



PLAN ESTRATÉGICO CIUDAD DE MÓSTOLES

Dimensión Económica

Rosa Santero

Juan José Nájera

Antonio Montero

Marco estratégico



Móstoles ciudad próspera (economía)

Móstoles ciudad cohesionada
(sociedad)

Móstoles ciudad conectada
(transporte y movilidad)

Móstoles ciudad con talento
(cultura y deporte)

Móstoles ciudad verde
(SOSTENIBILIDAD)

Móstoles ciudad abierta y
participativa
(político-institucional)

Metodología seguida

ANÁLISIS EXTERNO: consulta de referentes externos nacionales e internacionales

ANÁLISIS INTERNO: estado de la dimensión en Móstoles

Confrontación de Análisis Externo e Interno:
metodología DAFO (análisis de escenarios posibles)

Elaboración de líneas estratégicas: **cronograma de ACTUACIONES PROPUESTAS**

Líneas estratégicas propuestas

Línea estratégica 1:
Fomento de la creación y consolidación de empresas en el municipio

Línea estratégica 2:
Desarrollo del comercio de proximidad

Línea estratégica 3:
Fomento de la formación y el empleo

Línea estratégica 4:
Promoción del desarrollo económico del municipio

Línea estratégica 1: Fomento de la creación y consolidación de empresas en el municipio

Marco Conceptual

- La creación de empleo (problema fundamental para los ciudadanos) pasa por la creación y potenciación de empresas.
- En España hay poca cultura emprendedora, pero cada vez es más habitual que se desarrollen políticas que dinamicen el tejido empresarial de una ciudad.
- El fomento de la cultura empresarial y la generación de proyectos, atrae inversiones y empresas, y facilita a las empresas existentes su consolidación.

Objetivos específicos

- Facilitar suelo industrial para potenciar el desarrollo empresarial en todos los sectores.
- Favorecer el emprendizaje en el municipio aprovechando la formación para emprendedores que oferta la URJC.
- Promover la internacionalización de las empresas y la atracción de inversiones.

Línea estratégica 1: Fomento de la creación y consolidación de empresas en el municipio

ACTUACIONES	PLAZO
IMPULSAR LA OFERTA DE SUELO INDUSTRIAL PARA CREACIÓN DE EMPRESAS	MP
PROMOVER LA CREACIÓN DE UN SEMILLERO DE EMPRESAS	LP
ADOPTAR MEDIDAS QUE FACILITEN Y ATRAIGAN LA IMPLANTACIÓN DE EMPRESAS	CP/MP
PROGRAMA DE PROMOCIÓN DEL AUTOEMPLEO	MP
ACUERDOS DE FORMACIÓN PARA EMPRENDEDORES	CP/MP
IMPULSAR LA MEJORA Y ADECUACIÓN DE POLÍGONOS INDUSTRIALES	CP/MP
POTENCIAL FOMENTO DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE EMPRESAS	MP/LP
DISEÑAR PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS	MP/LP
PROMOVER LA PARTICIPACIÓN DE LA CIUDAD EN EVENTOS PROMOCIONALES	CP/MP

Línea estratégica 2: Desarrollo del comercio de proximidad

Marco Conceptual

- Una parte importante de la actividad del municipio y del empleo viene desarrollada a través del comercio.
- Problema de fuerte competencia con las grandes superficies de los municipios de alrededor.
- Los propios ciudadanos señalan la necesaria mejora de infraestructuras que permita el aparcamiento en el centro, que facilite el comercio de proximidad.

Objetivos específicos

- Impulsar la cooperación entre pymes para mejorar el comercio urbano.
- Desarrollar iniciativas que permitan al comercio de proximidad diferenciar su servicio y añadirle valor.
- Impulsar la mejora en la calidad del servicio mediante la formación e incorporación de nuevas tecnologías.
- Aumentar la competitividad del comercio urbano mediante programas de modernización integral de las empresas.

