El objetivo de este encuentro digital fue ofrecer una panorámica de las medidas que existían (en aquel primer momento de pandemia y ante el cese de actividad), para que autónomos y pymes pudieran mantener sus negocios.

El webinar fue ofrecido por el despacho de **Abogados Montero Estévez**, firma que colaboraba con ASEARCO, de forma gratuita, a la hora de ofrecer asesoramiento a sus empresas asociadas durante la crisis del Covid 19 y en los actuales momentos.

TEMAS QUE SE ABORDARON: De este modo, durante la videoconferencia se abordaron temas como las diferentes **ayudas y medidas** que habían lanzado en los primeros meses de la pandemia tanto Gobierno central como el regional, pasando por las **moratorias o exenciones de impuestos y de cuotas de la seguridad social** que se pusieron en marcha.

También se abordó un problema que preocupó, en especial, a los autónomos y pequeñas empresas como es el de las **rentas de alquileres de locales** comerciales durante el cese de actividad.

Videoconferencia “Los retos de la privacidad y la protección de la información empresarial en tiempos de Covid 19”

(11 de mayo)

ASEARCO) ofreció un webinar donde se explicaron cuáles son los principales retos a los que se enfrenta la privacidad personal y los datos de las empresas en la crisis sanitaria originada por el Coronavirus.

La videoconferencia corrió a cargo de Javier Rosales, abogado en protección de datos y seguridad de la información y socio de la empresa asociada Protection Report.

TEMAS QUE SE ABORDARON:

El encuentro digital comenzó abordando la normativa vigente y su aplicación en los momentos de crisis sanitaria. Posteriormente, Rosales pasó a detallar situaciones concretas que se vivieron en las empresas ante el manejo de la información de datos relacionados con la salud.

Fue el momento en el que se ofrecieron las respuestas ante las principales dudas que surgen sobre las obligaciones que tienen que asumir tanto las compañías como los trabajadores ante la enfermedad.

El webinar además realizó un interesante recorrido por algunos de los principales peligros que dejó al descubierto la crisis del Covid 19 en materia de protección de datos personales.

Entre ellos, ofreció recomendaciones para evitar las consecuencias del *phishing* (envío masivo de correos que suplantan entidades que quieren robar información personal). Además, recordó las advertencias de la Agencia Española de Protección de Datos ante la proliferación de páginas webs y apps que ofrecen autoevaluaciones de salud y consejos para prevenir la enfermedad que no aportan la detallada información exigible para identificar a sus responsables ni tampoco sus fines. En ocasiones, se tratan de puertas de salida de datos sensibles como son los relativos a la salud.

Cómo teletrabajar de la forma más segura y fiable

El teletrabajo es uno de los retos más importantes que se plantea en la esfera de la protección de datos. Muchas son las dudas y numerosas también las vulnerabilidades que pueden llegar a aparecer si empresas y trabajadores no adoptan una serie de decisiones, recursos materiales y si no se siguen una serie de pautas esenciales para garantizar la seguridad de la información.

De este modo, Javier Rosales fue ofreciendo una serie de indicaciones a seguir así como recomendaciones para elegir soluciones y proveedores de servicios con garantías, para restringir el acceso a la información, para configurar periódicamente los equipos y dispositivos y monitorizar los accesos a la red corporativa desde el exterior, entre otros. También explicó cuál debía ser el comportamiento aconsejable para que empleados y empresarios pudieran garantizar, en esta situación, la protección de la información.

Seguridad en las videollamadas

Videollamadas y apps de mensajería instantánea se convirtieron en nuevos espacios de trabajo y herramientas esenciales de comunicación en los momentos de aislamiento social. De ahí que uno de los temas explorados durante el webinar tratara precisamente sobre la seguridad de las reuniones o encuentros empresariales que tienen lugar a través de videoconferencias.

Videoconferencia para resolver las dudas legales de autónomos y empresarios asociados ante la Crisis del Covid-19 y la desescalada (28 de mayo)

ASEARCO ofreció un webinar gratuito que intentó dar respuesta a las principales dudas legales que originó la Crisis del Covid-19 y la reanudación de la actividad entre los autónomos y las pymes.

En el mes de mayo de 2020, las empresas y los autónomos ya habían tenido que hacer frente a frecuentes cambios legislativos que se producían de forma vertiginosa. A finales de mayo, esos cambios normativos suponían una guía para conducir al tejido empresarial hacia el proceso de reactivación económica que se estaba realizando en diferentes fases.

Muchas eran las cuestiones difíciles de interpretar, numerosas las dudas que planteaban las empresas. Necesitaron una guía y la orientación de expertos que ofrecieran la información esencial para tomar las mejores decisiones en momentos clave para la vida de los negocios.

Por ello, ASEARCO organizó esta videoconferencia que intentó aclarar las dudas más frecuentes que estaban teniendo pymes y durante el proceso de reanudación de la actividad.

TEMAS QUE SE ABORDARON:

La videoconferencia abordó, entre otros temas, los aspectos relacionados con los ERTE (Expediente de Regulación de Empleo) y la transición laboral hasta la plena actividad.

También explicó cuáles fueron las últimas medidas aprobadas para pymes y autónomos, qué puede suceder con las rentas de los locales de las empresas y las condiciones en las que pueden abrir los negocios en las diferentes fases que se establecieron para la desescalada de la actividad.

Webinario Soluciones de financiación y liquidez para impulsar tu negocio” (19 junio)

La empresa pública Madrid Activa organizó una videoconferencia específicamente dirigida a **empresas asociadas a diferentes organizaciones empresariales territoriales de toda la región**, entre ellas, las integradas en ASEARCO.

El objetivo del webinar consistió en explicar las diferentes **soluciones de financiación y liquidez, procedentes** de organismos públicos y privados, que sirvieron para ayudar a los negocios que atraviesan dificultades a raíz de la crisis sanitaria del Covid 19.

TEMAS QUE SE ABORDARON:

La videoconferencia ofreció información sobre los seguros de crédito a la exportación y cobertura para créditos de circulante, el Plan Confianza para pymes y autónomos de Avalmadrid, los créditos a proyectos innovadores y la Línea de Avaes ICO-Covid 19, entre otros.

LOS PONENTES:

El webinar fue presentado por el viceconsejero de Economía y Competitividad de la Comunidad de Madrid, Isaac Martín y contó con las ponencias de: Fernando Salazar, presidente de CESCE; José Bayón, Consejero delegado de Enisa; Pedro Embid, Director general de Avalmadrid; Miguel Ángel Franco, Director Comercial de Empresas Madrid del Banco Santander.

Participación en el evento online nacional “Digital Week” para adaptarse a la nueva era digital (julio de 2020)

ASEARCO participó en la difusión de un gran evento online creado para ayudar a las empresas a descubrir cómo pueden adaptar sus negocios a la era digital que impulsó en la ‘nueva normalidad’.

Se ofreció la posibilidad a los autónomos y pymes, asociados a ASEARCO de participar, gratuitamente, en Digital Week (del 7 al 10 de julio), una feria del conocimiento, organizada por La Neurona Eventos y en cuya difusión participaron más de 40 organizaciones empresariales, de diversas zonas de España.

Durante cuatro días, más de 40 ponentes, 15 webinarios, 8 sesiones formativas se darán cita en la feria online.

TEMAS QUE SE ABORDARON:

Las empresas tuvieron la oportunidad de asistir a jornadas que estaban divididas en **“cuatro ecosistemas temáticos”** que recorrieron todas las tendencias existentes en el ámbito de la digitalización del departamento financiero, de las acciones de marketing, el área comercial y los Recursos Humanos. De este modo y por ejemplo, pudieron descubrir soluciones tecnológicas para optimizar canales de venta, herramientas para posicionar un ecommerce, nuevos modelos de gestión de cobros, las ventajas que ofrece la integración en un Marketplace, la gestión de la tesorería, cómo incrementar la eficiencia de los procesos financieros, la forma más sabia y “empática” de digitalizar la relación con los clientes o de transformar las marcas para conectar con el consumidor, entre muchos otras.

Videoconferencia “Las dudas laborales que origina la pandemia” (8 de octubre)

El **8 de octubre de 2020** ASEARCO celebró una videoconferencia informativa gratuita para ofrecer una panorámica de las principales novedades normativas que habían surgido, hasta aquel momento, y a raíz de la crisis sanitaria originada por el COVID-19.

Abordó aquellas situaciones excepcionales, originadas por los rebrotes de coronavirus, que preocupaban a autónomos y empresarios, entre otras razones, porque afectaban directamente a su actividad. El webinar “Las dudas laborales que origina la pandemia” se ofreció gracias a la colaboración del despacho de abogados Montero Estévez.

TEMAS QUE SE ABORDARON:

Entre los principales temas que se trataron en el seminario web, se encontraban los siguientes:

- Explicación de los ERTes que se mantuvieron hasta el 31 de enero de 2021
- Todos los detalles esenciales para conocer la nueva Ley del Teletrabajo,
- Cómo debe actuar la empresa ante los casos positivos de COVID-19
- Cómo y cuándo se han de realizar las cuarentenas
- De qué manera se puede proteger a trabajadores que pertenecen a los grupos considerados de riesgo para el COVID-19.
- La responsabilidad del empresario por las medidas de seguridad e higiene (frente a los trabajadores y los clientes).

El seminario web reservó un tiempo para resolver los problemas concretos que plantearon las empresas asistentes.

Empresas asociadas a ASEARCO recibieron información directa de las ayudas vigentes de la Comunidad de Madrid (11 de noviembre)

Ayudas para pymes, también para autónomos fueron explicadas, el 11 de noviembre de 2020, por el Director General de Industria, David Valle, en un encuentro digital donde se dieron cita empresarios del sureste de Madrid, principalmente asociados a ASEARCO de Arganda y Rivas Vaciamadrid. En la charla digital se detalló la información de subvenciones como las del Plan Renove para cambiar salas de Calderas y Ventanas , las ayudas para ganar en eficiencia energética en las pymes industriales o las lanzadas para que las empresas y sus trabajadores puedan mantener a raya el Covid-19.

En dicho encuentro, el Director General de Industria, Energía y Minas de la Comunidad de Madrid, David Valle, fue el encargado de ofrecer la información esencial sobre los apoyos que, en aquellos momentos, estaba ofreciendo su departamento así como la Fundación de la Energía de la región y el Instituto para la Diversificación y el Ahorro de Energía.

De este modo, los asistentes pudieron conocer la información esencial de las Ayudas de Modernización de polígonos industriales; de Eficiencia energética en pymes y en la gran empresa del sector industrial; los apoyos para fomentar la Implantación de industrias en el medio rural o para la puesta en marcha de Sistemas de gestión.

También tomaron nota de todas aquellas subvenciones que existen para que las empresas industriales puedan adquirir equipos de protección y adecuar sus espacios con el fin de combatir el Covid-19 y otros agentes y elementos nocivos para la salud de los trabajadores. Por otro lado, se detallaron las condiciones básicas para el acceso a una línea de subvenciones dirigida a las industrias que fabrican equipos y elementos anti – coronavirus.

Asimismo, se abordaron las ayudas para fomentar la movilidad eficiente (Programa Moves II), por ejemplo, comprando vehículos de energías alternativas y aquellas que sirven para mejorar la eficiencia energética de edificios (instalaciones térmicas de calefacción, climatización, ventilación, y agua caliente, entre otras).

VIDEOCONFERENCIAS INFORMATIVAS Y TALLERES PRÁCTICOS puestos en marcha por otras organizaciones y empresas

Por otro lado, las empresas asociadas tuvieron la oportunidad de participar en las videoconferencias informativas que pusieron en marcha las organizaciones empresariales con las que ASEARCO está en estrecho contacto, como CEIM o Cámara de Madrid (incluidos los talleres prácticos del Plan de Comercio Minorista 2020, financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y la Secretaría de Estado de Comercio). También se difundieron los eventos digitales informativos que ofrecieron empresas asociadas de forma desinteresada.

CONVENIOS DE COLABORACIÓN:

Una ayuda para recortar gastos, un impulso para mejorar la competitividad empresarial

Algunas empresas asociadas a ASEARCO ofrecen al resto de pymes y autónomos de la asociación una serie de recursos y servicios básicos para la actividad empresarial y para la vida personal con descuentos y precios especiales. Es así gracias a los acuerdos de colaboración que la asociación mantiene con ellas.

Todos los acuerdos de colaboración que se alcanzan se difunden entre las empresas asociadas a ASEARCO. También la información referente a las ampliaciones y mejoras de convenio que pueden llegar a realizarse a lo largo del año.

A continuación, ofrecemos un resumen de la labor de difusión que se realiza en este ámbito:

1. Tras alcanzar el acuerdo entre una empresa asociada determinada y ASEARCO se envía una circular a todos los asociados con información del contenido del convenio.
2. Dicha información permanece en la página web de la asociación.
3. Se difunde a través de las redes sociales, Facebook, Twitter e Instagram y como nota de prensa a los medios locales de Arganda y Rivas.
4. La existencia del convenio y las ventajas que ofrece para las empresas asociadas **se recuerdan, de manera quincenal, a través del envío de Newsletters.**
5. Las empresas que así lo desean tienen la posibilidad de ver acompañados todos estos comunicados por un enlace a un reportaje corporativo, que realiza ASEARCO, y que permanece en la página web de la asociación empresarial. Dicho reportaje tiene como objetivo dar a conocer la actividad desarrollada por la empresa así como sus ventajas competitivas.

