

**PREMIOS NACIONALES
DE COMERCIO INTERIOR**

1997-1998-1999-2001-2002-2003-2004-2005-2006-2007-2008

SUMARIO

<i>Presentación Secretaria de Estado de Comercio</i>	3
<i>Premios Nacionales de Comercio Interior, 2008</i>	5
<i>Premios Nacionales de Comercio Interior, 2007</i>	21
<i>Premios Nacionales de Comercio Interior, 2006</i>	29
<i>Premios Nacionales de Comercio Interior, 2005</i>	41
<i>Premios Nacionales de Comercio Interior, 2004</i>	51
<i>Premios Nacionales de Comercio Interior, 2003</i>	63
<i>Premios Nacionales de Comercio Interior, 2002</i>	75
<i>Premios Nacionales de Comercio Interior, 2001</i>	85
<i>Premios Nacionales de Comercio Interior, 1999</i>	97
<i>Premios Nacionales de Comercio Interior, 1998</i>	109
<i>Premios Nacionales de Comercio Interior, 1997</i>	119

PRESENTACIÓN

La Secretaría de Estado de Comercio es responsable, entre otras tareas, de la elaboración de planes generales que contribuyan a la mejora de la calidad de las empresas que operan en el comercio interior, así como de la gestión de los apoyos financieros necesarios para su desarrollo, siempre en un marco de colaboración y coordinación con las comunidades y ciudades autónomas.

En este sentido, el *Plan de Mejora de la Productividad y Competitividad en el Comercio* para el periodo 2009-2012, cuyo contenido se ajusta a los retos y desafíos estructurales de nuestro comercio, contempla, entre las distintas actuaciones que lo integran, la convocatoria anual de los *Premios Nacionales de Comercio Interior*.

Estos premios, fueron creados en el año 1997 con objeto de premiar, por un lado, la especial labor de los ayuntamientos en sus actividades de renovación urbana comercial en el centro de las ciudades y, por otro lado, el trabajo de los pequeños comercios en sus actividades de desarrollo comercial y modernización empresarial mediante la mejora de la tecnología y la asociación de empresas. En el año 2008, a estas dos categorías se unió una tercera, el *Premio Nacional a Centros Comerciales Abiertos*, destinada a galardonar el asociacionismo comercial orientado a la promoción de centros comerciales abiertos y a la potenciación y desarrollo de sus órganos gerenciales.

Con el propósito de recordar, difundir y reconocer públicamente la labor realizada en su día por los galardonados, y con el fin de que ello pueda servir de referencia al sector comercial, la Dirección General de Política Comercial ha elaborado la guía denominada *Memoria de los Premios Nacionales del Comercio Interior 1997-2008*, que hoy me es grato presentar.

Esta publicación agrupa las actuaciones comerciales premiadas durante más de una década. Además de servir de guía de buenas prácticas, constituye una memoria de logros que se han cimentado en el esfuerzo institucional, asociativo y personal en la búsqueda de nuevas y modernas formas de afrontar la actividad comercial. Deseamos que se conciba como un instrumento más de apoyo y estímulo al comercio, que ayude a descubrir y a valorar el trabajo bien hecho, que con tanta frecuencia exhibe la valiosa y plural actividad comercial de España.

Estos premios de reconocimiento al comercio, que ya forman parte por derecho propio del catálogo de actividades a sostener y a potenciar por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, servirán con toda seguridad de estímulo para aquellos ayuntamientos, asociaciones comerciales y empresarios particulares que buscan nuevas formas de expresión comercial, en la exigente competencia que imponen los mercados actuales.

Quienes accedan a las páginas de esta memoria de los premios podrán encontrar muchos ejemplos de actuaciones comerciales que contemplan la modernidad comercial, que la Secretaría de Estado de Comercio, a través de la Dirección General de Política Comercial, viene persiguiendo en los últimos años. Descubrirán casos que son ejemplos premonitorios de tendencias que posteriormente se han consolidado como necesidades ineludibles del comercio urbano de proximidad.

