

05 JUN. 2017

REGISTRO DEL PLENO

Nº Entrada: 383 Hora: 13:00

PLAN DE APOYO Y PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE CERCANÍA

DILIGENCIA: Aprobado en
sesión plenaria de fecha:

13 JUN. 2017

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENO

DILIGENCIA:
Dictaminado en sesión de
Comisión Permanente de fecha:

5 JUN. 2017

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENO

ANÁLISIS Y DESARROLLO

Se promueve la puesta en marcha de medios para disponer de datos con los que analizar de manera permanente el sector y desarrollar de esta manera estudios y propuestas que permitan la toma de decisiones y la ejecución de acciones que promuevan el comercio de cercanía en la ciudad de Córdoba.

Su vigencia será desde el año 2017 al año 2022, ambos inclusive.

Para garantizar el mejor desarrollo del plan, se reunirá el Consejo Asesor de Comercio cada 6 meses de forma extraordinaria, con el único orden del día de la evaluación de cada una de las medidas contempladas en este plan. Se podrán proponer modificaciones o mejoras en cada uno de los aspectos que en este periodo se compruebe.

Se pondrán en marcha las siguientes actuaciones:

- ✓ Creación del **Observatorio del Comercio**, con una sección específica de la ciudad de Córdoba, como instrumento de análisis y generar de propuestas
- ✓ Creación de la **Mesa del Comercio de Cercanía**, con la presencia de otras instituciones la intención de coordinar las acciones que a nivel supramunicipal se lleven a cabo.
- ✓ **Determinación de las zonas comerciales en la ciudad de Córdoba** que son parte esencial de los recorridos turísticos y aquellas zonas o elementos de potencial atracción al turismo para vincularlas a la oferta turística
- ✓ **Estudiar la situación zonal del comercio de cercanía en la ciudad y diseñar un mapa de oportunidades**
 - *Vincular con el proyecto del IMDEEC mediante una línea estratégica (diseño de mapa de oportunidades de negocio) a través de convocatoria de ayudas para entidades sin ánimo de lucro en régimen de competencia competitiva.*

13 JUN. 2017

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENO



- ✓ Creación de un **Portal Específico del Plan** vinculado a la página del IMDEEC.
- ✓ Abrir una nueva **línea estratégica** con la incorporación de **productos Halal** en la oferta de los comercios de cercanía, preferentemente en los que están ubicados dentro del eje turístico.
- ✓ Análisis de la **distribución y plan de acción de la producción ecológica** y de pymes de la provincia y su conexión con los mercados municipales y el comercio local y de cercanía **y en las redes de distribución**

Dictaminado en sesión de
Comisión Plena de fecha:

5 JUN. 2017

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENO

EMPLEABILIDAD Y EMPRENDIMIENTO

El comercio de cercanía es uno de los yacimientos de empleo, tanto de autoempleo como de empleo en microempresas, a lo que se une su calidad al ser de larga duración (hay personas que trabajan toda su vida en un mismo establecimiento) y estable en la inmensa mayoría de los casos.

- **Relacionar la oferta con la demanda**, evitar que se cierren negocios por la jubilación de su titular cuando la iniciativa es sostenible y aprovechar el acervo que la experiencia da, debe ser un elemento esencial de esta iniciativa, que ha de ponerse a la disposición de la comunidad para facilitar la empleabilidad.
 - **Impulsar las oportunidades de desarrollo de la producción y la comercialización ecológica** con un alto valor añadido y oportunidades de creación de nuevos empleos en el marco del Pacto de Milán
-
- Generación de una **bolsa de empleo de oferta y demanda**, que acerque las necesidades de los comercios a los perfiles de las personas demandantes de empleo
 - Generación de una **bolsa de traspaso de negocios, locales comerciales y difusión de las oportunidades** para evitar el cierre de comercios cuya actividad es sostenible por la jubilación o cualquier otra circunstancia

13 JUN. 2017

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENO

- Vincular con el proyecto de traspaso de negocios y fomento del relevo generacional que va a sacar el IMDEEC mediante su convocatoria de ayudas
- **Creación de un circuito de transferencia de la experiencia comercial** para transmitir el conocimiento y la experiencia a las nuevas generaciones de comerciantes y para generar vocaciones, que se pongan a disposición de la comunidad
- **Promoción de ayudas a la contratación indefinida**, bien de manera directa o a través de exenciones fiscales municipales, con la intención de primar el empleo estable. En ese caso, incluir cláusulas de discriminación positiva, a favor de colectivos más desfavorecidos, como mujeres, jóvenes y parados de larga duración.
- **Inclusión de una línea específica de ayudas**, a través del IMDEEC o del Plan de Comercio, dedicada al desarrollo de **nuevas empresas de producción y comercialización ecológica**.
- **Programa de mentorización y búsqueda de financiación.**

DILIGENCIA:
Destaminado en sesión de
Comisión Permanente de fecha

13 JUN. 2017

AFIANZAMIENTO Y PROMOCIÓN

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENO

El mantenimiento de la estructura comercial y su desarrollo sobre bases sólidas y sostenibles es una dualidad que debe primar en esta iniciativa al ser garantía, por una parte, de la consolidación de los modos y estructuras del comercio de cercanía estable y, por otra, el elevar la probabilidad de éxito y continuidad de las iniciativas comerciales que se pongan en marcha, así como la consolidación de una cadena de comercialización que garantice circuitos de distribución cercanos que den estabilidad al conjunto de la economía local.

