



QUINTA ADENDA AL CONVENIO MARCO ENTRE EL AYUNTAMIENTO DE LOGROÑO Y LA FUNDACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD DE LA RIOJA PARA EL IMPULSO Y REORDENACIÓN DE LA CÁTEDRA EXTRAORDINARIA DE COMERCIO

La Junta de Gobierno Local, teniendo en cuenta:

1. El Acuerdo de Junta de Gobierno Local de 10 de mayo de 2017 por el que se aprobó el Convenio Marco de Colaboración entre el Ayuntamiento de Logroño y la Fundación General Universidad de La Rioja para el impulso y reordenación de la Cátedra Extraordinaria de Comercio.
2. La solicitud de prórroga del Convenio formulada en escrito nº Reg.: 202004E0046936 de 3 de noviembre de 2020, por el Director General de dicha Fundación.
3. El Acuerdo de Junta de Gobierno Local, de fecha 18 de noviembre de 2020, por el que se aprueba la prórroga del convenio marco para el año 2021, de conformidad con la cláusula séptima del Convenio.
4. La solicitud presentada con fecha 29 de enero de 2021 por el Director General de la Fundación General Universidad de La Rioja para la aprobación de la quinta Adenda al Convenio Marco que incluye las actividades y el presupuesto para 2021.
5. El informe emitido por el Gestor de Comercio y Turismo de fecha 13 de abril 2021.
6. El informe de la Sección de Gastos de la Intervención General, emitido con fecha 14 de abril de 2021, acreditativo de la existencia de crédito adecuado y suficiente con cargo a la aplicación presupuestaria subprograma 439.00 Comercio, económico 452.00 (nº diario general de operaciones 17708) por importe de 40.000 €
7. La propuesta de acuerdo formulada por la Directora General de Promoción Económica y Fondos Europeos con fecha 13 de abril de 2021.
8. El informe de fiscalización previa de la Intervención General emitido con fecha 19 de abril de 2021.

Adopta el siguiente acuerdo:

Primero: Aprobar la quinta adenda al Convenio Marco entre el Ayuntamiento de Logroño y la Fundación General de la Universidad de La Rioja para el impulso y reordenación de la cátedra extraordinaria de comercio para el año 2021.

Segundo: Aprobar un gasto de 40.000.-€ que se financiará con cargo a la aplicación presupuestaria 439.00 452.00 del Presupuesto de gastos.



Logroño

**ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL**

Nº : 21-04-2021/O/049

Fecha: 21/04/2021

- Tercero: El Excmo. Ayuntamiento de Logroño abonará a la Fundación General Universidad de La Rioja (G26264127) el importe del 70% de la cuantía prevista en esta Adenda tras la aprobación y firma de la misma y el 30% restante será abonado como liquidación, tras la justificación de los gastos de las actuaciones y programas.
- Cuarto: Facultar al Excmo. Sr. Alcalde para la firma de la Adenda y la realización de cuantas actuaciones sean necesarias en ejecución de la misma.



ANEXO I

QUINTA ADENDA AL CONVENIO MARCO DE COLABORACIÓN ENTRE EL AYUNTAMIENTO DE LOGROÑO Y LA FUNDACION DE LA UNIVERSIDAD DE LA RIOJA PARA EL IMPULSO Y REORDENACION DE LA CATEDRA EXTRAORDINARIA DE COMERCIO

PRIMERA: OBJETO DE LA ADENDA

El objeto es la determinación de la/s actuación/es y/o programa/s a subvencionar y la los dotación presupuestaria de los mismos en desarrollo del Convenio Marco suscrito.

SEGUNDA. ACTUACIONES Y PROGRAMAS

A) INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE RESULTADOS

Las nuevas exigencias que han surgido de la crisis del COVID-19 han mostrado las debilidades del comercio minorista independiente. Con el objetivo de reforzar la competitividad de la tienda física en el nuevo entorno omnicanal, un eje esencial de la Cátedra de Comercio es identificar el estado de la cuestión para determinar las áreas de actuación necesarias y mejorar las capacidades claves del detallista en la transformación digital. El objeto de estudio es el comercio minorista de Logroño y sus clientes. Los contenidos de la investigación y la transferencia de resultados, son los siguientes:

- Plan estratégico de digitalización del retail.