Desde la Secretaría de Estado de Comercio, quiero felicitar a todos los galardonados recordados en esta publicación, y agradecerles su ejemplar contribución al desarrollo del comercio interior de nuestro país. Asimismo felicito a los profesionales de la Dirección General de Política Comercial que han participado en la elaboración de la acertada y cuidada edición de la *Memoria de los Premios Nacionales del Comercio Interior 1997-2008*.

Silvia Iranzo Gutiérrez
Secretaria de Estado de Comercio

2008

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE SAN CRISTOBAL DE LA LAGUNA - TENERIFE

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE VILA REAL - CASTELLÓN DE LA PLANA

AYUNTAMIENTO DE IRÚN - GUIPÚZCOA

PREMIOS CENTROS COMERCIALES ABIERTOS

GANADOR

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES CREU COBERTA - BARCELONA

ACCESITS CENTROS COMERCIALES ABIERTOS

C.C.A. DE MENACHO - ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE LA CALLE
MENACHO Y ADYACENTES - BADAJOZ

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANADOR

BAUTISTA MUEBLES DECORACIÓN, S.L. - LLODIO - ÁLAVA

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

CENTRO ÓPTICO Y AUDITIVO, S.L. - TARAZONA

LA PARISIEN - ESPALA, S.A. - ZARAGOZA

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE SAN CRISTOBAL DE LA LAGUNA
TENERIFE