Hay casos en los que las empresas que firman convenios prefieren enviar su propio material promocional, en lugar del reportaje. En ese caso, se incluyen enlaces a dicho material promocional.

La **información detallada de los convenios vigentes se encuentra en:** <https://asearco.org/descuentos/>

Bajo estas líneas ofrecemos la información de los acuerdos alcanzados este año así como de las mejoras de algunos de los convenios que la asociación mantiene vigentes.

Convenio con Diario de Arganda

En enero de 2020 [Diario de Arganda](#) comenzó a dar sus primeros pasos como medio digital en el municipio argandeño con redacción propia en la localidad. Lo hacía de la mano de la empresa editora de [Diario de Rivas](#), una compañía asociada a ASEARCO, que ha sabido convertirse en uno de los canales de difusión de noticias y reportajes de empresa más seguidos y de referencia en la comarca del Sudeste de Madrid desde hace algunos años.

¿Qué ventajas ofrece a autónomos y empresas asociadas el acuerdo con Diario de Arganda?

- Ofrece un 10% de descuento para todos aquellos asociados que quieran contratar planes de publicidad y comunicación en ambos medios digitales.

¿En qué consisten estos planes de comunicación y publicidad a la medida de las empresas?

- Estos planes son proyectos estratégicos a medida, que se diseñan en función de las necesidades que tengan las empresas, y están adaptados a todos los bolsillos.

Pueden incluir desde reportajes corporativos a entrevistas realizadas a responsables de las empresas, pasando por la cobertura de eventos, los vídeos de producción propia, los artículos especiales sobre inauguraciones, el lanzamiento de productos o servicios, la promoción de sorteos de productos o vales de compra...

- Los planes de Diario de Rivas y Diario de Arganda incluyen asesoramiento y se adaptan a la estrategia de comunicación de cada compañía, reforzándola y haciendo posible el alcance de miles de usuarios en la zona.
- También ofrecen todo tipo de servicios adicionales, si así lo desean las empresas: web, marketing digital, fotografía, diseño o vídeos. Los dos medios de comunicación publican estos contenidos y los posicionan en Internet para que aparezcan de manera indefinida en las búsquedas sobre los negocios.

Convenio con Caredent Arganda

Clínica Dental CAREMENT Arganda y ASEARCO firmaron un acuerdo de colaboración para ofrecer tanto a las empresas asociadas como a sus trabajadores varios beneficios sociales.

Las ventajas del acuerdo firmado con ASEARCO

- Ofrece a los responsables de las empresas asociadas a ASEARCO y a sus trabajadores un 20% de descuento en todas sus especialidades de tratamiento dental.
- Además, a través de este acuerdo, la Clínica pone a disposición de las empresas asociadas un precio único de 850 euros por implante.
- Pueden acceder a este programa de beneficios los empresarios, gerentes, trabajadores de las empresas asociadas además de sus familiares de primer grado en consanguinidad.

¿Cómo pueden disfrutar de estos descuentos y promociones especiales?

Para poder disfrutar de las ventajas del acuerdo, Clínica Dental Caredent Arganda creó una landing page exclusiva que sirve para pedir cita identificándose al mismo tiempo como asociado de ASEARCO.

<https://www.caredent.es/colectivos/asearco>

Ampliación del Convenio con Global Clima H20

La **empresa Global Clima H20**, la cual ya mantiene desde hace años un acuerdo de colaboración con ASEARCO, ofrece a las empresas asociadas, con promoción especial, equipos (Purificadores de aire profesionales / Generadores de ozono) que ayudan a mejorar la calidad del aire en oficinas, despachos, naves, viviendas y centros de educación, entre otros.

Las ventajas de la ampliación del acuerdo

- Gracias al convenio de colaboración que Global Clima mantiene con ASEARCO, estos equipos cuentan con precios especiales y los ofrecen, además, con un descuento de un 5% para empresas asociadas.

[Purificadores-de-aire-y-Generadores-de-ozono-1.pdf](#)

- **Asesoramiento especializado:** Además, Global Clima ofreció información actualizada sobre las **“Recomendaciones de operación y mantenimiento de los sistemas de climatización y ventilación** de edificios y locales para la prevención de la propagación del SARS – Cov-2”.
- La empresa ofrece su labor de asesoramiento a las empresas, sin compromiso, en todo lo que respecta a la mejora de calidad del aire interior en oficinas, despachos, naves, viviendas, escuelas infantiles, Centros Escolares...
- También ofrece asesoramiento sobre los **sistemas portátiles , recomendados por el Ministerio de Sanidad, que** ayudan a mejorar la calidad del aire así como su mantenimiento. Dichos equipos son los siguientes. :
 1. Purificadores de aire profesionales, con presencia de personas:
 - Desinfección y tratamiento de aire.
 - Filtración y purificación de aire.
 2. Generadores de ozono: desinfección de choque **sin presencia de personas.**

Acuerdo con OPSOLUTIONS

La empresa OPSOLUTIONS y ASEARCO llegaron a un acuerdo de colaboración en octubre de 2020.

Condiciones del acuerdo

- Ofrece un 10% de descuento en la contratación de un servicio de emisión de Certificados Digitales para autónomos y empresas asociadas, sin necesidad de acudir a la administración pública y mediante un proceso telemático de validación de documentación.
- OPSOLUTIONS es una empresa autorizada por la Autoridad de Certificación de firmas digitales para emitir este tipo de documentos digitales de firma y sello de personas, representantes de empresa, colegios profesionales, administraciones públicas y, en general, para el sector empresarial.

Las ventajas que ofrece obtener el certificado digital a través de una empresa autorizada

- Puede emitir certificados digitales en 24 horas, no es necesario pedir cita previa para obtenerlo ni desplazarse a las administraciones para realizar el trámite de su obtención. Se ahorran papeleo y colas, en definitiva, tiempo a la hora de realizar sus gestiones.
- Se transmite de forma segura y, en el proceso, las personas que contraten los servicios con OPS Solutions contará con la asistencia y el soporte de sus profesionales ante cualquier duda en el proceso de la obtención de su certificado digital.

Tipos de certificados que puede obtener con la firma OPSOLUTIONS:

- Certificado corporativo de persona física
- Certificado de autónomo

- Certificado de representante de entidad sin ánimo de lucro
- Certificado de representante legal - administrador único o solidario
- Certificado de representante voluntario frente a las AAPP
- Representante de entidad sin personalidad jurídica
- Representante de entidad sin personalidad jurídica (comunidad de vecinos)
- Certificado de ciudadano / persona física
- Certificado de sello empresarial

Estudio Fotográfico Aateha actualizó su convenio ampliando las ventajas para las empresas asociadas

La empresa asociada Estudio de Fotografía Aateha actualizó en 2020 el convenio de colaboración que mantiene con ASEARCO de modo que ofrece a las empresas asociadas sus servicios fotográficos corporativos a mitad de precio.

Ofrecía la posibilidad de realizar las fotos que necesita una marca o los productos y servicios de una empresa con un 50% de descuento. En concreto, aplicó estos precios especiales en:

- Fotografía de producto
- Producto 360
- Alimentos
- Para catálogo
- Eventos
- De instalaciones
- De trabajos finalizados
- De servicios/actividades
- Para marketing
- Corporativa
- Editorial
- Montajes y edición fotográficos
- Vídeos

Un 20% de descuento en Fotografías para particulares (promoción dirigida a empresarios y trabajadores de empresas asociadas)

Estudio de Fotografía Aateha lanzó, además, otra promoción especial para empresarios y trabajadores de las empresas asociadas a ASEARCO.

- Ofreció un 20% de descuento en fotografía para particulares: bodas, bautizos, comuniones, sesiones fotográficas... Todos los trabajos se entregaban en formato digital. Se podían descargar desde la de web del Estudio (<https://www.aateha.com/>) de manera privada.
- Los descuentos fotográficos indicados se aplicaron a reportajes fotográficos para asociados de ASEARCO.
- La promoción estuvo vigente hasta el 31 de diciembre de 2020.

Campañas promocionales organizadas junto a los Ayuntamientos de Rivas y Arganda

El año 2020 fue un año dominado por la Crisis del Covid-19 y las restricciones establecidas tanto para la movilidad como, en especial, para la actividad.

Numerosos fueron los eventos y ferias empresariales cancelados en todo el país. Por otro lado, las acciones promocionales para las empresas, de diversos sectores de actividad, debieron adaptarse a los nuevos tiempos buscando una visibilidad de los negocios, principalmente, a través de canales digitales, como las redes sociales o las plataformas online.

A comienzos de año, cuando la crisis sanitaria todavía no se había hecho notar con especial virulencia, en Arganda del Rey pudieron culminarse los actos que procedían de la campaña navideña de 2019 (entrega de premios del Concurso de Escaparates), mientras que en Rivas se comenzó a organizar la campaña gastronómica “Ruta de la Tapa Lugares del Mundo”. Se pospuso su celebración al decretarse el Estado de Alarma.

En enero también se intentaron animar las ventas del pequeño comercio local a través de la iniciativa “De Rebajas por Arganda”. A partir de entonces y con el Estado de Alarma acciones como las rutas gastronómicas en este municipio también tuvieron que aplazarse.

Posteriormente, coincidiendo con la apertura de la actividad, se pusieron en marcha iniciativas como la entrega del Sello de Confianza en ambos municipios, que animó a los vecinos a visitar sus establecimientos de proximidad reconociendo, al mismo tiempo, el esfuerzo que realizaron para cumplir con las medidas de higiene y prevención en sus locales.

La edición estival de la campaña De Rebajas por Arganda así como la IV del Tour del Mueble, pudieron celebrarse coincidiendo con una época de contención de la

propagación de los contagios del virus y respetando los protocolos establecidos para garantizar la salud

Fueron acciones promocionales que ayudaron a impulsar la actividad de los negocios locales animando sus ventas y, sobre todo, ayudando a visibilizar la calidad de sus productos y servicios.

Cuando se inició la época conocida como “nueva normalidad”, Rivas logró firmar un gran “Pacto de Ciudad” en el que se acordaron la realización de nuevas iniciativas promocionales donde la digitalización tuvo un papel esencial.

Se lanzaron nuevas campañas como “Zámpate el Descuento” en la que participaron establecimientos de servicios, hostelería y pequeño comercio y la tradicional Feria del Automóvil arrancó como una acción promocional online, ya que el evento no pudo celebrarse en su ubicación habitual, el Recinto Ferial Miguel Ríos.

Además, se puso en marcha una iniciativa pionera, una campaña de sensibilización para fomentar el consumo en los pequeños establecimientos del municipio y en la que se invitaba a participar a las vecinas y a los vecinos de la localidad. Se lanzó el concurso de cortos y vídeos “El comercio, más cerca que nunca”.

Entrega de premios del Concurso de Escaparatismo 2019 (celebrada el 31 de enero de 2020)

El 31 de enero de 2020 se entregaron los premios del Concurso de Escaparatismo de Arganda del Rey 2019. Un año más, el Concurso de Escaparates 'se celebró' en Facebook durante la temporada navideña. A través de la red social, todas las personas que así lo quisieron tuvieron la oportunidad de pulsar "Me gusta" en la fotografía del montaje que más les impresionó.

Las 22 exposiciones **participantes** formaron parte de un álbum de imágenes publicado en el perfil del Ayuntamiento de Arganda de la red social. El Certamen fue organizado por el Ayuntamiento de Arganda en colaboración con ASEARCO.

LOS GANADORES: El primer premio correspondió a **Floristería Detalles**, cuya imagen de su escaparate obtuvo 1.396 'Me Gusta'. En segundo lugar, quedó **La Botica Natural**, quien logró 1.089 votos y, en tercer lugar, se posicionó **La Tienda de Mónica**, quien alcanzó 567 'Me gusta'.

Acciones desarrolladas por ASEARCO para colaborar en la organización del acto de Entrega de Premios y en su difusión.

1. ASEARCO buscó y contactó con empresarios locales asociados para ofrecerles la posibilidad de donar productos de sus empresas con el fin de ofrecérselos como premios a los ganadores del Concurso de Escaparatismo.

Floristería Detalles, comercio que obtuvo el primer puesto en las votaciones en Facebook recibió de "**Joyería Gallego**" un **reloj de alta gama**. Su responsable, Manuel Gallego, se lo entregó a Virginia Cuadros, propietaria de "Floristería Detalles". Además, **Automotor Dursan** entregó una **placa conmemorativa** donada por su negocio.

La propietaria de **La Botica Natural Arganda** recibió de **Calzados Lomas** unos **zapatos** que contaban con la última tecnología para aunar salud, comodidad y moda. El calzado fue elegido por la propia galardonada.

La Tienda de Mónica recibió de la **Cooperativa Vinícola y Aceitera de Arganda** un estuche de madera, edición limitada, que contenía los tres mejores vinos de la Cooperativa Vinícola de Arganda (Reserva, Crianza y Blanco Malvar) con Denominación de Origen Vinos de Madrid, además de una botella de Aljamo, aceite especial monovarietal virgen extra (especialmente recomendado para su consumo en crudo o en cocina selecta).

Con esta muestra de generosidad, los responsables de las empresas patrocinadoras quisieron agradecer el esfuerzo que desarrollan los empresarios y trabajadores de Arganda del Rey a la hora de contribuir al impulso del comercio de proximidad. En este caso, a la hora de vestir de Navidad con creatividad sus establecimientos y de participar en acciones conjuntas que potencian las ventas, como la Campaña de Navidad, “Tus compras, mejor en Arganda”.