Partiendo de trabajos previos (“Plan Parcial Estratégico del Comercio de Logroño”) y nuevos, en el marco de la Cátedra se plantea determinar las repercusiones de la aceptación y comportamiento del cliente omnicanal en el comercio para formular un plan estratégico de digitalización del retail. Actualmente la tecnología es una debilidad detectada en los planes estratégicos de reactivación del comercio minorista en España (véase ejemplos como el “Plan Estratégico del Comercio de Pamplona” (<https://n9.cl/uejd>), el “Plan para la Competitividad del Comercio Riojano 2019-2023” (<https://bit.ly/33EMTMm>), “Plan estratégico de turismo, comercio y consumo del País Vasco 2017-2020” (<https://bit.ly/39HK9I9>), o el “Plan de Comercio: Estrategia para el comercio de Castilla y León 2016-2019” (<https://bit.ly/3mCBQLb>), entre otros).

La digitalización supone una oportunidad para el detallista, permitiéndole redefinir el servicio a los clientes al posibilitar nuevas experiencias en la interacción comerciocliente que es necesario conocer y anticipar. Pese a los enormes beneficios, también hay que considerar que la tecnología puede conllevar riesgos y, por lo tanto, el mayor conocimiento permitirá anticiparse en la toma de decisiones para la correcta difusión de la tecnología. Cabe señalar que la tecnología ha sido la salida de muchos comerciantes durante el confinamiento y se ha visto como una de las mejores soluciones para mantener la distancia de seguridad.

Un análisis de la situación tecnológica del comercio minorista de Logroño permitirá establecer sus fortalezas y debilidades, así como sus oportunidades y amenazas en una matriz DAFO. La elaboración de un plan estratégico de digitalización necesita de un diagnóstico de la situación del sector (Porter et al., 2009) que actuará de base para la formulación de los objetivos generales y acciones específicas de digitalización en el comercio. La **transferencia** de esta línea permitirá a



los minoristas determinar su posición respecto al impacto de la tecnología en la experiencia del consumidor, en sus procesos de negocio, la capacidad de su propio ecosistema para integrarse con dichas tecnologías y evolucionar. A su vez, y dado el apoyo que recibe el comercio minorista de Logroño desde distintos *stakeholders*, como el Ayuntamiento de Logroño, la consecución de este objetivo proporcionará pautas para sus planes de desarrollo del comercio y transformación del retail. Esta línea será liderada por Eva Reinares y se desarrollará con los miembros de la Cátedra, Jorge Pelegrín y María Alesanco.

Estudio de la facturación del comercio local por zonas/calles: comparativa pre-covid vs covid.

Otras **actividades de transferencia** de esta línea será la organización de **webinars** dirigidos a los comerciantes para dar a conocer el “Plan Parcial Estratégico del Comercio de Logroño”.

- Laboratorio aprendizaje-servicio entre alumnos de la universidad y asociaciones de comerciantes.

Se impulsarán proyectos de aprendizaje-servicio entre el alumnado y las asociaciones con el objetivo de desarrollar diagnósticos y planes de actuación en un entorno real ad hoc a las circunstancias de las asociaciones de comerciantes y sus asociados. Los planes desarrollados por los estudiantes generaran propuestas para impulsar el comercio de Logroño. Los estudiantes aprenderán haciendo, aplicarán sus conocimientos para apoyar al comercio local, y contrastarán sus propuestas con los implicados en el sector, desarrollando las competencias de trabajo en equipo, investigación, creatividad, capacidad de análisis, crítica y autocrítica.

- Investigación académica: nuevos clientes vs. tecnología en el punto de venta.

a) En la tienda física, los dispositivos móviles han propiciado una tendencia hacia el showrooming (recoger información en canales físicos para comprar en canales online). La literatura previa ha venido considerando al showrooer como una amenaza para las tiendas físicas argumentando que “reduce el papel de las tiendas minoristas dentro del proceso de compra, relegándolas a las fases de consideración y decisión, pero no de compra” (Viejo et al., 2020, p. 1). Sin embargo, no todos los consumidores showroomers se alejan del punto de venta físico a la hora de comprar.

