

FERIA MERCAMED DE PROMOCION Y COOPERACION EMPRESARIAL PROYECTO MERCAMED

MESA REDONDA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN AREAS COMERCIALES Y
CENTROS COMERCIALES ABIERTOS
17 y 18 de noviembre de 2010, Granada
Sala El Aljibe - FERMASA
Recinto Ferial Sta. Juliana, Crta Armilla S/n Armilla (GRANADA)

Durante los últimos años el sector de la distribución se está viendo sometido a un proceso de cambio continuo que viene protagonizado por factores como la concentraciones de capitales, los nuevos formatos comerciales, la aparición de nuevas fórmulas en los procesos de producción y la aplicación de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación a los sistemas de aprovisionamiento y distribución de inputs y productos finales, por lo que se han buscado formulas eficaces, basadas en la unión de intereses, a fin **restar diferencia en competitividad** respecto a otras formas más avanzadas, que ya están implantadas.

Una de las formulas aparecidas en la década de los noventa fueron los Centros Comerciales Abiertos, los cuales reúnen todas las condiciones para convertirse en las zonas de las ciudades donde ir de compras sea más atractivo, rentable y de fácil y cómodo acceso, con dotación de aparcamientos, usos peatonales, y con campañas promocionales y de animación de los comercios.

Especialmente importantes son los papeles de las Administraciones Públicas en la dotación de infraestructuras urbanísticas y el de las Asociaciones Empresariales mediante la implantación de sistemas de gestión y la promoción comercial conjunta. El objetivo final es llegar a satisfacer con plenas garantías al usuario del CCA, a través de las interrelaciones existentes con las pymes de comercio.

La Federación Provincial de Comercio de Granada constituyo en pasados ejercicios la Red Provincial de Centros Comerciales Abiertos cuyos objetivos son:

- Optimizar las actuaciones de dinamización comercial y urbana de los CCA de la provincia de Granada, considerando todos los CCA como una única unidad de explotación comercial
- Favorecer la adaptación tanto colectiva como individual de la estructura comercial urbana a las necesidades de la demanda previsional
- Racionalizar y potenciar las prestaciones de servicios comunes dirigidos a los consumidores, introduciendo instrumentos de fidelización conjunta.
- asesoramiento y asistencia a los comerciantes ubicados en los Centros Comerciales Abiertos orientándoles para su adaptación y modernización en su establecimiento comercial.
- Dar un mayor impulso al asociacionismo entre todos los empresarios de comercio y servicios que están dentro de un centro comercial abierto, para que a su vez puedan desarrollar proyectos conjuntos.

En este sentido los proyectos desarrollados en los últimos años han sido:

- Creación de un portal Web de CCA de Andalucía, en los que en su primera fase se implicaron los CCA de Santa Fe y Motril. Así, dentro cada portal de CCA se ha creado un apartado para cada uno de los comercios pertenecientes a ese CCA, en donde pueden ofertar sus productos o publicitar sus ofertas.
- Puesta en marcha de un Gabinete Técnico de Urbanismo como asistente técnico de la Red de CCA de Andalucía. Este gabinete ya ha trabajado en Granada, preparando proyectos para la urbanización comercial en los barrios de Zaidin-Vergeles y Plaza de Toros-Doctores. Asimismo se han mantenido reuniones en este mismo sentido con los Ayuntamientos de Santa Fe y Guadix.
- Campañas itinerantes para promoción de CCA, realizados en Guadix, Motril, Santa Fe, Barrio Zaidin-Vergeles

- Campañas itinerantes para la promoción de los modelos preventivos en Riesgos Laborales en las PYMES de comercio, realizados en los mercados de Abastos de la provincia, en localidades como Motril, Guadix y Santa Fe y en la capital en los mercados de San Agustín y Merca 80.
- Promoción del comercio agrupado en campañas mediáticas en radio y prensa
- Impartición de seminarios en diferentes asociaciones sobre escaparatismo Peligros), Marketing y Técnicas de Ventas (Plaza de Toros-Doctores), Normativa Comercial (Atarfe), Dinamización de CCA (Zaidin-Vergeles)
- Realización de un DVD promocional de los CCA de Andalucía
- Steward: En este 2010 desde la Red andaluza de CCA se llevo a cabo la implantación de asistentes urbano comerciales en las capitales de provincia de Andalucía, con el objetivo de dinamizar las áreas comerciales urbanas y dar un mayor y mejor servicio a los consumidores y ciudadanos. En Granada los Stewards estuvieron visitando e informando a comerciantes de cuantos proyectos surgían beneficiosos para el comercio, como las subvenciones de la Junta de Andalucía, el Registro de Comerciantes, Normativa comercial, promociones....
- Campaña “Aquí también hablamos en pesetas”, con el objetivo de incentivar la afluencia de publico hacia las áreas comerciales, la cual contó con la participación de 346 comercios de Granada
- Jornadas de apoyo al comercio ciudad

Actualmente la Red de CCA esta preparando otros proyectos muy interesantes, aunque aun están en fase de recogida de información y análisis. Un ejemplo de estos proyectos es el de la Creación de Rutas Turístico-Comerciales, vinculando el Turismo en las diferentes ciudades y localidades y las principales zonas comerciales de dichos sitios. El objetivo último es el desarrollo y la creación de un Club de Producto Turístico Comercial en Andalucía.

