

Actuaciones desarrolladas en Andalucía por la red de Cámaras de Comercio en el marco del Plan Integral de Comercio Minorista 2013 cofinanciadas en un 80% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea y en un 20% por la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y competitividad

Coste elegible en 2013: 96.000 €.

Antecedentes

El comercio urbano, asentado en el centro de las ciudades constituye un elemento dinamizador del espacio urbano por su capacidad de atraer inversiones y nuevos residentes y recuperar la vitalidad y dinamismo de zonas urbanas desfavorecidas o con pérdida de competitividad.

España cuenta con unas 200 iniciativas que responden al modelo de Centro Comercial Urbano (CCU) / Centro Comercial Abierto (CCA) de las que unos 80 proyectos presentarían cierto grado de consolidación. Prácticamente la totalidad de estas iniciativas se desarrollan en el centro de la ciudad y nacen desde organizaciones del comercio minorista.

En este contexto, entre las actuaciones que han desarrollado el Consejo Superior y las Cámaras de Comercio en el marco del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2013, financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea y por la Secretaría de Estado de Comercio a las Cámaras de Comercio se contempló una actuación específica para la dinamización de los Centros Comerciales Urbanos españoles. El objetivo de esta actuación ha sido la realización de acciones innovadoras en la prestación de servicios y promoción en los Centros Comerciales Urbanos participantes.

Para articular las acciones del programa de dinamización de los Centros Comerciales Urbanos, el Consejo Superior y las Cámaras de Comercio, en colaboración con las entidades gestoras de dichas áreas comerciales densas, han desarrollado en Andalucía los siguientes proyectos de promoción comercial:

Descripción de las actuaciones desarrolladas en Andalucía:

En este contexto, se desarrollaron diversas acciones en Andalucía, que se detallan a continuación:

- **55** establecimientos comerciales participaron en la “I Noche abierta del comercio de Baena” (Córdoba)





- **46** establecimientos comerciales participaron en la campaña de promoción que tuvo como objetivo crear expectación y atraer a los ciudadanos de Córdoba capital y provincia al centro de Córdoba y más concretamente a las tiendas asociadas a “Centro Córdoba”.



CENTRO CÓRDOBA



- En Montoro (Córdoba) se llevó a cabo el proyecto “Zoco de las tres culturas”, proyecto que ha fomentado la promoción cultural, turística y comercial de este municipio y de la Mancomunidad del Alto Guadalquivir. **130** establecimientos se beneficiaron de la Feria temática de las tres culturas (judía, cristiana y musulmana) en la que se han desarrollado actividades como una web, acciones de animación como desfiles, concursos, presentaciones, degustaciones, etc. El Zoco de las tres Culturas se celebró del 19 al 22 de septiembre de 2013.



- En Pozoblanco (Córdoba) **226** establecimientos comerciales de “Pozoblanco Ciudad de Compras” participaron en “Pozoblanco Stock” que consistió en:
 - Celebración de la Feria del Stock durante los días 7, 8 y 9 noviembre 2013.
 - Conjuntamente con el Ayuntamiento de Pozoblanco, se ha organizado “Pozoblanco de tapas y cócteles” en los distintos establecimientos hosteleros de la localidad.
 - VI Feria de los Vehículos de Ocasión.
 - Acciones de animación como talleres, concursos, animación infantil, etc.





- En el Centro Comercial Abierto Viñuela (Córdoba) **400** establecimientos comerciales participaron en las campañas “Otoño en colores” y “Día sin IVA” que consistieron en:
 - Otoño de colores: Con un gran componente social y en colaboración con centros educativos del entorno, se ha elaborado un motivo otoñal por parte de los alumnos y se ha destinado a la decoración de los escaparates de los establecimientos.
 - Día sin IVA: Campaña de Fidelización destinada a premiar a los clientes, ofreciendo un descuento en las compras de dicho día equivalente al IVA de su compra.