2. ASEARCO colaboró en la difusión de la entrega de premios, celebrada el 31 de enero, a través del envío de una **Nota de Prensa** a los medios locales y comarcales, por medio de la publicación de una **noticia en la web** así como de posts difundidos en **redes sociales** (Facebook, Twitter e Instagram).

El acto consistió en un recorrido por los diferentes establecimientos ganadores a través del cual se fueron entregando los premios. La visita a los establecimientos estuvo encabezada por el concejal de Empleo, Desarrollo Local y Turismo, del Ayuntamiento de Arganda del Rey, Irenio Vara, así como por David París, presidente de ASEARCO. Al mismo acudieron también los representantes de las empresas patrocinadoras del evento (Automotor Dursan, Joyería Gallego, Calzados Lomas y Cooperativa Vinícola y Aceitera de Arganda).

Campaña promocional ‘De Rebajas por Arganda’ (Enero de 2020)

La campaña promocional ‘De rebajas por Arganda’ se desarrolló entre el 8 y el 31 de enero de 2020.

Cerca de cien establecimientos del municipio participaron en una estrategia de fidelización conjunta a través de la cual ofrecieron regalos para los clientes que les permitió seguir realizando compras.

Estos premios se unieron a la batería de descuentos especiales que cada negocio decidió lanzar durante la campaña.

La Campaña ‘De Rebajas por Arganda 2020’ fue organizada por el Ayuntamiento de Arganda del Rey en colaboración con ASEARCO.

OBJETIVO DE LA ACCIÓN PROMOCIONAL: La iniciativa pretendía convertir la oferta de los pequeños establecimientos del municipio en una alternativa atractiva frente a las potentes campañas promocionales de otros canales de venta como las grandes superficies o las plataformas digitales.

¿CÓMO FUNCIONÓ LA ACCIÓN PROMOCIONAL?: Las personas que compraron un producto o un servicio, en cualquiera de los comercios adheridos (a partir de un importe mínimo decidido por cada negocio), recibieron una Tarjeta Rasca y Gana que podían ocultar ‘premios instantáneos’ de 20 o de 50 euros. Los importes económicos sirvieron para adquirir otros productos y servicios en los establecimientos de la campaña. Las tarjetas también podían ocultar lotes de vino y de aceite de Arganda.

VERSATILIDAD Y CALIDAD DE LA OFERTA: Entre los establecimientos participantes se pudieron encontrar todo tipo de actividades: desde tiendas de moda, de muebles y de alimentación hasta centros de entrenamiento personalizado pasando por agencia de viajes, zapaterías, ópticas, joyerías, mercerías, librerías, jugueterías, negocios de

electrodomésticos, de informática, tintorerías, pastelerías, perfumerías. También participaron los comercios del Mercado Municipal y de la Galería de Loeches.

Labor realizada por ASEARCO para difundir la iniciativa:

Publicó diversos posts en las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), durante todo el mes. Con ello, se pretendía que la campaña estuviera presente en la mente de los consumidores locales, más allá del momento de su lanzamiento. Los mensajes pusieron el acento en la versatilidad y la calidad de la oferta que se podía encontrar en los establecimientos participantes así como en los premios que se podían recibir con las compras.

- Publicación de la noticia en la página web de la asociación. Envío de circulares a su base de datos de empresas asociadas para que conocieran la iniciativa y animar a realizar compras en el pequeño comercio de proximidad.
- Envío de **nota de prensa** para dar a conocer la campaña promocional a los medios de comunicación locales, comarcales y regionales. (Titular de la nota de prensa: **“El pequeño comercio de Arganda lanza su campaña de rebajas ofreciendo grandes descuentos y premios para sus clientes”**).

Iniciativa para visibilizar los negocios que no cerraron sus puertas durante el Estado de Alarma

Listado de establecimientos abiertos, elaborado por ASEARCO, durante el Estado de Alarma

A petición de varias empresas asociadas, ASEARCO también elaboró (al igual que el Ayuntamiento de Arganda) un listado de establecimientos asociados (comercios, servicios, hostelería) que continuaban trabajando durante el Estado de Alarma. Se informó de cuáles estaban abiertos y cuáles seguían ofreciendo servicio vía online o a domicilio.

Al mismo tiempo, todos los datos de nuevas empresas que se ponían en contacto con nuestra organización empresarial para aparecer en dicho listado, eran enviados al Ayuntamiento de Arganda para que los incluyera en su propia información sobre establecimientos abiertos.

Más de 40 establecimientos de Arganda del Rey se inscribieron en el listado de empresas asociadas que continuaban con su actividad durante el Estado de Alarma.

Información esencial para continuar con la actividad

La información sobre cada empresa que figuraba en el Listado de negocios abiertos de ASEARCO era la esencial para que se pudiera conocer la manera en la que se podía contactar con ellos así como el tipo de servicio que podían ofrecerle. Se difundió entre trabajadores y empresarios asociados y, en general, los vecinos y vecinas del municipio:

- Nombre del establecimiento
- Actividad a la que se dedica
- Teléfono
- Dirección
- Web / Redes Sociales, en caso de que las tuviera
- Tipo de servicio que se ofrece: tienda física, online o a domicilio
- Horario de atención al público en caso de que estuviera dando servicio en tienda física.

- En caso de servicio a domicilio, había que especificar cómo contactar con el negocio (whatsapp, teléfono, mensaje por redes...) y aclaraciones relacionadas con el servicio (por ejemplo, antelación con la que debían hacerse los pedidos, trabajos que no realizaban durante la emergencia sanitaria, etc...

Campaña “Establecimientos de confianza” en Arganda (inicio: mayo de 2020)

Arganda del Rey entró en la Fase 1 de la Desescalada de la actividad económica (tras las restricciones impuestas a causa de la pandemia) iniciando la campaña “Establecimiento de confianza”.

Fue una iniciativa de apoyo dirigida al comercio y la hostelería del municipio, organizada por el Ayuntamiento de Arganda del Rey en colaboración con ASEARCO.

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA: Esta campaña se diseñó para reconocer el enorme esfuerzo que tuvieron que realizar los establecimientos (y siguen haciéndolo) a la hora de cumplir con las medidas de higiene y prevención en sus locales, en su vuelta progresiva a la actividad.

Fue, además, un llamamiento a la ciudadanía con un horizonte claro: fomentar el consumo entre los vecinos y vecinas indicándoles que los negocios, en los que iban a comprar o a disfrutar de un servicio determinado, estaban trabajando para ser entornos seguros y de confianza.

EN QUÉ CONSISTIÓ LA CAMPAÑA: Los establecimientos que querían sumarse a la campaña tenían que cumplir con las medidas de higiene y prevención que fueron estableciendo las administraciones regional y estatal. Medidas que, por ejemplo, fueron describiéndose en las diferentes Órdenes que se publicaron en el Boletín Oficial del Estado (información que el Ayuntamiento de Arganda y ASEARCO difundieron).

Los establecimientos tuvieron la oportunidad de comunicar el cumplimiento de todos los protocolos de higiene y prevención a la Concejalía de Turismo, que fue la encargada de enviarles un sello “Establecimiento de confianza”. El sello se colocó en lugares visibles de los establecimientos.

DOS MOMENTOS INFORMATIVOS CLAVES

La campaña promocional se impulsó a través de varios momentos informativos protagonizados por las empresas que recibían los sellos, representantes del Ayuntamiento de Arganda y por ASEARCO.

- El 25 de mayo, el alcalde de Arganda, Guillermo Hita, el concejal de Desarrollo Económico y Empleo, Ireneo Vara y el presidente de ASEARCO, David París, presentaron la campaña realizando una visita a tres establecimientos del municipio con diferentes actividades. Estos negocios locales fueron Calzados Juscar, Pastelería La Moderna y Restaurante Gambrinus.
- El 11 de junio, cuando ya se habían entregado un total de 200 sellos de Establecimientos de Confianza, el Certificado “dio el salto al polígono industrial del municipio”.

Para dar a conocer la ampliación de empresas y actividades que comenzaban a recibir dicho sello, el alcalde de Arganda, Guillermo Hita, el concejal de Desarrollo Económico y Empleo, Ireneo Vara y el presidente de ASEARCO, David París, visitaron las empresas Hotel AB Arganda y su Restaurante El Roble, Carrocerías Trujillo, Guijar Motor e Iberext.

NÚMERO DE SELLOS ENTREGADOS HASTA DICIEMBRE DE 2020: Tal y como informó el área de Desarrollo Económico y Turismo del Ayuntamiento de Arganda, se entregaron 200 sellos de Establecimientos de confianza entre el comercio y la hostelería y unos 100 sellos entre las empresas del sector industrial y de servicios del polígono industrial.

Labor realizada por ASEARCO para colaborar en la iniciativa:

- Asesoramiento, a través de los despachos de abogados que colaboran con la asociación, a la hora de indicar la normativa y recomendaciones, procedentes de las diferentes administraciones, por la que había que regirse para seguir con los protocolos de higiene y prevención.

- Publicación de diversos posts en las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), para dar a conocer la iniciativa, invitar a las empresas a cumplir con los protocolos de higiene y prevención, así como para informar de que el sello se comenzaba a repartir entre las pymes del polígono industrial.
- Envío de newsletters a los asociados.
- Envío de **nota de prensa** para dar a conocer la iniciativa a los medios de comunicación locales, comarcales y regionales. (Titular de la nota de prensa: “Arganda pone en marcha la campaña “Establecimientos de confianza para reconocer el esfuerzo que realizan comercio y hostelería a la hora de aplicar medidas de higiene y seguridad”).

El Ayuntamiento de Rivas y ASEARCO pusieron en marcha la campaña ‘Establecimientos de Confianza’

El Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid puso en marcha, en colaboración con ASEARCO, la campaña “Establecimiento de confianza” con el objetivo de apoyar al comercio ripense que garantizara las normas de higiene y prevención obligadas por el Gobierno y la Comunidad de Madrid a causa de la COVID-19.

OBJETIVOS:

La campaña comenzó a difundirse en el momento de reapertura de los negocios, durante el proceso de desescalada y superada la fase más dura de la crisis del Covid-19. Por ello, el propósito de la campaña fue reconocer el esfuerzo que estaban realizando los establecimientos de la localidad en aquel instante para adaptarse a los protocolos de seguridad e higiene. Fue una manera, por otro lado, de fomentar el consumo local entre los vecinos y vecinas de Rivas indicándoles que los locales a los que acudían para realizar sus compras eran y son de confianza.

Los establecimientos que quisieron sumarse a la campaña tuvieron la oportunidad de hacerlo a través de un Formulario de Adhesión que se encontraba en la página web del Ayuntamiento de Rivas que era, en sí mismo, una declaración responsable del negocio, el cual indicaba que su establecimiento se ajustaba a la normativa exigida.

ACTO DE INICIO DE LA CAMPAÑA:

El alcalde de Rivas Vaciamadrid en aquel momento, Pedro del Cura, la anterior concejala de Desarrollo Económico y Empleo, Carmen Rebollo, y el presidente de ASEARCO, David París, hicieron entrega, el 5 de junio, de algunos de los sellos de la campaña ‘Establecimientos de confianza’ en distintos comercios del municipio.

Los establecimientos visitados fueron Comercial Dpeluquería, donde la comitiva se encontró con la presidenta de la Asociación de Comercios de Rivas, Ana López, el concesionario J. Rocal y el establecimiento hostelero Kremma.

RESULTADOS DE LA CAMPAÑA:

El 5 de junio de 2020 se habían entregado 192 sellos a establecimientos de todos los sectores de actividad en el municipio.

Colaboración en la difusión del Listado de establecimientos que permanecieron abiertos durante el Estado de Alarma de Rivas

El Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid elaboró un mapa con el listado de los establecimientos que permanecían abiertos en el municipio o que prestaban sus servicios a través de internet durante el Estado de Alarma.

El mapa se realizó en colaboración con el grupo de Comercios de Rivas y así como con la colaboración en la difusión de la iniciativa de ASEARCO.

El objetivo de esta iniciativa fue el de proporcionar visibilidad a los negocios locales y ayudar a mitigar las devastadoras consecuencias económicas que originó el estado de alarma y la decisión consiguiente de cerrar la actividad de empresas no consideradas como esenciales.

A través del mapa, los vecinos podían localizar las tiendas más cercanas que podían seguir ofreciendo sus servicios cerca de sus domicilios.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE PARTICIPARON EN LA INICIATIVA: El 16 de mayo se habían inscrito un total de 269 establecimientos.

Campaña promocional ‘De Rebajas por Arganda’ (Julio de 2020)

Más de 120 establecimientos comerciales y de servicios decidieron participar en la campaña promocional de verano, “De Rebajas por Arganda” , una iniciativa que comenzó el 1 de julio de 2020 y finalizó el 31 del mismo mes. Estuvo organizada por el Ayuntamiento de Arganda del Rey en colaboración con ASEARCO.

OBJETIVO DE LA INICIATIVA: En 2020 los objetivos de la iniciativa iban más allá de la búsqueda de un incremento de ventas, vital para el comercio de proximidad en tiempos donde buena parte de las decisiones de compra se destinan a las grandes superficies o canales de venta online.

En verano de 2020, la campaña De Rebajas por Arganda acompañó a los pequeños negocios del municipio en su regreso a la actividad en la fase de desescalada. Poniendo de relieve la existencia de su oferta de calidad a buenos precios.