Este tipo de showrooer ve la necesidad de contacto social y tiene emociones opuestas al aprovecharse de los servicios de las tiendas físicas y comprar en un competidor vía online. Esta idea acerca del showrooming ha cambiado con la llegada del mobile-assited-showrooer (MAS), quien emplea su dispositivo móvil dentro del establecimiento minorista, por ejemplo, para comparar precios o productos, conocer la opinión de otros compradores o canjear cupones. Esta línea plantea que el uso de la tecnología en la tienda física puede dar lugar a nuevos comportamientos y segmentos de clientes. La consecución de este objetivo es fundamental para la práctica empresarial en la planificación y gestión comercial con los segmentos del mercado más tecnológicos.

b) El desarrollo de la robótica, así como su inclusión en los diversos sectores de la sociedad, justifica la necesidad de estudiar la aceptación de la robótica por parte de los consumidores en las tiendas, poniendo de manifiesto tanto los beneficios como los posibles problemas que pueda suscitar la inclusión de este tipo de tecnología en el punto de venta. Este estudio es esencial



dadas las posibilidades que ofrece la robótica que: posibilita el crecimiento económico y el desarrollo de los modelos de negocio tradicionales. Las consecuencias económicas, sociales y laborales de esta expansión continua de los robots son inquietantes. Por un lado, es necesario mencionar las consecuencias que se derivarán sobre el empleo ya que cada vez más los agentes automatizados pueden sustituir a las personas.

c) Otro objetivo es seguir avanzado en la investigación del turismo de compras y del tourism shopping journey. En el año 2017 se inició una tesis doctoral cuyo tema es el papel de la tecnología en las compras que realizan los turistas. El turismo ha sido uno de los sectores más afectados por el COVID-19 por ello, en el marco de la tesis de Alba García Milon se está analizando su efecto. Sus resultados serán relevantes para revitalizar el comercio del centro histórico de nuestra ciudad y otras zonas comerciales.

En estas líneas se están desarrollando 3 tesis doctorales. Bajo la dirección de Cristina Olarte, Eva Reinares y Jorge Pelegrín, la tesis de la doctoranda María Alesanco relativa al smartphone y realidad aumentada en los nuevos comportamientos y la tesis de Aurea Subero relativa al papel de los robots sociales en el comercio. La tesis de Alba García Milon sobre el turismo de compras está siendo dirigida por Emma Juaneda, Cristina Olarte y Jorge Pelegrín.

Los avances en estas líneas de investigación se van a difundir en webinars dirigidos a nuestros comerciantes, a través de la participación en congresos nacionales e internacionales y mediante la publicación en revistas académicas de impacto mostrando a Logroño como referencia de los estudios.

B) ACTUACIONES EN EL ÁREA DE DIFUSIÓN

El comercio minorista necesita mejorar su confianza en su potencial, su imagen pública y reconocimiento. Por ello se proponen las siguientes acciones:

- Continuar con **los Premios ‘Comercio Excelente’ de la Ciudad de Logroño 2021**:

El propósito principal de los premios es procurar un reconocimiento para potenciar los valores y estimular las buenas prácticas del comercio que sirvan de referencia al sector.

- Apoyo académico a **Lovisual 2021**

- Impulso al comercio a través del aprendizaje-servicio en la universidad con prácticas (por ejemplo, concursos (ejemplo retos en Instagram), cliente misterioso, encuestas a clientes, campañas de comunicación y marketing, etc.) y Trabajos Fin de Estudios (TFG y TFM).

Con el apoyo de los departamentos de comunicación del Ayuntamiento y de las Universidades de los integrantes del equipo, se realizará la difusión en los medios propios (redes sociales de las universidades) y a los medios de comunicación de los resultados del trabajo de la Cátedra mediante comunicados y notas de prensa. El equipo de la Cátedra lo componen: Cristina Olarte (directora), María Alesanco, Cristina Gaona, Mónica Clavel, Alba García, Emma Juaneda, Natalia Medrano, Jorge Pelegrín, Eva Reinares, Yolanda Sierra y Aurea Subero.