Con la creación de la Red Provincial de Centros Comerciales Abiertos, encuadra también en la Red Andaluza de CCA, se asegura la permanencia de los comercios y servicios ubicados en dichos Centros Comerciales Abiertos, aportando los pilares

necesarios para el despegue de esas zonas y así evitar en lo posible, las competencias que tiene el pequeño comercio frente a las grandes superficies y promover el asociacionismo comercial en el territorio andaluz, y a su vez incentivar la creación de nuevos CCA e impulsar el proceso de consolidación de los ya existentes.

Elementos y Ventajas de los CCAs

Los Centros Comerciales Abiertos nacen como una fórmula de cooperación del comercio ante los cambios suscitados en el sector, poniendo en valor conceptos de modernidad y ventajas competitivas frente a otros formatos comerciales:

CONCEPTOS DE MODERNIDAD

- Implicación en la mejora social
- Concepción global de comercios, servicios, cultura y ocio comercial
- Especialización y amplia oferta comercial
- Gerencia conjunta de los comercios
- Imagen comercial conjunta
- Promoción, animación y servicios mancomunados para los clientes
- Dotación de aparcamientos
- Accesibilidad para el peatón gracias a su localización en centro urbano
- Existencia de locomotoras de compra
- Oferta complementaria de ocio

VENTAJAS COMPETITIVAS

El CCA juega un importante papel en la función social de las ciudades (trato personalizado, revitalización de los centros urbanos, mejora del medio ambiente urbano, seguridad ciudadana, etc.)

El CCA se localiza en un entorno urbano, que suele coincidir con los centros históricos de las ciudades, lo que supone al mismo tiempo un importante potencial turístico y la rehabilitación del patrimonio y de las zonas comerciales por excelencia de la ciudad.

Un CCA tiene vida propia, en interrelación continua con la población de su entorno; suele disponer de espacios abiertos y zonas ajardinadas.

Los CCAs disfrutan de pluralidad de propietarios lo que contribuye a la redistribución de capital.

Los comercios localizados en un CCA disfrutan de una exposición continuada de sus escaparates las 24 horas del día.

Un CCA es un gran generador de riqueza para la localidad, pues se trata de un conjunto de PYMES, que vienen a contribuir al sostenimiento de las economías locales.

Un CCA ofrece servicios de aparcamiento, métodos de pago y campañas conjuntas de ornamentación o promoción; además cuenta con la ventaja de desarrollarse en entornos municipales, con lo cual se puede contar con el apoyo de las Administraciones Locales.

En un CCA se integran otros servicios que no son únicamente comerciales, pero que originan importantes flujos de personas: administración pública, sanidad, educación...

SITUACION ACTUAL DE LOS CCA DE GRANADA

Antes de situar el estado de los CCA de Granada, hay que hacer una valoración de la situación actual del sector comercio. El Comercio no es ajeno a la crisis, lo ha pasado mal, y lo está pasando mal, pero el pequeño comerciante está resistiendo la crisis por su gran capacidad de adaptación a las nuevas situaciones de compra.

El sector del comercio tiene una enorme importancia en la economía granadina, al suponer el 3,53% del comercio Nacional. Supone algo más del 12% del Valor Añadido Bruto de nuestra economía provincial y genera el 25.8% del empleo en Granada, al aportar el pequeño y mediano comercio más de 20.000 puestos de trabajo.

Actualmente el comercio de Granada y su provincia se encuentra en una situación muy delicada, debido al descenso en los niveles de consumo de la población, provocada por la crisis económica que atraviesa nuestro país, así como los altos niveles de paro, la pérdida de poder adquisitivo, comercios asiáticos.....

En estos momentos nuestro sector, debido a la grave situación económica, está atravesando por unos momentos muy difíciles que, en algunos casos, podemos llegar a calificar de crítica.

Uno de los últimos proyectos de la Federación Provincial de Comercio de Granada, conjuntamente con la Delegación Provincial de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, es la puesta en marcha una importantísima campaña de promoción del comercio tradicional de Granada y provincia a través de la realización de carteles, flyers y anuncios en prensa, que invitan a la ciudadanía a comprar en los pequeños comercios de su ciudad.