Además de visibilizar el comercio de proximidad, recordaba a los vecinos que estaba realizando un gran esfuerzo adecuando sus establecimientos a las exigencias de las autoridades sanitarias.

FUNCIONAMIENTO DE LA CAMPAÑA: Las promociones y ofertas, habituales en esta época del año, convivieron con los premios que se ofrecieron a través de unas tarjetas rasca-gana. Ocultaban premios de 10 y 20 euros y los comercios las pudieron entregar después de cada compra realizada con un importe mínimo que ellos mismos decidieron.

El importe de los premios se destinó a comprar otros productos o servicios en los establecimientos que participaron en la campaña. “De Rebajas por Arganda” fue también una campaña promocional que sirvió de escaparate para poner de relieve la excelencia de los vinos y aceites del municipio. Por ello, se ofrecieron también como premios a los clientes a través de las tarjetas rasca-gana.

LOS ESTABLECIMIENTOS PROTAGONISTAS DE LA CAMPAÑA: Fue una campaña que ofreció un gran versatilidad de productos y servicios pues participaron tiendas de moda,

de calzados, de deportes, de menaje, de alimentación, librerías, ferreterías, perfumerías, joyerías, de cosmética, jugueterías, floristerías, establecimientos de climatización, de muebles y decoración, clínicas dentales, peluquerías, tintorerías incluso agencia de viajes.

Labor realizada por ASEARCO para difundir la iniciativa:

- Envío de circulares a los empresarios asociados para impulsar las inscripciones e informar del evento comercial con el fin de fomentar compras entre las empresas y trabajadores de otros sectores de actividad.
- Se publicaron varias entradas en las sociales (Facebook, Twitter e Instagram), durante todo el mes. Las entradas se distribuyeron a lo largo del mes para que los vecinos y otros usuarios de las redes sociales recordaran las ventajas que ofrecía comprar en Arganda durante una campaña que aunaba descuentos y premios.
- Publicación de varias noticias en la página web de la asociación (Plazo de inscripción en la campaña, Anuncio del inicio de la campaña e información recordatorio de la campaña en el ecuador de su celebración).
- Envío de **nota de prensa** para dar a conocer la campaña promocional a los medios de comunicación locales, comarcales y regionales. (Titular de la nota de prensa: “Comienza “De Rebajas por Arganda”, una campaña para impulsar las ventas del pequeño comercio donde conviven las ofertas con los premios”).
-

Campaña digital “Zámpate el descuento” en Rivas

OBJETIVO DE LA CAMPAÑA RIVAS “ZÁMPATE EL DESCUENTO”: fue una acción promocional cuyo objetivo consistió en visibilizar la oferta de los pequeños establecimientos de servicios, hostelería y comerciales. Pretendía, además, ofrecer un apoyo a la hora de animar el consumo local.

FECHA DE CELEBRACIÓN: Fue una iniciativa que se celebró a través de una plataforma digital y de páginas y perfiles específicos en las redes sociales, desde el 15 de octubre al 15 de noviembre de 2020.

DINÁMICA DE LA ACCIÓN PROMOCIONAL: 73 establecimientos reflejaron sus promociones especiales, creadas para la campaña, en la web www.zampateeldescuento.es

Las y los vecinos de Rivas que navegaron por la plataforma pudieron encontrar descuentos en productos, precios especiales en la contratación de servicios o menús diseñados para hacer las delicias de los amantes de la gastronomía.

Los establecimientos participantes y su información esencial (dirección, redes sociales, webs, teléfono) aparecieron geoposicionados en un mapa del municipio.

De este modo, las vecinas y los vecinos tuvieron la oportunidad de descubrir las ofertas y los descuentos, pero también cómo llegar a los lugares, a pie de calle o digitales, en los que podían beneficiarse de los mismos.

Además, se pudieron descubrir por categorías de actividad para aquellos que tengan claro qué es lo quieren adquirir o necesitan consumir.

En la web, por otro lado, se recordaban los pasos que podían dar las personas, clientes de la campaña, para lograr premios, valorados en 50 euros cada uno. Se trataba de importes económicos que sirvieron para realizar compras o disfrutar de comidas o cenas en los establecimientos participantes.

CÓMO PUDIERON PARTICIPAR LOS CLIENTES EN LOS SORTEOS

Las personas que disfrutaron de los descuentos, en algunos de los establecimientos adheridos, tuvieron la oportunidad de participar, a través de las redes sociales Facebook e Instagram, en un sorteo de 40 menús y 30 vales-descuento. Para ello, solo tuvieron que publicar en las redes sociales su foto junto a los productos que compraron, los platos que disfrutaron o el trabajo finalizado tras la contratación de un servicio, en cualquiera de los establecimientos participantes.

Las imágenes tenían que ir acompañadas del hashtag del evento, **#zampateeldescuento** y de la mención del establecimiento donde se encontraban.

También tuvieron la oportunidad de participar en el sorteo las personas que le dieron a 'Me Gusta' en la página oficial de la campaña promocional en Facebook.

ACCIÓN CONTEMPLADA POR EL PACTO LOCAL Y EL PACTO DE CIUDAD DE RIVAS

La campaña fue organizada por ASEARCO y el Ayuntamiento de Rivas, y se trataba de una iniciativa completamente gratuita para los participantes ya que fue sufragada por el consistorio ripense y estaba enmarcada dentro de las acciones del Pacto Local por el Desarrollo Económico y el Empleo y del Pacto de Ciudad.

RESULTADOS DE LA CAMPAÑA PROMOCIONAL (A continuación, destacamos los datos más relevantes).

-Visitas a la plataforma digital Zámpate el Descuento: El número de visitas a la plataforma digital Zámpate el descuento fue de 28.921, contó con un total de 7.835 usuarios.

-Participación en el sorteo de la campaña: Hubo una participación en el sorteo de 58 fotografías.

-Campaña en Redes Sociales oficiales de Zámpate el Descuento: Se alcanzaron los 618 'Me Gusta' en la página oficial de la campaña en **Facebook** durante la campaña y los 120 seguidores en **Instagram**.

El alcance de las publicaciones en Facebook fue de 321.55 mil y de impresiones totales de 1.03 millones. En **Instagram**, por su parte, el número de impresiones totales del perfil fue de **724.07 mil y el alcance de la cuenta: 698.49 mil**

-Resultados de publicaciones orgánicas (sin pago) en las redes de ASEARCO

Instagram: 6 publicaciones que alcanzaron a un total de 990 cuentas, obtuvieron 1.131 impresiones y 56 Me gusta

Facebook: 17 publicaciones que obtuvieron 2.436 impresiones totales, un alcance de 2.147 personas y 30 Me gustas.

Twitter: 6 tuits y 4 retuits que obtuvieron 551 impresiones, 32 interacciones y 9 Me gusta.

Datos más destacados de las ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN (Datos más relevantes):

- **Un 82%** considera que campañas como Zámpate el descuento son buenas para potenciar el negocio por canales digitales.
- **A un 57% le ha merecido la pena participar** en la campaña frente a un 35% que indica que no.
- **Un 60% considera que las campañas digitales son necesarias para animar el consumo;** un 2% prefiere acciones promocionales tradicionales y un 35% considera que ambos tipos de iniciativas son interesantes para incentivar el comercio de proximidad.

Feria digital del Automóvil de Rivas Vaciamadrid

OBJETIVOS: La acción promocional pretendía continuar con la labor de apoyo al sector del automóvil del municipio en 2020, a pesar de las limitaciones existentes por la pandemia y de la cancelación del evento tradicional ubicado en el Recinto Ferial Miguel Ríos.

El sector comercial de la automoción es uno de los más importantes para la economía de la localidad y sus empresas se vieron también especialmente afectadas por las consecuencias de la pandemia.

Con esta acción se intentó ofrecer una respuesta accesible para visibilizar los negocios locales y ayudar a promocionarlos. Las empresas participantes manifestaron su deseo de que la campaña sirviera para poner de relieve sus propias webs, para atraer visitas a sus páginas corporativas . De este modo, se podía apoyar el esfuerzo de marketing desarrollado por las propias empresas participantes .

FECHA DE CELEBRACIÓN:

La Feria Digital del Automóvil de Rivas se celebró del 15 al 30 de noviembre de 2020.

PLATAFORMA DIGITAL DONDE SE CELEBRÓ LA FERIA:

La plataforma digital fue www.feriadelautomovilrivas.com .

DINÁMICA DE LA ACCIÓN PROMOCIONAL:

Un total de 22 concesionarios de la localidad establecieron una serie de promociones, descuentos y precios especiales o compartieron publicidades diseñadas para eventos comerciales que se iban a desarrollar durante ese mes (por ejemplo, el Black Friday) y los reflejaron en la web www.feriadelautomovilrivas.com .

Entre los reclamos comerciales, se reflejaron descuentos directos al realizar compras, pasando por ofertas de lanzamiento, amplios periodos de carencia, de garantías o de mantenimiento, seguros a todo riesgo sin coste durante un año y hasta regalos de diverso tipo como combustible para recorrer miles de kilómetros.

Pulsar estos reclamos comerciales conducía a los visitantes digitales a las propias páginas webs de cada concesionario.

En la plataforma digital, cada concesionario disponía de una ficha con información básica de contacto, enlaces a webs y a redes sociales. Su ubicación aparecía geolocalizada en un mapa.

ACCIÓN CONTEMPLADA EN EL PACTO LOCAL Y EL PACTO DE CIUDAD DE RIVAS

La Feria digital del Automóvil fue organizada por el Ayuntamiento de Rivas y la Asociación de Empresarios de Arganda, Rivas y comarca (ASEARCO).

Este año la **inscripción fue completamente gratuita para los concesionarios**, puesto que la acción estuvo sufragada por el Consistorio ripense.

Formaba parte de las acciones contempladas en el Pacto Local del municipio y del Pacto de Ciudad.

RESULTADOS DE LA CAMPAÑA PROMOCIONAL (A continuación, destacamos los datos más relevantes.

Se ha obtenido un total de **291.234 personas alcanzadas**, entre las redes sociales y la página web, unos datos notablemente superiores al alcance digital de las ferias anteriores. **En este sentido, la campaña cumplió con su principal objetivo que era, dadas las circunstancias de restricciones a la actividad existentes, servir de escaparate promocional** amplio, con las ventajas que ofrece la proyección digital, más allá de los límites de una ciudad, una comarca.

A los concesionarios participantes se les pidió, a través de diversos contactos telefónicos y por correo electrónico, métricas de tráfico a sus webs desde los canales de la feria, el número de visitas al concesionario / contactos comerciales y el número de ventas. Al no disponer todos los concesionarios de programas de analítica digital, la organización solo pudo realizar una aproximación con los datos proporcionados.

Finalmente, nueve (9) de los veintidós (22) concesionarios apuntados fueron los que proporcionaron información, por lo que se realizó una extrapolación y se definió que, de cada mil (1.000) personas alcanzadas en la campaña, treinta y dos (32) accedieron a la web de los concesionarios. Unas 11 ventas fueron realizadas.

En las respuestas de las encuestas realizadas a los concesionarios quedó reflejado que las empresas participantes eran conscientes de que era difícil conseguir un objetivo de ventas comparable al de otros años, debido a la situación de notable recesión que vive el sector. Así se puede ver en el último informe de ANFAC (Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones) Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (Anfac). Reconocieron y valoraron, por otro lado, la naturaleza gratuita de la campaña y el apoyo del consistorio al sector del automóvil ripense.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LOS PARTICIPANTES

Entre los datos más destacados de las encuestas de satisfacción, se encontraban los siguientes:

- El 100% de los concesionarios opinó que la Ferial del Automóvil digital fue una buena iniciativa dadas las especiales circunstancias.
- El 85% consideraron que campañas como la Ferial del Automóvil digital fueron buenas para visibilizar su negocio y sus propias plataformas digitales.
- Al 80% le mereció la pena participar en la iniciativa.
- Un 90 % de los encuestados consideró que las campañas digitales eran necesarias para animar el consumo.

CAMPAÑA EN FACEBOOK E INSTAGRAM. Página y perfil de la FERIA DEL AUTOMÓVIL DIGITAL.

Los datos analíticos obtenidos son:

- Alcance: 105619
- Impresiones: 85497
- Me gusta: 1451
- Alcance de las publicaciones (promedio): 10312
- Interacción (promedio): 49
- Visitas totales a la página*: 1400

INSTAGRAM

- Alcance: 50.417
- Seguidores: 152
- Alcance de las publicaciones: 2574
- Interacción: 131

PUBLICIDAD DIGITAL

Se ha contado con los servicios de Girsanet quienes planificaron, gestionaron y controlaron las acciones publicitarias de pago en redes sociales.

Para ello llevaron a cabo la elaboración del material visual necesario para las campañas, así como la adaptación de la misma a las necesidades específicas de la acción en función de las fechas que se manejaron.

Se comenzó la campaña online el día 1 de noviembre, con una campaña que buscaba el mayor alcance para dar a conocer la feria: el espacio web y las redes sociales.

En primera instancia se llevó a cabo un Test A/B (consiste en desarrollar y lanzar dos versiones de una misma publicación y medir cuál funciona mejor) con el objetivo de recabar información de las acciones que mejor resultado obtuvieran, despertar el interés del público y dar tiempo a los motores de búsqueda a recabar información de la feria.

Además, esta acción se completó con una campaña de Likes en Facebook, con el objetivo de obtener un mejor rendimiento orgánico una vez comenzara la campaña.