- **Creación de un sistema coordinado y estable para vincular la oferta del comercio de cercanía con la de los productores locales** en todos los ámbitos, con la idea de dotar de valor a este, coordinado con Mercacórdoba
- **Programa de ventajas por la amistad con el comercio**, que premia la fidelidad de la compra en los establecimientos adheridos a la identificación común de Comercio Córdoba

5 JUN. 2017

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENO

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENO

- **Campañas estacionales de promoción del comercio de cercanía:** publicidad, animación callejera, ofertas especiales, actuaciones de dinamización.
- **Difusión de la actividad del comercio de cercanía en los medios de titularidad pública municipal** (web municipal, Tv, mupis, cuñas de radio que posee el Ayto., organismos y empresas municipales).
- Desarrollo de campañas de publicidad de difusión y **refuerzo de la marca "Comercio Córdoba"**
- **Creación de imagen y marca propia Comercio Córdoba.** Incluir acciones de naming y branding. Asociar la marca a estándares de calidad en el producto y excelencia en el servicio.
- **Estudio de la situación de los mercados municipales y activar mecanismos de promoción y vinculación con el hábito de compra,** como la compra online y la apertura por la tarde, de cara a su modernización en colaboración con Mercacórdoba
- Acciones de **generación del hábito** de relación cotidiana de la **ciudadanía con el comercio de cercanía a través de un programa educativo** que promueva la sostenibilidad, a través de un programa educativo de comercio cercano y ecológico, con la colaboración de los comerciantes de los barrios.
- **Acciones de fomento de la cooperación entre los comercios de cercanía** (intra o extra-Distrito). Ofertas y promociones conjuntas. Canales de ventas compartidos.
- **Explorar centrales de compras por productos y/o artículos.** Otros instrumentos (cooperativas de consumo, de servicios....)

SOSTENIBILIDAD

El respeto al medio ambiente, la utilización de la innovación en establecimientos de pequeño y mediano formato, la garantía de accesibilidad a personas de movilidad reducida, la prioridad a los circuitos cortos de distribución y comercialización, la minimización de la circulación en busca de aparcamiento y acciones concretas de mejora de la eficiencia energética son acciones que no puede dejarse atrás en un plan de acción avanzado.



- 5 JUN. 2017

13 JUN. 2017

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENO

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENO

- **Programa de mejora de la eficiencia energética de los establecimientos**, especialmente de aquellos de pequeño formato que más dificultades tienen a la hora de acceder a este tipo de medidas
- **Implantación de un programa de sustitución del plástico** como elemento de entrega de productos a las personas consumidora.
- **Estudio de movilidad comercial de los Centros Comerciales Abiertos** y propuestas de peatonalización para hacer más amigable el entorno en zonas determinadas, en base al PMUS y al proyecto del Plan Andaluz de la Bicicleta
- **Delimitación de necesidades y diseño de resolución de aparcamientos vinculados a las áreas de comercio**

FORMACIÓN

La formación es un elemento que, pese a los esfuerzos desarrollados en los últimos años, se mantiene como una de las grandes carencias del sector, tanto por la dificultad a la hora de desarrollar acciones en este campo, fundamentalmente por problemas de disposición, como por la ausencia de programas específicos dirigidos a las necesidades reales del sector y a otras opciones que añaden valor y posibilidades de desarrollo. Todo ello, dentro de una programación anual, flexible y actualizada.

- **ESCUELA DE FORMACIÓN DEL COMERCIO DE CERCANÍA** Creación de una Escuela de Comercio que busque la excelencia, orientada a la capacitación profesional, nuevas tecnologías, emprendimiento, cooperativismo, venta online, idiomas, turismo acomodar el comercio de cercanía a las nuevas economías, para la capacitación en dirección de pequeña empresa familiar y sobre todo buscando una formación de excelencia en el sector y resto de subsectores que lo componen y del que forma parte el comercio de cercanía.
- Programa de **formación para el empleo**
- Programa de **formación para la persona autónoma**

5 JUN. 2017

18 JUN. 2017

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENIO

EL SECRETARIO GENERAL DEL PLENIO

- Programas para **fomentar las detecciones de oportunidades y adaptación al mercado**. Nuevos modelos de negocio vinculados a las nuevas tecnologías.
- Programa de **formación específico que incida en las oportunidades y las ventajas de introducir productos ecológicos y de producción local** y de los circuitos cortos de distribución.

FINANCIACIÓN

La financiación es el elemento, junto a la rotación de negocios que no llegan a buen fin, más afectado por la crisis.

Es preciso auspiciar un espacio de confianza financiera que no dependa de la capacidad de avalar las iniciativas o el circulante y que abra nuevas vías para conectar e implicar a la ciudadanía cordobesa con el sostenimiento de su comercio de cercanía.

- Puesta a disposición de **recursos para la financiación de circulante**.
- Abrir **cauces de colaboración con entidades financieras**. Convenios específicos.
- Creación de **programas concretos de ayuda a la iniciativa comercial**, para posibilitar la ampliación de espacios de negocios y establecimientos y la puesta en marcha de nuevos
- **Estudio de la extensión de la moneda social integrando el comercio local, ecológico y mercados municipales** en colaboración con la Delegación de Servicios Sociales, con el respaldo del Ayuntamiento y otras instituciones públicas.
- **Articulación de sistemas de compensación** ante el desarrollo de obras que generen una afectación continuada y otras circunstancias excepcionales
- **Simplificación de los trámites administrativos**. Urbanismo (licencias de apertura), Movilidad y todos los Departamentos del Ayuntamiento que tengan que ver con la puesta en marcha de un establecimiento comercial.
- **Puesta en Valor de la función social del comercio de cercanía** y en la cohesión socio-económica de la ciudad.