Añadir también que el comercio es milenario, siempre ha existido, atento a los cambios, evolucionando con la sociedad y las demandas de los consumidores, por lo que tenemos la absoluta convicción que se superara esta crisis, y que el comercio seguirá estando presente en nuestras calles y plazas, dispuesto, como siempre, a satisfacer a sus clientes.

Para ver la situación en la que se encuentran los CCA de la provincia de Granada hay que tener en cuenta una serie de factores:

1. Nivel de Gestión
 - a. Recursos
 - b. Gestión
 - c. Servicios Generales
 - d. Negociaciones y acuerdos
2. Nivel de Promoción y Comunicación
 - a. Imagen y Comunicación
 - b. Campañas de promoción conjunta
 - c. Fidelización de Clientes
3. Nivel de Urbanismo Comercial
 - a. Urbanismo Comercial

Teniendo en cuenta estos factores podemos dividir a los CCA de Granada en tres grandes grupos:

1. CCA Consolidados: Son aquellos que por tamaño y capacidad están plenamente consolidados, realizan campañas regularmente, poseen sede propia, gerencia, imagen corporativa.... Suelen pertenecer a grandes poblaciones, superiores a los 10.000 habitantes. Tienen la capacidad de atraer a un alto número de consumidores potenciales tanto de esas ciudades como de sus respectivas áreas de influencia, debido a la dependencia económica, comercial y administrativa que ejercen sobre su entorno.

En este primer grupo podemos agrupar a los CCA de:

- Centro Histórico de Granada
- Huetor Tajar
- Loja

- Guadix
- Santa Fe
- Motril

Como podemos observar corresponden con los centros urbanos tradicionales de la capital de nuestra provincia, y con las principales localidades cabeceras de comarca.

2. CCA en vías de consolidación: son aquellos que aun teniendo el estudio de viabilidad hecho hace varios años, no han visto su evolución tan acelerada como los del primer grupo, debido a múltiples factores, como su reducido tamaño, lejanía de los centros urbanos, pequeñas poblaciones, falta de infraestructuras..... Estos CCA suelen tener ya su imagen corporativa, y realizan una o dos campañas a lo largo del año.

En este segundo grupo podemos agrupar a los CCA de:

- Albolote
- Atarfe
- Baza
- Barrio Zaidin-Vergeles
- La Zubia
- Peligros

3. CCA recién creados o en vías de creación: en este grupo como su propio nombre indica están aquellos CCA que se han creado de forma reciente, es decir que han aprobado su estudio hace menos de un año, o que incluso puede estar todavía realizando el mismo. En este tipo de CCA no suele aparecer imagen corporativa del CCA, ya que tiende a usarse la de la asociación que lo gestiona. Asimismo, aunque se realicen algunas campañas de promoción a lo largo del año estas no tienen la suficiente penetración en el publico, por el desconocimiento de este de la existencia del CCA.

En este tercer grupo podemos agrupar a los CCA de:

- Almuñecar
- Armilla
- Cenes de la Vega
- Las Gábias
- Plaza Toros-Doctores

Como conclusión quiero destacar que actualmente el éxito alcanzado por los CCA como fórmula para revitalizar las zonas tradicionales comerciales y como mecanismo de colaboración entre comerciantes y administración local para llevar a cabo acciones conjuntas que beneficien al comercio y a la ciudad en general es muy importante, pues ha permitido a los comercios a hacer un frente común a la hora de promocionar sus productos, a los ayuntamientos les ha permitido arreglar los centros históricos/urbanos de sus localidades o de algunos barrios y en definitiva se está creando vida urbano, se está creando ciudad.

El CCA supone una fórmula alternativa ante el comercio individualista frente a otros formatos comerciales más competitivos. No obstante, para el éxito de un CCA no basta con la mera colaboración de los diferentes agentes económicos y sociales, sino que es esencial la efectiva implicación de todos ellos (las Administraciones, los comerciantes y los propios consumidores y ciudadanos).

Por último, decir que sólo con el esfuerzo conjunto de todos, contribuiremos al éxito y perdurabilidad de nuestros CCA y conseguiremos que éstos sean considerados entre los formatos comerciales más competitivos y modernos de la actual distribución comercial. Para ello se hace necesaria la colaboración entre los comerciantes, pero también es preciso, e incluso más importante que la anterior, la colaboración entre los distintos CCA de Granada y del resto de Andalucía.

Para terminar quiero anunciar que el próximo año el VIII Encuentro Andaluz de Centros Comerciales Abiertos se celebrará en la localidad de Santa Fe.

Muchas Gracias