Ambas acciones se mantuvieron hasta que la Feria comenzó (15 de noviembre).

En la segunda fase, una vez se había llamado la atención del usuario y de los motores de gestión de la publicidad, se configuró una campaña en Facebook de remarketing (permite crear anuncios adaptados o personalizados para los usuarios que, previamente, visitaron una página) .destinada a alcanzar a todos aquellos que llegaron a visitar www.feriadelaautomovilrivas.com en algún momento. Esta acción se llevó a cabo durante toda la feria: del 15 al 30 de noviembre.

Por último, se promocionaron las publicaciones orgánicas, donde se destacaban los servicios de los concesionarios uno a uno, con el objetivo de mejorar el alcance de estas. **El objetivo era, al igual que en el resto de la campaña, dar visibilidad a los concesionarios** que participaban.

Campaña orgánica en la página de ASEARCO en Facebook:

Un total de 21 posts publicados que obtuvieron los siguientes resultados: 4678 impresiones totales y 3.803 personas alcanzadas.

Perfil en Instagram de ASEARCO: 10 posts publicados de forma orgánica que obtuvieron 1469 impresiones totales, un alcance de 1214 y 80 Me Gusta.

PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES DE NICHOS

Por otro lado, se contó con los servicios de **Zabila para realizar publicidad en medios digitales de nicho**, es decir, con audiencias concretas y específicas, con contenidos especializados en automóvil. Los medios digitales de nicho a los que nos referimos son: Coches.net (<https://www.coches.net/>) y Neomotor (<https://neomotor.sport.es/>). Durante quince días se consiguieron 550.000 impresiones en ambos medios especializados en automóvil.

COMUNICACIÓN DEL EVENTO en los medios locales y comarcales

Se enviaron varias notas de prensa comenzando la difusión en el momento en que se abrió el plazo de inscripción. Los titulares fueron los siguientes:

- 20/10/2020 - Abierto el plazo de inscripción de la “Feria Digital del Automóvil de Rivas Vaciamadrid”
- 13/10/2020 – “Este domingo arranca la Feria del Automóvil de Rivas en una plataforma digital y de la mano de 22 concesionarios”
- 27/11/2020 – “La Feria del Automóvil Digital de Rivas entra en su recta final brindando grandes oportunidades en vehículos de ocasión y nuevos” .

Además de aparecer en varias noticias en los medios locales de Arganda y Rivas (Zarabanda, Diario de Rivas, Diario de Arganda, Arganda Actual, Rivas Actual), generó noticias en otros medios, en función de las notas de prensa que se iban enviando. Aún sin tener contratado servicio de seguimiento de prensa, fue difundido, entre otros, por la agencia Europa Press, medios digitales como La Vanguardia, Actualidad 21, Noticias para municipios, El Telescopio Digital.

IV Tour del Mueble de Arganda del Rey

El 1 de noviembre de 2020 se inició la cuarta edición del Tour del Mueble de Arganda del Rey. Fue organizado por el Ayuntamiento de Arganda del Rey en colaboración con ASEARCO.

OBJETIVOS DE LA INICIATIVA: Fue una campaña promocional que pretendía impulsar las ventas en los establecimientos de muebles del municipio, así como poner de relieve la amplia y versátil oferta de calidad de este importante sector de actividad argandeño. Durante 15 días, un total de 30 establecimientos del sector de muebles y la decoración tuvieron la oportunidad de ofrecer promociones especiales y premios para sus clientes.

DUPLICADO EL IMPORTE DE LOS PREMIOS: El Ayuntamiento de Arganda aumentó este año el importe de los premios del Tour del Mueble. De este modo, hubo dos premios de 500 euros para las personas que compraron muebles durante la campaña y dos premios de 250 euros para las personas que visitaron la página oficial de la iniciativa en Facebook, <https://www.facebook.com/argandaciudaddelmueble> dieron “Me gusta” en una publicación diseñada para informar sobre el sorteo y mencionaran en ella también a otras dos personas a través de un comentario.

Los importes servirán para comprar muebles o artículos de decoración en los establecimientos participantes.

LOS DESCUENTOS DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES: los **establecimientos adheridos** prepararon **promociones y descuentos especiales** para los clientes que realizaran en ellos sus compras.

ESTABLECIMIENTOS PARTICIPANTES: En la edición de este año, los establecimientos adheridos a la iniciativa fueron los siguientes: Muebles Montanaro, Rapimueble Arganda, Ike Muebles, Kibuc Arganda, Valdevilla diseño de Interiores, Muebles Lualce, Colombini Casa, Muebles Delia, Dormitienda, Lámparas Arroyo, Mundo Roble, Masterdescanso, Muebles Decosof, Muebles Bonitos, Miss Decor, Muebles Art Decor, Divinity Muebles, Vanguard Interiores, Ecomobel, Eurosofá, Sofás y Muebles,

Madridecor, Fabrizio Innovación, Novo Spazio Mobiliario, Cema Decor, Mundo Juvenil, Factory Sofás y Colchones, Ulla Muebles, Iberestilo, Cocinnova Mobiliario.

ESCAPARATE VIRTUAL Y HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN: La información y localización de todos los establecimientos aparecieron reflejadas en la página de Facebook, [Arganda Ciudad del Mueble](#)

El **Ayuntamiento de Arganda del Rey se encargó de la contratación de las acciones publicitarias** que se pusieron en marcha para dar a conocer la campaña. Entre ellas, estas acciones fueron las siguientes: difusión de vídeo promocional en Canal Metro, diseño y contratación de cartelería, flyers informativos, polipropilenos, banderolas, lonas para las rotondas (con sus correspondientes montajes y desmontajes) y papeletas del sorteo.

ASEARCO y el Ayuntamiento de Arganda realizaron una campaña orgánica (es decir, no de pago) de marketing en dicha página oficial en Facebook ([Arganda Ciudad del Mueble](#)) para que todos los establecimientos participantes tuvieran su protagonismo durante la celebración del Tour del Mueble. Esta campaña consistió en la publicación de posts con información sobre la oferta de las diferentes tiendas participantes, pero también posts donde se explicaba en qué consistía la campaña y cuáles eran los sorteos existentes. Más adelante ofrecemos más detalles sobre esta campaña orgánica en Facebook.

Esta campaña comenzó los días previos a su inicio (27 de octubre), en cuanto se confirmó que iba a celebrarse el Tour del Mueble (cuestión que no se supo con certeza hasta el último momento dadas las restricciones de movilidad que afectaron a Madrid y a Arganda del Rey a finales de octubre). Finalizó la campaña el 15 de noviembre.

Labor de ASEARCO en la organización de la campaña IV Tour del Mueble:

- **Labor comercial.** Junto a personal técnico del Ayuntamiento de Arganda, personal técnico de ASEARCO contactó con los establecimientos del sector de muebles de Arganda para informar de la campaña promocional.

- A lo largo del periodo de inscripción, se realizaron diversas llamadas para recordar la existencia de la campaña, ofrecer información sobre las ventajas que prestaba la participación.
- Llamadas periódicas a los empresarios del sector para **recordarles plazos de inscripción y confirmar la recepción de solicitudes.**

CAMPAÑA ORGÁNICA EN FACEBOOK Arganda Ciudad del Mueble

- Durante los días previos a la campaña, 27 de octubre, dio comienzo la campaña en la página de Facebook Arganda Ciudad del Mueble.
- La campaña pretendía visibilizar los negocios del sector del mueble de Arganda del Rey, pero también posicionar el municipio como un lugar de referencia en la región para todos aquellos que están amueblando su casa por primera vez, pero en especial, aquellos que están renovando la decoración de su casa, en la situación de pandemia. El hogar se convirtió por aquel entonces en el epicentro de nuestra existencia cotidiana, ya no solo por el incremento de personas que teletrabajan, también porque nuestro tiempo de ocio ‘se quedaba, en buena medida, también en casa’.
- En dicha campaña en Facebook se quiso poner de relieve las ventajas que ofrecía el IV Tour del Mueble frente a otras alternativas o canales de compra. De este modo, se destacaron en las diferentes entradas:
 - Los descuentos y promociones especiales que cada establecimiento ofreció durante los diez días de campaña.
 - Los sorteos en los que podían participar las personas que, en primer lugar, visitaran y compraran muebles en cualquiera de los establecimientos. También aquellos usuarios de Facebook que ayudaron en la difusión de la página Arganda Ciudad del Mueble dando ‘Me Gusta’ y mencionando a dos personas.

- El diseño, la calidad y la enorme variedad de estilos decorativos que ofrecía el catálogo del Tour del Mueble. Suma, al fin y al cabo, de las ofertas de los 30 establecimientos participantes, cada uno de ellos, con su línea de piezas con diseños diversos.
 - Como el año anterior, se realizaron frecuentes invitaciones a visitar el municipio, recordándose las vías de comunicación para llegar a Arganda del Rey (salidas de la A3 / Metro).
- Además de los contenidos genéricos informativos, en Arganda Ciudad del Mueble se fueron publicando **POSTS EXCLUSIVOS de cada uno de los 30 establecimientos participantes.**

El objetivo era que cada tienda tuviera su protagonismo particular. Por ello, a través de los textos, se destacó lo más representativo de su oferta, las señas de identidad del negocio que convierten cada establecimiento en único dentro del mercado. Se incluyeron también datos de contacto, incluidas sus webs y redes sociales (en caso de que las tuvieran) y fueron etiquetados para que aquellos clientes que quisieran conocer con mayor detalle la oferta del establecimiento determinado, pudieran acceder directamente a su página oficial en la red social.

Más acciones de difusión de ASEARCO del IV Tour del Mueble:

- Envío de varias circulares informando a los empresarios asociados ofreciendo información sobre la campaña promocional así como las bases de participación. También se enviaron circulares recordando la finalización de los plazos de inscripción.
- Publicación de la noticia de la inauguración en la página web y en las redes sociales de ASEARCO (Facebook, Twitter e Instagram). El acto de presentación consistió una visita de representantes institucionales a tres establecimientos de muebles que se sumaron a la propuesta comercial: Madridecor, Colombini Casa Arganda y Muebles Montanaro. El alcalde

de Arganda del Rey, Guillermo Hita, el concejal de Turismo, Irenio Vara, y el presidente de ASEARCO, David París, acompañados por miembros de la corporación municipal, visitaron las tiendas de muebles para conocer la oferta de los participantes preparada para el comienzo de la campaña.

- Elaboración y envío de **nota de prensa**. Contenía toda la información referente a la cuarta edición del Tour del Mueble. Se mandó a los medios locales, regionales y comarcales (Titular de la nota de prensa: “Vuelve el Tour del Mueble de Arganda este domingo con más premios y las promociones especiales de 30 establecimientos de decoración”). La información se envió junto con el cartel de la campaña promocional.
- **Difusión en redes sociales** de ASEARCO (Facebook, Twitter e Instagram). Se fueron publicando diversos posts a lo largo de la campaña para informar de su existencia, recordar la dinámica de los sorteos y poner de relieve la calidad en el servicio ofrecido por los establecimientos de muebles de Arganda. También se puso el foco en la imagen de marca de Arganda como punto de referencia en la región para las personas que buscan amueblar su hogar de la mano de profesionales.

Producción y difusión del Corto “Juntos” para apoyar al comercio y la hostelería de Arganda

El 24 de junio de 2020 se estrenó el cortometraje “Juntos”, que reunió a un total de 14 representantes de pequeñas empresas de Arganda del Rey en torno a la cámara y a una historia realizada por el escritor local, José Luis Sáez. Este autor decidió participar en la campaña de sensibilización a favor de los pequeños establecimientos locales que impulsó ASEARCO. El corto contó con la colaboración del Ayuntamiento de Arganda del Rey.

OBJETIVOS: El cortometraje formaba parte de una campaña que pretendía concienciar a los vecinos sobre la importancia que tiene el consumo en los pequeños negocios del municipio para mantener vivas las calles de la ciudad, pero en especial, para mantener la economía y la creación de empleo.

La idea de difundir una creación audiovisual que tuviera impacto en la mente de los consumidores se vio especialmente necesaria en el momento en el que se abordó su producción: los establecimientos reanudaban su actividad tras el cierre empresarial propiciado por la crisis sanitaria.

SINOPSIS. “Juntos” nos conduce a Ana, la propietaria de una floristería que, en plena crisis del Covid -19, se plantea no volver a abrir las puertas de su tienda ya vacía. No puede afrontar los gastos sin recibir apenas ingresos y le falta también algo muy importante: mirar más allá de la persiana metálica que mantiene cerrado su negocio. Confiar en que existe un futuro para su pequeño establecimiento.

El desánimo de Ana se convierte en una confianza hecha a otra mujer, Piluca, responsable también de otro comercio de la zona y, a partir de ahí, la noticia del cierre de la floristería ‘se viraliza’ entre comerciantes, hosteleros, dueños y trabajadores de establecimientos de servicios. Vecinos, en definitiva, de Ana. Es el detonante de una historia solidaria que quiere poner de relieve el gran esfuerzo que están realizando los pequeños establecimientos para mantener su actividad. La calidad que siguen

ofreciendo las tiendas pequeñas, a pesar de las dificultades, y el oficio experto de tantos autónomos y empresarios que mantienen la economía de una localidad.