Línea estratégica 2: Desarrollo del comercio de proximidad

ACTUACIONES	PLAZO
REALIZAR ESTUDIOS DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN/POTENCIACIÓN DE CENTROS COMERCIALES ABIERTOS	CP/MP
PROMOVER EL ASOCIACIONISMO ENTRE LOS COMERCIANTES	MP
REALIZAR ESTUDIOS DE MERCADO QUE PERMITAN A LAS EMPRESAS A ENCONTRAR SU VALOR DIFERENCIADOR	MP
PROGRAMA DE FORMACIÓN EN EL PEQUEÑO COMERCIO	MP
DESARROLLAR CAMPAÑAS DE MODERNIZACIÓN E INCORPORACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS	MP

Línea estratégica 3: Fomento de la formación y el empleo

Marco Conceptual

- Las exigencias formativas del entorno son permanentes y la transformación del mundo laboral exigen una formación continua y actualizada.
- La formación debe realizarse para personas desempleadas y para las ocupadas, aunque los objetivos son distintos y, por lo tanto, su diseño.
- Los ciudadanos reconocen que es necesario obtener servicios socio-sanitarios (personas mayores especialmente). Oportunidad de economía social.
- Los ciudadanos señalan que el servicio de promoción de empleo está infrautilizado.

Objetivos específicos

- Impulsar programas de formación para desempleados que faciliten la reincorporación al mercado laboral.
- Fomento de formación en trabajadores que aumenten su cualificación.
- Formación específica para los potenciales puestos de trabajo relacionados con los grandes proyectos del municipio.
- Formación empresarial que permita considerar el autoempleo como salida al paro.

Línea estratégica 3: Fomento de la formación y el empleo

ACTUACIONES	PLAZO
DISEÑAR FORMACIÓN A DESEMPLEADOS QUE FACILITE EL ACCESO AL MERCADO DE TRABAJO	CP/MP
PROMOVER LA FORMACIÓN DE EMPLEADOS PARA MEJORAR SUS CUALIFICACIONES Y CAPACIDADES	CP/MP
CONSOLIDAR LA BOLSA DE EMPLEO MUNICIPAL Y ORIENTAR LA FORMACIÓN EN FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES ACTUALES Y DE LOS GRANDES PROYECTOS	MP/LP
PROMOVER LA COOPERACIÓN ENTRE LA UNIVERSIDAD, CENTROS DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y ÓRGANOS MUNICIPALES DE PROMOCIÓN ECONÓMICA	MP/LP
PROMOVER LA ECONOMÍA SOCIAL COMO UNA SALIDA DEL DESEMPLEO A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS	MP

Línea estratégica 4: Promoción del Desarrollo Económico del Municipio

Marco Conceptual

- La promoción económica debe contar con el apoyo de las instituciones políticas y sociales para lograr mayor cohesión y vertebración social.
- Los ciudadanos indican que se debería mejorar en eficacia y calidad los servicios de promoción de empleo, industria y comercio actuales.

Objetivos específicos

- Crear una estructura que permita estudiar en profundidad la realidad económica y que ayude en el diseño, desarrollo y evaluación de las políticas económicas del municipio.
- Potenciar mecanismos para el asesoramiento e intercambio de información con los agentes económicos municipales.

Línea estratégica 4: Promoción del Desarrollo Económico del Municipio

ACTUACIONES	PLAZO
CREAR O REDISEÑAR UN ORGANISMO PARA LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO ECONÓMICO DEL MUNICIPIO	CP/MP
DESARROLLAR DE MANERA CONTINUA ESTUDIOS Y CAMPAÑAS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS SECTORES A POTENCIAR	MP/LP
FOMENTAR ENTRE LAS EMPRESAS LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE FACTORES DE COMPETITIVIDAD	CP
SERVICIO DE ASESORAMIENTO, MENTORING/COACHING A EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES	MP



Sugerencias Comentarios

rosa.santero@urjc.es
juanjose.najera@urjc.es
antonio.montero@urjc.es