- **Subtotal transferencia del conocimiento: OCHO MIL NOVECIENTOS CINCUENTA EUROS (8.950,00 €)**
- **Subtotal Investigación: SEIS MIL EUROS (6.000,00 €)**
- **Subtotal DIFUSIÓN: OCHO MIL QUINIENTOS EUROS (8.500,00 €)**

Además de los gastos correspondientes a cada línea estratégica, se han consignado los siguientes gastos necesarios para el desarrollo y ejecución de la Cátedra:

- **Gastos indirectos: CUATRO MIL OCHOCIENTOS EUROS (4.800,00 €)**
- **Gastos de personal de apoyo: ONCE MIL SETECIENTOS CINCUENTA EUROS (11.750,00€)**

TERCERA. CUANTÍA ECONÓMICA Y FINANCIACIÓN

El importe económico aprobado para la acción y el desarrollo de la presente Adenda asciende a una aportación máxima total a la Fundación de la Universidad de La Rioja de CUARENTA MIL EUROS (40.000,00 €) que se financiara con cargo a la aplicación presupuestaria 439.00 452.00 del presupuesto de gastos.

El presupuesto se distribuirá en los siguientes conceptos:

- Actuaciones en el Área de transferencia del conocimiento: **OCHO MIL NOVECIENTOS CINCUENTA EUROS (8.950,00 €)**
- Actuaciones en el Área de investigación: **SEIS MIL EUROS (6.000,00 €)**
- Actuaciones en el Área de difusión: **OCHO MIL QUINIENTOS EUROS (8.500,00 €)**
- Personal técnico y administrativo asignado temporalmente de apoyo a la Cátedra: **ONCE MIL SETECIENTOS CINCUENTA EUROS (11.750,00 €)**
- Costes indirectos: **CUATRO MIL OCHOCIENTOS EUROS (4.800,00 €)**

Se consideran costes indirectos los derivados del funcionamiento de la entidad beneficiaria de la subvención que facilitan la ejecución de los programas o proyectos. Se imputará la parte de los gastos generales y administrativos (electricidad, teléfono, otros suministros, personal administrativo, alquileres, etcétera) en los que incurra la entidad beneficiaria como consecuencia de la gestión de la acción subvencionada.

CUARTA: VIGENCIA

La presente Adenda entrará en vigor el día de su firma y se extiende hasta el 31 de diciembre de 2021 si bien serán gastos subvencionables todos los efectivamente realizados en el año 2021.

QUINTA: ABONO DE LA SUBVENCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL GASTO



El Excmo. Ayuntamiento de Logroño abonará a la Fundación General Universidad de La Rioja el importe del 70% de la cuantía prevista en esta Adenda a la firma de la misma y el 30% restante será abonado como liquidación, tras la justificación de los gastos de las actuaciones y programas.

Siempre con el límite de la fecha 31 de enero de 2022, la Fundación General Universidad de La Rioja deberá presentar una Memoria que contenga la Justificación técnica de los Proyectos y un Certificado del Director-Gerente de la Fundación a efectos de la Justificación económica de los mismos. La justificación técnica incluida en la Memoria especificará con el máximo detalle los objetivos alcanzados, los resultados obtenidos y las actividades realizadas, junto con sus correspondientes fuentes de verificación.

La justificación económica mediante Certificado emitido por el Director Gerente de la Fundación acreditará:

- Los pagos efectivamente realizados y derivados de la finalidad para la que fue concedida la subvención.
- La concesión o no de alguna otra subvención de las Administraciones Públicas o entes públicos o privados, nacionales o extranjeros, para cada proyecto aprobado y sus cuantías.
- Listado de personas asignadas al proyecto, con indicación de su dedicación al mismo.
- En la documentación gráfica, sonora y visual de las informaciones y publicaciones (carteles, folletos, spots, banners...) deberá figurar la imagen corporativa del Ayuntamiento de Logroño.
- Fracción de gasto imputable a costes indirectos. Se consideran costes indirectos los derivados del funcionamiento de la entidad beneficiaria de la subvención que facilitan la ejecución de los programas o proyectos. Se imputará la parte de los gastos generales y administrativos (electricidad, teléfono, otros suministros, personal administrativo, alquileres, etcétera) en los que incurra la entidad beneficiaria como consecuencia de la gestión de la acción subvencionada.

La financiación de actuaciones y programas aparecerá vinculada entre sí admitiéndose en la justificación una variación entre ellos de más/menos un 25% como máximo.

Y en prueba de conformidad, firman y rubrican el presente Convenio por duplicado ejemplar, en el lugar y fecha indicados.