ENLACE AL CORTOMETRAJE “JUNTOS” (“TOGETHER”):

https://youtu.be/924N1yt3_gM

ESTABLECIMIENTOS COLABORADORES

Los establecimientos que participaron en representación de todo el pequeño comercio, la hostelería y los establecimientos de servicios de Arganda son:

Floristería Rasgos
Pastelería La Moderna
Morpheus Arganda
Restaurante Gambrinus
Libería Guillén
Argadent
Peco e Hijos
Muebles Montanaro
Restaurante Don Luis
Joyería Gallego
Automotor Dursan
Cafetería Bar San José
Cafetería Askar
A Compás

ASEARCO también expresó, a través del corto, un agradecimiento especial a Cáritas Arganda, una ONG que, junto a otras organizaciones del municipio, estuvieron desarrollando una extraordinaria labor de apoyo a los más desprotegidos en esta situación de pandemia.

RESULTADOS DE LA PUBLICACIÓN QUE CONTENÍA EL VÍDEO EN LA PÁGINA DEL

AYUNTAMIENTO DE ARGANDA: El mensaje con forma de corto, creado por el artista local José Luis Sáez, producido por ASEARCO, tuvo una amplia difusión por las redes sociales. Tal y como nos informó Comunicación, del Ayuntamiento de Arganda, el pasado 15 de septiembre de 2020, el post publicado en la página de Facebook del consistorio tuvo un alcance de más de 74.200 personas alcanzadas y contó con más de 36.703 reproducciones.

RESULTADOS DE LA PUBLICACIÓN DEL CORTO EN LA PÁGINA DE FACEBOOK DE ASEARCO: A fecha 3 de diciembre de 2020, la publicación del cortometraje “Juntos” había registrado los siguientes resultados: 26.305 personas alcanzadas; 6.699 interacciones; fue 324 veces compartida.

TELEMADRID Y COPE: Además de informar sobre el cortometraje los medios locales y comarcales, tanto Telemadrid como la Cadena COPE cubrieron, de forma especial, la buena aceptación que tuvo a través de dos reportajes.

Encontrarán el reportaje de Telemadrid, en Madrid Directo, a partir del minuto 57, (realizado por Jesús Cosano).

[Reportaje sobre “Juntos” en Madrid Directo.html](#)

Aparecen varias de las empresarias que participaron, en representación de todos los negocios del municipio, para contar cómo fue su experiencia como actrices por un día y por qué quisieron participar en la iniciativa solidaria. Sagrario García, Beatriz Guillén, M^a Dolores Peco y Ana M^a Cabo responden a las cámaras.

También ofrecen su testimonio el guionista y realizador del corto, José Luis Sáez, quien colaboró en el rodaje, y David París, el presidente de ASEARCO.

[COPE.es “Un corto para potenciar el comercio local en Arganda”](#)

Concurso de Cortos “El comercio, + cerca que nunca” de Rivas

OBJETIVOS: esta iniciativa formaba parte de una campaña de sensibilización que pretende ayudar a visibilizar y a impulsar las ventas en el pequeño comercio y en la hostelería, dos de los sectores más castigados por crisis del COVID-19.

A través del certamen de cortos, se invitaba a los vecinos a participar en dicha campaña creando su propio mensaje solidario o sus propias historias de bares, restaurantes, de las tiendas de barrio. El certamen buscaba que los ciudadanos plasmaran su manera de entender la importancia que tienen los pequeños negocios para la vida de la ciudad.

REQUISITOS PARA PRESENTAR LAS CREACIONES AUDIOVISUALES FESTIVAL DE CORTOS Y PLATAFORMA:

La estética y el enfoque eran totalmente libres, pero todos los cortos o vídeos que se presentaran en el concurso tenían que ser **inéditos**.

Pudieron inscribirse los vecinos del municipio que lo desearon, también personas vinculadas al ámbito audiovisual, aunque no podían participar ni empresas ni profesionales de dicho sector.

CATEGORÍAS DE PARTICIPACIÓN Y PREMIOS:

A través de esta plataforma, [El comercio, más cerca que nunca](#), las vecinas y los vecinos pudieron ver 11 estrenos diferentes. Esta plataforma, ubicada en la web de ASEARCO, estaba conectada a un canal en YouTube donde los vídeos y cortos, distribuidos en sus categorías, podían ser votados por todos los vecinos y vecinas que así lo quisieron

De este modo, del 2 al 9 de diciembre de 2020, se inició el periodo de votaciones. Las personas que así lo desearon pudieron votar de la siguiente manera. Había que iniciar

sesión en Google (con una cuenta @gmail.com). Después, había que acceder al canal de Youtube ([El comercio, más cerca que nunca - YouTube](#)) . Posteriormente, tras disfrutar de los vídeos, se podía clicar en el “Me gusta” de aquel o aquellos que quisieron seleccionarse (votando desde el canal de YouTube). Sólo se admitió un ‘Me Gusta’ por cuenta (usuario) y por cada vídeo, pero se permitió votar más de un vídeo, también de diferentes categorías.

El concurso estableció tres categorías de premios:

- La categoría Junior (**para personas de entre 16 y 25 años**), contó con un primer premio consistente en 500 € y un segundo premio de 250 €.
- En la categoría Senior (**para personas de entre 26 y 60 años**) hubo un primer premio de 600 € y un segundo de 400 €.
- La categoría Mayores (**para personas a partir de 61 años**) contó con un primer premio de 600 € y un segundo premio de 400 €.

Estos importes económicos sirvieron para realizar compras o consumir en los pequeños establecimientos comerciales y hosteleros de Rivas, en concreto, en aquellos que participaron en la campaña promocional llamada **Zámpate el Descuento /**

MIEMBROS DEL JURADO:

María Elena Muñoz Echeverría - Concejala de Desarrollo Económico y Empleo.

Ana Pérez. Representación de IDEOCON, Asociación cultural de contenidos creativos, cine, artes audiovisuales, musicales y de redacción de contenidos:

Adrián Pop. Representante de CINERED, Asociación para el fomento de actividades culturales cinematográficas y audiovisuales en Rivas Vaciamadrid.

Laura Hernández. Representante de la Asociación Comercios de Rivas.

Ana Castañeda Representante de la Asociación de Empresarios de Arganda, Rivas y comarca, ASEARCO.

CRITERIOS DEL JURADO: Los criterios seleccionados para valorar cada una de las creaciones audiovisuales y los puntos que se podían llegar a conceder a través de cada uno de dichos criterios fueron los siguientes:

- ✓ ORIGINALIDAD de la creación audiovisual presentada (de 1 a 10 puntos).
- ✓ MENSAJE o idea transmitida a través de la obra. Tenía que estar acorde con la campaña de sensibilización a favor del consumo en los pequeños establecimientos de la localidad, objeto del concurso. (de 1 a 10 puntos).
- ✓ REFLEJO DE LA CIUDAD EN EL VÍDEO O CORTO. Las imágenes proyectadas debían reflejar (y ser reconocibles) los pequeños establecimientos de Rivas, no el comercio en general (de 1 a 10 puntos).
- ✓ GRADO DE ESFUERZO EN LA ELABORACIÓN del vídeo o corto (de 1 a 10 puntos).
- ✓ OTROS ASPECTOS A VALORAR POR EL JURADO (de 1 a 10 puntos).

RESULTADOS DE LAS VOTACIONES POPULARES EN YOUTUBE:

Los vídeos o cortos que recibieron un mayor número de “Me gusta” en el canal de YouTube: El comercio, más cerca que nunca del certamen, de cada categoría (votaciones populares), tuvieron 10 puntos adicionales. Los “Me gusta” fueron las votaciones ofrecidas por las vecinas y vecinos que quisieron expresar su opinión ante las creaciones audiovisuales. La votación popular se celebró del 2 al 9 de diciembre, ambas fechas incluidas.

A continuación se ofrece un cuadro- resumen del número de ‘Me Gusta’ recibidos por los diferentes vídeos / cortos presentados a concurso así como las Visualizaciones que obtuvieron cada uno de ellos.

Vídeo	Me gusta	Visualizaciones
“Ya lo sabía” Asoc. Aspadir	991	3593
Participación Gonzalo Mozas	469	1932
Soñamos José Muñoz	410	1729
“Para lo que necesites” Ikram Abarki	272	942
Participación: Asociación Coro de Rivas	230	1752
“Salvemos el comercio local” David Rodríguez	132	955
“Decoraciones de Halloween” Adrián Alcón	43	337
“Es tu turno” Pilar Cisneros	34	496
“El comercio” Adrián Delgado	21	381
“La mala educación” Alejandro Martínez	13	381
“La Chopera” Dallana Maldonado	6	244

GANADORES:

CATEGORÍA JUNIOR:

Primer premio. Gonzalo Mozas: 45 puntos

Segundo premio. Adrián Alcón. Título: “Decoraciones de Halloween”: 26 puntos

CATEGORÍA SENIOR:

Primer premio: Nereida Iglesias y Asociación ASPADIR. Título del corto / vídeo: “Ya lo sabía”. 51 puntos.

Segundo premio: David Rodríguez. Título del vídeo/corto: “Salvemos el comercio local”. 35 puntos.

CATEGORÍA MAYORES:

Primer premio: José Muñoz. Título del corto/vídeo: “Soñamos”. 48 puntos.

Segundo premio: Marina Andújar y la Asociación Coro de Rivas. Título del corto / vídeo: “Juntos por un barrio vivo”. 41 puntos.

ACCIÓN CONTEMPLADA EN EL PACTO DE CIUDAD DE RIVAS VACIAMADRID

Esta iniciativa, impulsada por ASEARCO, formaba parte de las propuestas aportadas conjuntamente por las diferentes empresas, personas trabajadoras autónomas, entidades y colectivos como nuestra asociación de empresarios, UATAE y Comercios de Rivas, que formaron parte de los Foros para crear el Pacto de Ciudad.

RESULTADOS DEL ALCANCE DEL CERTAMEN / CAMPAÑA PROMOCIONAL: El canal recibió un total de 12.742 visualizaciones en YouTube y todos los cortos, juntos, sumaron 2.621 Me Gusta.

En términos generales, el certamen obtuvo 18.500 impresiones, un 13,8% de clics y 5.300 espectadores únicos.

Estos datos corresponden, solamente, al periodo abierto para que todas las personas, que así lo quisieran, votaran sus cortos o vídeos preferidos. Podían votar dando a “Me Gusta” en los vídeos seleccionados. Lo hicieron del 2 al 9 de diciembre.

Difusión de la Campaña promocional de Navidad en Arganda 2020

A través de varias circulares y de la publicación de posts en las redes sociales de ASEARCO, se difundieron las bases y condiciones de participación en la Campaña “Tus compras, mejor en Arganda” y en el Concurso de Escaparates Navideños 2020.

Ambas iniciativas, gratuitas para los participantes, pretendían animar las ventas en los pequeños establecimientos del municipio durante la campaña navideña.

CAMPAÑA “TUS COMPRAS, MEJOR EN ARGANDA”

¿Quién pudo inscribirse?

Pudieron inscribirse todos los establecimientos comerciales de Arganda de cualquier sector de actividad.

¿En qué consiste la campaña?

Cada persona que realizaba una compra, a partir de un importe mínimo que determinó cada establecimiento, pudo recibir una tarjeta “Rasca y Gana”. Esa tarjeta escondía un premio que pudo canjearse en cualquier comercio que participaba en la iniciativa.

Esta iniciativa para fomentar las compras navideñas se desarrolló del 4 de diciembre al 5 de enero, ambos inclusive.

CONCURSO DE ESCAPARATES NAVIDEÑOS 2020

El Concurso de Escaparates 2020 se celebró en la red social Facebook. En concreto, en la página oficial del Ayuntamiento Arganda del Rey, donde se publicaron todas las imágenes que se presentaron a concurso, en un Álbum de fotos . Allí, los vecinos y

vecinas que así lo desearon, tuvieron la oportunidad de votar la foto del escaparate que más les entusiasmó.

Ganó el establecimiento cuya fotografía consiguió mayor número de “Me gusta” y hubo dos premios más para aquellos escaparates que quedaron en segundo y en tercer lugar, dentro de los más votados. Más información sobre los resultados de la campaña, en la Memoria de Actividades de ASEARCO de 2021.

EMPRENEDORES: Premios a las Mejores ideas de negocio del año

Entrega de premios de la VII edición del Certamen Arganda Emprende

El 11 de noviembre de 2020 se concedieron los premios de la VII Edición del Certamen de Iniciativas Empresariales Arganda Emprende, unos galardones entregados anualmente por el Ayuntamiento de Arganda del Rey, en colaboración con ASEARCO.

OBJETIVOS: Es una iniciativa que, por un lado, pretende ayudar a los emprendedores del municipio a dar sus primeros pasos en su actividad, momento crítico para la vida de un negocio. En segundo lugar, busca fomentar la vocación emprendedora y el autoempleo.

PROYECTOS PREMIADOS: Las empresas o proyectos empresariales galardonados en 2020 fueron los siguientes:

- **SDH Asesores.** Asesoría jurídica, fiscal, laboral y contable.
- **Tecnocars Dimarsa.** Taller de reparación de vehículos.
- **Lavandería Industrial Largan S.L.** Alquiler y mantenimiento de la ropa de trabajo
- **Reformas Energéticas Electays S.L.** Servicios de mantenimiento preventivo y predictivo en Alta y Baja Tensión, Ingeniería y Asesoramiento Técnico.
- **Nashi's Bakery.** Cafetería-Panadería y servicio take-away.