- En Huelva **115** establecimientos se beneficiaron de una nueva app “Club Huelva Centro”. Se trató de una Campaña del CCU Calles del Centro basada en el desarrollo de acciones innovadoras mediante el uso de nuevas tecnologías relacionadas con el marketing mobile, para la mejora de la prestación de servicios y promoción del eje comercial.

CALLES DEL
centro  CENTRO
 COMERCIAL
 ABIERTO



- En Jerez de la Frontera (Cádiz) **200** establecimientos comerciales participaron en la campaña “Jerez es moda”, para la promoción del comercio minorista del centro de Jerez mediante la realización de acciones como la pasarela de moda.

**LOS CLAUSTROS de SANTO DOMINGO
DEL 25 AL 27 DE OCTUBRE**

DESFILES

VIERNES 25 DE OCTUBRE
 17:00h INAUGURACION
 18:30h AMPARO MACIA
 19:30h SANDRO FERRONE
 20:30h GRUPO GALVEZ (PELUQUERIA SHOW)

SABADO 26 DE OCTUBRE
 13:00h SOLLERO
 17:00h YA VOY MAMA
 18:00h CARMEN INIGO
 19:00h MODAS AURORA
 20:00h AIRE BARCELONA
 21:00h NUEVA PARIS

DOMINGO 27 DE OCTUBRE
 12:00h CARRUSEL JUGUETES
 13:00h NECK & NECK
 18:00h ROCIO MARTIN

EXPOSITORES
 CARRUSEL JUGUETES-NECK&NECK-LOLATTES-AIRE BARCELONA-
 CARMEN INIGO-NUEVA PARIS-MODAS AURORA-SANDRO FERRONE-
 ANA RICARDI-YAVOY MAMA-ROCIO MARTIN-NATURJOYA-
 ETNIART-DULCE DISEÑO-LA BOTICA DE TU CASA-ISABEL GÓMEZ-
 REGALO'S-CAMISETAS Y LABORES ANA-PUNTO NATURA-EL ARCONCITO

JEREZ
CENTRO DE LA MODA
(ENTRADA GRATUITA)

JEREZ CENTRO COMERCIAL

Grupos Galvez
Módulo y acollada

Cámara
Jerez de la Frontera

UNION EUROPEA
FUNDACIÓN DE INVESTIGACIONES Y DESARROLLO TECNOLÓGICO

- En Linares (Jaén) **167** establecimientos del Centro Comercial Abierto de Linares participaron en la campaña “Mil ofertas de otoño en Linares), con esta campaña todos los establecimientos participantes ofrecieron todo tipo de ofertas especiales y descuentos. Además se realizaron acciones de animación comercial tales como actuaciones de baile, puesta de castillos hinchables, juegos deportivos, conciertos itinerantes, malabaristas, zancudos, figurantes, etc.





Se considera buena práctica porque:

La Actuación ha sido convenientemente difundida entre los Beneficiarios, Beneficiarios Potenciales y el Público en general

Para la dinamización y difusión de las actuaciones desarrolladas se han utilizado, entre otros, los siguientes medios:

- Incorporación de las actividades desarrolladas en la agenda de actividades de cada Cámara, publicitándolo en su web, con antelación suficiente para conseguir el aforo mínimo establecido.
- Difusión a través de inserciones en prensa local, cuñas de radio.
- Elaboración de material para su difusión por vía electrónica on-line a través de los potenciales destinatarios del censo de cada Cámara.
- Difusión a través de las Asociaciones empresariales del comercio
- Difusión en colaboración con otras entidades: Ayuntamientos, CCAAs, etc.

En todas las acciones de difusión y publicidad se ha hecho mención expresa a que la actuación de los Centros Comerciales Urbanos se enmarca en el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista en España 2013, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea y por la Secretaria de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad.

La actuación incorpora elementos Innovadores

La actuación de dinamización de Centros Comerciales Urbanos se articula a través de campañas de promoción que implican un planteamiento innovador y creativo, debido a que incorporan nuevos servicios para los consumidores y además:

- Se basan en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación (TICs)
- Incorporan acciones de mejora y/o sensibilización medioambiental o social.