La empresa Reformas Energéticas Electays S.L. decidió donar su premio a la Asociación Actays: Acción y Cura para Tay-Sachs y a la Fundación Porque Viven.

LOS PREMIOS: Los ganadores además de recibir premios en metálico, de 2000 euros cada uno, tuvieron la oportunidad de contar con la guía y el asesoramiento de cinco de

las empresas más emblemáticas del municipio, quienes les ofrecieron sesiones de mentorización. Estas empresas son **Codan, Iberext, Hutchinson, Nueva Fedesa y Sener.**

LOS CRITERIOS PARA ELEGIR LOS PROYECTOS GANADORES: Los galardones se entregaron a cinco emprendedores por haber impulsado empresas o ideas de negocio que habían destacado por diversos motivos. Entre ellos, por la capacidad que pueden llegar a tener para crear puestos de trabajo, por la calidad y/o la innovación del proyecto que han presentado. También se han tenido en cuenta otros criterios como la viabilidad técnica y económica que pudiera presentar el proyecto o la inversión que conlleva.

JURADO: El Jurado del certamen ha estado compuesto por representantes del Ayuntamiento de Arganda y de los agentes sociales, es decir, de los sindicatos UGT, CCOO y de la organización empresarial ASEARCO.

ACTO DE ENTREGA DE LOS PREMIOS: Los premios fueron entregados por el alcalde de Arganda del Rey, Guillermo Hita, por el Concejal de Empleo, Industria y Desarrollo Local, Irenio Vara, por la gerente de ASEARCO, Ana Castañeda, así como por los representantes sindicales Antonio Medina (CCOO) y Raúl Toledano (UGT) .

Difusión del acto de entrega de premios del VI Certamen Arganda Emprende:

- Publicación de la noticia del acto de entrega en la página web de ASEARCO (www.asearco.org). El titular de la noticia fue el siguiente: **“Arganda premia a las ideas de negocio más brillantes”**.
- Publicación de la noticia en las redes sociales de la asociación (Facebook y Twitter).

Convocatoria de la VIII edición del Certamen Arganda Emprende

El 27 de noviembre de 2020 se anunció el comienzo del plazo de presentación de solicitudes para participar en la VIII edición del Certamen 'Arganda Emprende'. Hasta el 31 de diciembre de 2020 las emprendedoras y los emprendedores de Arganda del Rey pudieron presentar su candidatura en la octava convocatoria de su concurso de ideas de negocio.

El certamen se marcó como objetivo ayudar a desarrollar los proyectos empresariales de los emprendedores y emprendedoras del municipio. También suponía un apoyo para que empresas recién constituidas pudieran dar sus primeros pasos. Se pretendía, además, fomentar la vocación emprendedora y el autoempleo.

LOS PREMIOS DEL CERTAMEN: En la octava edición se entregaron cinco premios, de 2.000 euros cada uno de ellos. Gracias al patrocinio de diferentes empresas de la localidad, se concedieron además diversas menciones a los ganadores y/o finalistas. Las empresas patrocinadoras fueron: **Codan, Iberext, Hutchinson, Nueva Fedesa y Sener.**

¿CÓMO SE PODÍA PARTICIPAR?: Las inscripciones se realizaron través de la Sede Electrónica del Ayuntamiento de Arganda del Rey. También existió la posibilidad de inscribirse de manera presencial a través de las Oficinas de Atención a la Ciudadanía, pero solicitando cita previa a través de <http://citaprevia.ayto-arganda.es>

¿QUIÉN PUDO PARTICIPAR?

- Empresas o personas físicas.
- En el caso de las empresas, independientemente de su forma jurídica, se debían haber constituido desde el 1 de enero de 2018 hasta el 31 de diciembre de 2020, o estar su Plan de Empresa en proceso de desarrollo (la fecha de referencia fue la del alta en Hacienda).

- En el caso de las personas físicas se atenderá a la fecha de su alta censal, pero tanto la fecha de alta en Hacienda como la de régimen de autónomos debía estar comprendidas entre el 1 de enero de 2018 y 31 de diciembre de 2020.
- Las empresas o actividades profesionales debían tener su domicilio social, fiscal y desarrollar su actividad en Arganda del Rey.
- No podían presentarse aquellos proyectos que hubieran recibido un premio como ganadores o finalistas en anteriores ediciones de este certamen.

LOS REQUISITOS PARA SELECCIONAR A LOS GANADORES: En las valoraciones de los proyectos se tuvo en cuenta diferentes criterios, incluyendo la creación de puestos de trabajo, la calidad e innovación del proyecto empresarial, el volumen de inversión a realizar en el municipio y la viabilidad técnica y económica del proyecto.

JURADO DEL CERTAMEN: Los participantes pudieron realizar una breve exposición cuando fueron convocados por el jurado, que estuvo formado por representantes del Ayuntamiento de Arganda y de los agentes sociales, UGT, CCOO y ASEARCO.

ORGANIZADORES: Este concurso de ideas de negocio forma parte de las acciones acordadas por el Consejo Local para el Desarrollo Económico y el Empleo de Arganda del Rey. Fue organizado por el Ayuntamiento de Arganda del Rey en colaboración con ASEARCO.

Ante la crisis: ayudas, subvenciones, cambios normativos, recursos para autónomos y pymes...

Boletines diarios para empresas y autónomos con información esencial

ASEARCO intensificó en 2020 su labor de comunicación interna con las empresas y autónomos asociados. A lo largo del año, se estuvo enviando circulares con información esencial en un momento crítico para la viabilidad empresarial.

Una situación extraordinaria originada por la pandemia. Fue una labor diaria, iniciada desde el comienzo de año, pero en especial, desde el momento en el que se decretó el Estado de Alarma. Continuó durante las diversas fases de desescalada y siguió desarrollándose, con la misma intensidad, en la época iniciada tras el verano: una 'nueva normalidad' compleja ante la situación de rebrotes, mantenimiento de restricciones de actividad y de los movimientos, un tiempo de contención grave de la demanda.

Los diferentes boletines informativos recorrieron las ayudas, las subvenciones o medidas puestas en marcha para ofrecer liquidez así como para evitar despidos (ERTEs), las tributarias para aliviar la carga fiscal, los documentos con preguntas-respuestas ante diferentes escenarios planteados por las diferentes fases de la crisis.

También incluyeron, por ejemplo, las guías prácticas que se fueron publicando conocer, por sectores, cómo podían mantener su actividad los negocios siguiendo los protocolos oficiales de salud e higiene, qué aforos y horarios estaban permitidos o cómo solicitar determinados tipos de ayudas.

Se fue ofreciendo la información del Ministerio de Sanidad y de la Consejería de Sanidad sobre los diferentes protocolos para garantizar las medidas de seguridad e higiene que hubo que conocer al detalle.

La asociación puso énfasis en facilitar toda la información que se publicaba para sectores especialmente afectados como la hostelería, el comercio y todas las empresas asociadas al ocio y al turismo.

Se fue ofreciendo información de las diferentes normativas publicadas tanto en el Boletín Oficial del Estado como en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid, información que permaneció también publicada en el área 'Documentos' de la web de la asociación (www.asearco.org).

En definitiva, toda la información que fue lanzando las diferentes administraciones nacional, regional así como local fue ofrecida con vocación divulgativa, mediante un resumen de sus aspectos esenciales, pero siempre incluyendo enlaces a las fuentes de información y a la diferente normativa.

Para realizar esta labor, la asociación de empresarios contó también con la ayuda de diversas fuentes de información, la que han prestado otras redes, organizaciones empresariales a las que pertenece o con las que colabora como la patronal madrileña CEIM, la Cámaras de Comercio o empresas públicas como Madrid Activa.

Guía digital práctica de preguntas – respuestas ante el Estado de Alarma

La asociación de empresarios, por otro lado, elaboró y difundió también una **Guía digital práctica de preguntas y respuestas** que intentó resolver las principales necesidades de información que generó el Estado de Alarma y atendía algunas de las principales dudas que comunicaron los asociados empresarios a ASEARCO, en aquellos primeros tiempos de desconcierto, donde apenas se había publicado información unificada que abordara este tema.

[Guía-practica-de-asearco-para-resolver-algunas-dudas-de-empresarios-y-autonomos-ante-el-estado-de-alarma/](#)

Aparte de recorrer los diferentes escenarios empresariales que planteaba el Estado de Alarma, ofrecía información detallada sobre las principales medidas puestas en marcha por el Gobierno central.

Guía dinámica (actualizada) de preguntas -respuestas que recopilaban medidas preventivas para empresas de diversos sectores de actividad

Además, ante las frecuentes dudas que fueron generando las diferentes modificaciones de la normativa en la Comunidad de Madrid para contener los contagios, con la ayuda del despacho de abogados Montero Estévez, se fue actualizando una guía útil que se proponía aclarar incertidumbres surgidas ante las frecuentes modificaciones de la normativa en el ámbito regional para contener los rebrotes de COVID-19.

Ejemplo de publicación de septiembre de 2020:

[Resuelva-sus-dudas-con-la-guia-de-preguntas-respuestas-que-recopila-las-medidas-preventivas-para-empresas-de-diversos-sectores-covid-19/](#)

BOLETINES informativos enviados: En total, a fecha 30 de noviembre de 2020, se habían enviado **231** boletines a los asociados con todo tipo de información de interés y esencial para afrontar los tiempos de crisis. Cada boletín podía contener una o varias informaciones.

Caminando hacia la recuperación

Acuerdo de Medidas del Consejo Local para el Desarrollo Económico y el Empleo de Arganda ante la crisis del Covid-19

(16 de junio de 2020)

ASEARCO, como agente social de Arganda del Rey, participó en la elaboración de un acuerdo de Medidas ante la crisis del Covid – 19.

El 16 de junio de 2020 se dieron a conocer estas Medidas que fueron pactadas por el Consejo Local para el Desarrollo Económico y el Empleo, un foro de trabajo donde están representados el Ayuntamiento con los grupos políticos que forman parte del pleno, los sindicatos, CC.OO., UGT y la patronal, ASEARCO. La presentación se realizó a través de una Declaración Institucional firmada por los agentes sociales y todos los partidos políticos presentes en el consistorio (PSOE, PP, Ciudadanos, Vox y la Concejala No Adscrita).

Estas medidas estaban articuladas en torno a tres grandes bloques asistenciales: existen medidas de fomento de la actividad, de empleo y formación y medidas en el ámbito social.

A continuación, ofrecemos el enlace al documento completo que contiene todas las actuaciones para la Reactivación de Arganda del Rey:

[“DOCUMENTO DE ACTUACIONES PARA LA REACTIVACIÓN DE ARGANDA DEL REY EN EL ÁMBITO SOCIAL, ECONÓMICO Y DEL EMPLEO A-DEL-REY”.pdf](#)

Reuniones de trabajo y acuerdos ante la Crisis del COVID-19 dentro del marco del Pacto Local de Rivas

A partir del momento en el que se decretó el Estado de Alarma, fueron varios los encuentros entre el anterior alcalde de Rivas Vaciamadrid, Pedro del Cura, y el presidente de ASEARCO, David París. A continuación, ofrecemos unas breves reseñas que son un resumen de los temas abordados en los encuentros que tuvieron lugar en el marco del Pacto Local para impulsar el Desarrollo Económico y el Empleo del que forman parte, además de ASEARCO y el Ayuntamiento, los sindicatos CCOO y UGT, y la patronal CEIM-CEOE.

✓ Reunión del 12 de marzo: Radiografía de la situación y primeras medidas contempladas

El 12 marzo tuvo lugar la primera reunión. A través de la misma, David París, y el anterior alcalde de Rivas, Pedro del Cura acordaron una serie de medidas para reducir el daño económico que el coronavirus estaba produciendo en las empresas del municipio.

El presidente de ASEARCO y el primer edil compartieron las preocupaciones que existía, en aquel momento, entre empresarios y autónomos de la localidad. Personas que estaban realizando un gran esfuerzo para intentar mantener su actividad cotidiana, en algunos casos, para poder subsistir mientras afrontaban gastos e intentaban compatibilizar su labor con la prioridad de reducir riesgos de contagio.

París explicó algunos de los principales problemas que estaban afrontando en aquel momento como la bajada de clientela y de ventas, la anulación de campañas y eventos que propiciaban oportunidades de negocios, la futura preocupación de falta de suministros para continuar con la actividad habitual. Existe el temor de tener que afrontar todo tipo de obligaciones, entre ellas las fiscales, sin apenas recibir ingresos.

Entre otras medidas y a petición del representante de los empresarios de la comarca, el Consistorio ripense aceptó en aquel momento estudiar una posible moratoria a la hora de que las empresas pagaran las deudas de cualquier naturaleza que pudieron mantener con la administración y, especialmente, a la hora de atender las obligaciones fiscales cuya gestión era de competencia municipal.

Los empresarios también solicitaron la colaboración a la hora de contar con asesoramiento jurídico especializado que resolviera las principales dudas originadas por la situación excepcional que propició la evolución del contagio del COVID-19.

Por otro lado, tanto el Ayuntamiento de Rivas como ASEARCO instaron a las Administraciones autonómica y estatal para que lanzaran una batería de medidas específicas para autónomos y empresarios de la región.

Asimismo, el Ayuntamiento de Rivas se comprometió a facilitar el protocolo de medidas de prevención sanitarias, así como su difusión.

En otro orden de cosas, ASEARCO también pidió al Ayuntamiento intermediación a la hora de lograr que las entidades financieras de la zona lanzaran líneas de crédito blandas que permitieran el alquiler o la compra de la tecnología necesaria para fomentar el teletrabajo. También dirigidas a proporcionar liquidez a aquellas empresas con dificultades productivas o específicas y que cubrieran las necesidades de los autónomos a la hora de mantener sus negocios.

✓ **Encuentro del día 24 de abril: “El Ayuntamiento de Rivas no cobrará la tasa de terrazas”**

El alcalde de Rivas Vaciamadrid, Pedro del Cura, mantuvo una nueva reunión el lunes, 24 de abril de 2020, con David París, presidente de ASEARCO, con el objetivo de seguir avanzando en medidas para paliar el daño económico a las empresas del municipio.

Durante el encuentro, Del Cura trasladó a París que el Consistorio dejaría sin efecto la ordenanza de terrazas y veladores del año 2020, por lo que no giraría la tasa a ningún

establecimiento. Asimismo, explicó que se devolvería el importe a quienes ya hicieron el pago de los dos primeros meses del año.

Por otra parte, el anterior alcalde ripense explicó al presidente de ASEARCO que estaba trabajando para que el Ayuntamiento pudiera funcionar como ventanilla única a la hora de acceder a las ayudas autonómicas y estatales. Además, si el Estado y las Comunidades Autónomas lo permitían, desde el Consistorio se podrían anticipar dichas ayudas.

Ante la petición por parte de ASEARCO de poner en marcha un servicio de intermediación para negociar moratorias en los pagos de los alquileres de los autónomos, Del Cura aseguró que el Ayuntamiento estaba ya realizando dicha labor. Por otro lado, también indicó que se estaba trabajando con el objetivo de simplificar los trámites burocráticos de las empresas con el consistorio para lo que se iba a generalizar el uso de las declaraciones responsables.

El Ayuntamiento de Rivas se comprometía, mientras tanto, a analizar otras medidas propuestas por la asociación de empresarios. Entre ellas, anunció en aquel momento, que estudiaría una posible bonificación del IBI para personas autónomas y empresas con especial situación de necesidad, una medida que se sumaría a la moratoria del pago del impuesto.

MEDIDAS PARA INTENTAR PALIAR LA CRISIS COVID-19:

ASEARCO, organización empresarial integrante del Pacto de Ciudad de Rivas

El 18 de mayo de 2020 comenzaron a trabajar los Foros de empresas y autónomos que colaboraron en la reactivación económica y social de la ciudad a través de un Pacto de Ciudad.

Autónomos, empresas, entidades, asociación de comerciantes, vecinos y representantes políticos presentes en el Pleno municipal, se dieron cita en varias videollamadas que se fueron sucediendo en diferentes jornadas.

Los foros de carácter económico también contaron con representantes del Ayuntamiento, de los sindicatos comarcales y de ASEARCO. Todos los participantes comenzaron realizando un análisis de la situación actual de la ciudad y de las necesidades que estaba teniendo la población, las empresas y los autónomos.

La iniciativa fue impulsada por el Ayuntamiento de Rivas y su puesta en marcha surgió raíz de la firma del Pacto realizada por sindicatos (CCOO, UGT), el Consistorio ripense, CEIM y ASEARCO. Como explicó el alcalde de la ciudad, en aquellos momentos era fundamental “acudir a un marco mucho más amplio en el que todas las cabezas y manos de la ciudad incorporen sus ideas, propuestas y compromisos para la reactivación económica y social”.

Los cuatro foros de trabajo, impulsados por el Ayuntamiento de Rivas, y que elaboraron su batería de propuestas fueron los siguientes:

1. *De la ciudadanía*: donde participaron entidades vecinales de la ciudad.
2. *De empresas*: en el que participaron sociedades mercantiles y pequeñas, medianas y grandes empresas.

3. *De personas trabajadoras autónomas:* donde se incluyó el pequeño comercio sostenido por personas autónomas.

4. *De partidos políticos:* en el que estuvieron presentes todos los partidos políticos con representación institucional.

El pacto de Ciudad: las principales medidas en el ámbito económico y empresarial

El 30 de junio de 2020 se celebró la firma del documento del Pacto de Ciudad de Rivas. Este acuerdo **nació del trabajo desarrollado desde los cuatro foros de participación**, de la sociedad ripense mencionados anteriormente. El Pacto de Ciudad fue **aprobado en el Pleno municipal, por unanimidad**, el 25 de junio.

El documento, presentado por el anterior alcalde de Rivas, Pedro del Cura, era una hoja de ruta cuyo objetivo consistía en revitalizar económica y socialmente el municipio, tras los primeros embistes de la crisis sanitaria Covid-19, abordando esta compleja tarea desde cinco frentes diferentes o ejes, como explica el documento: Primeras medidas urgentes, Protección social, Reactivación económica, Servicios públicos e Inversión pública.

ENLACE AL DOCUMENTO COMPLETO DEL PACTO DE CIUDAD:

<https://asearco.org/wp-content/uploads/2020/06/INFORME-PACTO-DE-CIUDAD-29-JUN.pdf>

A continuación, se ofrecen las diferentes medidas acordadas, distribuidas por bloques temáticos:

MEDIDAS FISCALES DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA

Además de medidas en materia de moratoria en el pago de impuestos y de la exención de la tasa de terrazas y veladores para la hostelería, el Ayuntamiento se comprometió a **estudiar la bonificación del pago de impuestos municipales y la reducción del periodo medio de pago a proveedores** del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid.

- En materia fiscal, también el consistorio se ofreció para intermediar con grandes tenedores para ofrecerles rebajas fiscales que repercutieran en beneficio de una reducción del importe de alquileres para comerciantes, hosteleros y personas trabajadoras autónomas

- Además, se contempló una reducción o exención del Impuesto de Vehículos de Tracción Mecánica para el año 2020 y 2021, vinculada a la **compra de vehículos en los concesionarios** de Rivas, entre otras.

FERIAS, CONCURSO DE CORTOS PARA IMPULSAR LAS COMPRAS EN EL PEQUEÑO COMERCIO, CENTROS COMERCIALES ABIERTOS

Numerosas fueron las ideas planteadas para las campañas o acciones de Fomento del consumo en el municipio. Entre ellas se podían encontrar las siguientes:

- **“Comercios en la calle”, una feria** que se celebrara en los espacios de los mercados de venta ambulante y serviría de escaparate para conocer mejor a los negocios locales.
- **Concurso de cortos “Más cerca que nunca”** donde los vecinos podían **participar en la creación de una campaña de sensibilización para fomentar el consumo** en el pequeño comercio y la hostelería local.
- **“Abrimos para ti, abrimos contigo”**. Acción de dinamización del consumo en los pequeños establecimientos que se articulaba con juegos de ruletas y llaves y dinamización en redes sociales. Promovía sorteos y vales de compra para canjear en los establecimientos comerciales y hosteleros del municipio.
- Creación de una **red de colaboración entre empresas ripenses** para obtener suministros y servicios en la ciudad. Aquella que facturara una cantidad mayor de 3000 euros en 5 empresas en Rivas podía obtener beneficios fiscales municipales.
- **Campañas de fomento del consumo local, articuladas en torno a cheques regalo** de entre 50 y 100 euros, para invertir en establecimientos de Rivas.
- El Ayuntamiento se comprometió a estudiar las **solicitudes de ampliación de horarios de terrazas y veladores**.

- **Programas de dinamización del comercio del barrio de Covibar** convirtiéndolo en un centro comercial abierto.
- **Tarjeta Club Gourmet.** A través de una tarjeta, comprada por los vecinos que así lo quisieran y que tendría un coste anual, podrían obtener descuentos en sus consumiciones dentro de la red de establecimientos de hostelería que formaran parte del sistema.
- La tradicional Feria del Automóvil de Rivas se transformó en una **Feria online para la promoción de los vehículos de los concesionarios** de Rivas.
- En aquel momento y ante el desconocimiento de la evolución de la pandemia en los meses siguientes, todavía se contemplaba la posibilidad de que la Ruta de la Tapa para potenciar la hostelería local, que estaba ya en marcha y preparada para su celebración en el mes de abril , se convirtiera en una **Ruta de la Cuchara** que se celebraría en otoño.
- **Promoción de la agricultura local** e impulso de las redes de distribución.
- También se planteó la puesta en marcha de una **Ruta del pequeño comercio**, que se podrá realizar con un ‘pasaporte’ que permitiría, al realizar compras, en diez establecimientos del municipio, obtener descuentos en locales adheridos.

CONSTRUIR UNA COMUNIDAD DIGITAL PARA LOS NEGOCIOS LOCALES

El Pacto de Ciudad también incluyó, entre otras acciones, la creación de un **Marketplace o comunidad digital** para incentivar las ventas los negocios locales de toda naturaleza, una **línea de ayudas para la puesta en marcha de ‘cartas digitales’** en la hostelería local. Además, se planteó **el desarrollo de una app para el comercio local que ofreciera un servicio de mensajería de proximidad**. Sería gestionado por personas en situación de desempleo y se utilizarían vehículos sostenibles.

El Pacto de Ciudad también incluyó una Línea de **Ayudas para la digitalización** y modernización tecnológica del comercio local, autónomos y empresas.

FORMACIÓN PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD DE AUTÓNOMOS Y EMPRESAS

La formación era otro de los pilares fundamentales del Pacto de Ciudad. Formación para dotar a las empresas y autónomos de conocimientos básicos para su actividad cotidiana y en la actual era digital que se consolidaba tras la pandemia.

Así, en el Pacto de Ciudad se contemplaba la puesta en marcha de programas de formación para cubrir las necesidades de los establecimientos locales en la era digital; dirigidos a la integración de los negocios locales en el e-commerce; también para la contratación pública que iría de la mano de la creación de un sistema de alertas para que los autónomos pudieran recibir las notificaciones de las licitaciones; formación para la autogestión en riesgos laborales para empresas de menos de 6 trabajadores, entre otros.

ASESORAMIENTO INTEGRAL PARA AUTÓNOMOS Y EMPRESAS

El Ayuntamiento creó, además, un servicio de asesoramiento al comercio, la hostelería y las personas autónomas para resolver dudas en cualquier ámbito de la empresa y dio a conocer un Servicio de Asesoramiento de empresas, pymes y personas autónomas en especial situación de riesgo.

BÚSQUEDA DE NUEVOS MERCADOS. INNOVACIÓN EMPRESARIAL

El Pacto de Ciudad incluyó proyectos para incentivar la actividad económica del municipio, para propiciar la colaboración empresarial y para encontrar nuevos mercados. Entre los mismos, se había propuesto un programa de **Jornadas de Puertas Abiertas para que las empresas puedan darse a conocer** entre el tejido empresarial del municipio y posibilitara la creación de redes de servicios y suministros; un **programa de Mentoring** para que negocios que inician su actividad pudieran aprender de la experiencia de otros de más amplia trayectoria.

Además, tal y como indicaba el Pacto de Ciudad, se tuvo previsto dar los pasos necesarios para que Rivas se convierta en **un objetivo turístico capaz de potenciar su economía local**. También reflejó la intención de incentivar la **colaboración público-privada que permitiera impulsar proyectos culturales, de entretenimiento y de ocio que ayudaran a empresas** del sector o de actividades que pueden estar relacionadas con las iniciativas que se pusieran en marcha.

Respuestas ante la emergencia

Búsqueda de proveedores de recursos y materiales (EPIs) para la protección de trabajadores y clientes

Tras el Estado de Alarma y el periodo de cierre de la actividad económica, las empresas tuvieron que reanudar su trabajo bajo una serie de protocolos de seguridad. Muchas de ellas apenas tuvieron tiempo para prepararse y encontrar los medios para garantizar la seguridad en los entornos laborales.

Contactaron con ASEARCO para trasladar sus acuciantes necesidades de materiales y recursos para garantizar la protección de la salud los empleados, sin los cuales no podían reestablecer su actividad. Una labor muy compleja dado que, en aquel momento, había escasez de los materiales más esenciales, (entre ellos, mascarillas o soluciones hidroalcohólicas) hasta el punto de que incluso las administraciones estatal y regional tuvieron auténticos problemas para abastecerse.

Una de las labores de la asociación, a partir de entonces, consistió en buscar proveedores que pudieran tener a su alcance este tipo de recursos. Logró ponerse en contacto con empresas que disponían de este tipo de materiales; en la mayor parte de los casos, se pudieron encontrar gracias a nuestra red de empresas asociadas.

En muchas ocasiones, los comunicados, las circulares que se enviaban a los asociados, solicitando colaboración, se convertían en 'mensajes virales' donde la gente se volcaba para ayudar. Enviaban a la asociación contactos que podían ayudar u ofrecían pistas que permitían localizar el material necesitado e incluso, en algunos casos, llegaron a facilitar donaciones de EPIs (Equipos de protección individual) para otras empresas de nuestra zona. Se puso de manifiesto la notable generosidad y solidaridad del tejido empresarial argandeño ante una situación de extraordinaria gravedad.

Una vez localizadas las empresas que podían facilitar este tipo de recursos, ASEARCO, facilitó los contactos a aquellas que los necesitaban para que pudieran abastecerse.

LOS MATERIALES QUE SE NECESITARON: Principalmente mascarillas FPP2, mascarillas quirúrgicas, gel hidroalcohólico y pantallas de protección.

NÚMERO DE EMPRESAS A LAS QUE SE PRESTÓ ESTA AYUDA: Cerca de 90 empresas.