Los Resultados Obtenidos se adaptan a los Objetivos establecidos

El desarrollo de campañas de difusión y promoción innovadoras dirigidas a pymes comerciales ubicadas en centros comerciales abiertos, ejes comerciales y áreas de comercio denso ha permitido alcanzar los resultados previstos e incluso el número de comercios beneficiados por las actuaciones ha superado con creces las previsiones inicialmente establecidas. De esta manera se ha contribuido en Andalucía a la consecución - de un total de 1.339 establecimientos comerciales- de una imagen del comercio moderna, atractiva y de calidad.

Contribuye a la resolución de un Problema ó Debilidad Regional

Los Centros Comerciales Urbanos destacan porque ofrecen un conjunto de servicios que aportan calidad y valor añadido al cliente, además de atraer a turistas, dinamizar la zona y revitalizar el entorno.

Tiene un Alto Grado de Cobertura sobre la Población a la que va dirigido

La incorporación de elementos innovadores en las acciones desarrolladas ha suscitado un gran interés entre la población, contribuyendo, por otra parte, al desarrollo del tejido empresarial comercial.

Beneficiarios directos: 1.339 pymes comerciales ubicadas en los centros comerciales urbanos de Baena, Córdoba, Montoro, Pozoblanco, Viñuela, Huelva, Jerez de la frontera y Linares.

Beneficiarios indirectos: Pymes de los sectores de hostelería, restauración, servicios, etc. ubicadas en los centros comerciales urbanos de Baena, Córdoba, Montoro, Pozoblanco, Viñuela, Huelva, Jerez de la frontera y Linares.

Público en general de Baena, Córdoba, Montoro, Pozoblanco, Viñuela, Huelva, Jerez de la Frontera y Linares

Se han tenido en cuenta los Criterios Horizontales de Igualdad de Oportunidades y de Sostenibilidad Ambiental

En cuanto a la igualdad de oportunidades, dado el carácter de la actuación su consideración, no puede ir mas allá de constatar que es una actuación que beneficia por igual a hombres y mujeres.

En relación con la sostenibilidad ambiental su contribución es positiva ya que tanto las campañas de promoción como la puesta en marcha de aplicaciones se basan en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación, lo que supone un ahorro importante en la impresión de documentos en papel.

Sinergias con Otras Políticas ó Instrumentos de Intervención Pública

La coordinación de la actuación de Dinamización de Centros Comerciales Urbanos a través del Consejo Superior de Cámaras ha fomentado la colaboración entre instituciones públicas y organizaciones privadas permitiendo:

- El uso más eficiente de los recursos públicos aprovechando las economías de escala existentes
- La integración de los diferentes actores institucionales implicados y sus políticas y prioridades (Dirección General de Fondos Comunitarios, Secretaria de Estado de Comercio, Comunidades Autónomas, Entidades Locales y Asociaciones del Sector Comercial)
- La prestación homogénea de los servicios de apoyo al comercio en todo el territorio nacional, adaptada a las particularidades de cada territorio de actuación.
- Favorecer a otros beneficiarios indirectos de sectores complementarios localizados en las áreas de intervención (hostelería, restauración, servicios, turismo, etc.)

La actuación de Dinamización de Centros Comerciales Urbanos se enmarca dentro del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista.

Dicho plan se organiza en torno a 10 líneas de actuación que desarrollan la estrategia para el crecimiento del comercio interior, siendo un ejemplo de colaboración entre las Administraciones y las Instituciones que participan en el mismo: Secretaria de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad (impulsor), Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Ministerio del Interior, Ministerio de Justicia, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Consejo Superior de Cámaras, Red.es, Mercasa, Federación Española de Municipios y Provincias, Comunidades Autónomas, Entidades Locales, Asociaciones más representativas del sector comercial.