Nº de habitantes: 158.000

Superficie: 102,05 km²

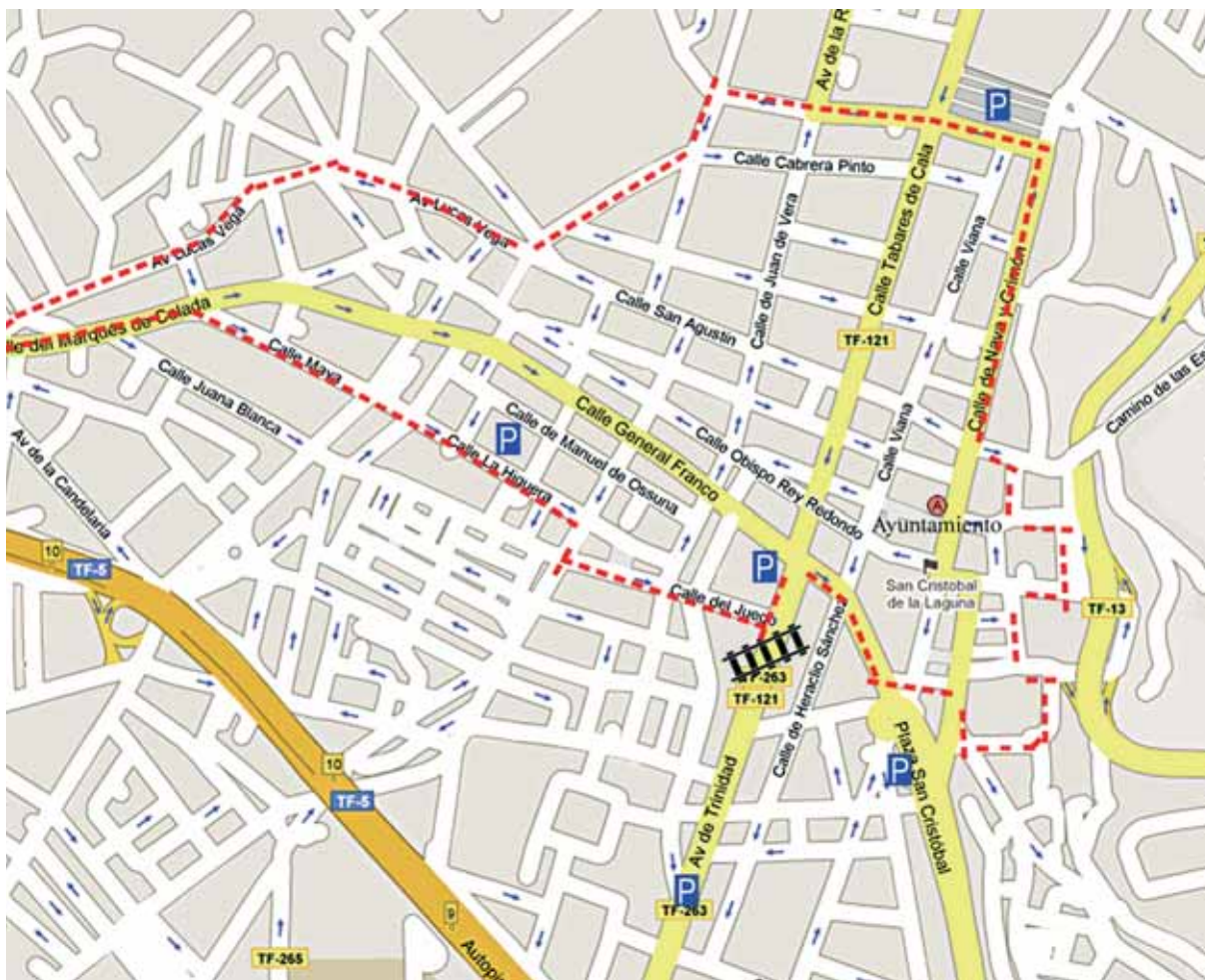
Nº comercios totales 2007: 2.625

Dirección: *c/ Obispo Rey Redondo, 38201 La Laguna - Tenerife*

Tel. 922 601 100 - Fax 922 601 102

www.aytolalaguna.com





San Cristóbal de La Laguna está situada en el noroeste de la isla de Tenerife y próxima a su capital, con la que está bien comunicada.

En 1999 fue declarada Patrimonio de la Humanidad. Ante el deterioro poblacional y comercial de la zona, en 2005 se redactó el Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico como marco de actuación para el proceso de revitalización Integral. Para ello, se creó una Oficina de Gestión del Conjunto Histórico, a modo de “ventanilla única”, que facilitara al ciudadano las actividades de rehabilitación, acondicionamiento, etc., siendo los principales impulsores El Cabildo Insular el propio Ayuntamiento.

Se acometió la reurbanización de los espacios públicos con la peatonalización de los principales ejes comerciales, la renovación de fachadas, la construcción de vivienda nueva y de aparcamientos periféricos, incrementando en cerca de 3.000 el número de plazas.

Con todas estas actuaciones se pretendió incentivar la recuperación del espacio para el ciudadano, el crecimiento y la mejora de las viviendas así como la renovación de la actividad comercial.

A los tres años de su entrada en vigor, el Plan ha supuesto la revalorización de la zona de manera incuestionable con algunos datos que lo corroboran como la construcción de 320 viviendas nuevas, que han albergado a 1.000 nuevos habitantes, la recuperación o apertura de 130 locales comerciales y la reurbanización de 26.400 m².

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE VILA - REAL CASTELLÓN DE LA PLANA



Nº de habitantes: 61.000

Nº de comercios: 1.012

Nº de comercios en el centro urbano: más de 300

Superficie: 42,4 km²

Sectores más representativos: *cerámica (azulejo), transformación de cítricos y agrícola*

Dirección: *Plaza Mayor, s/n • 12540 Vila-Real*

Tel. 964 547 000 - Fax: 964 547 019

www.vila-real.es



Situada a 7 km al sur de la capital, Vila-Real ha sido, históricamente, una población eminentemente agrícola, con una importante industria transformadora de cítricos. A finales del siglo pasado, ante la creciente demanda de la construcción, se desarrolló una poderosa industria azulejera lo que propició un considerable aumento de la población inmigrante.

En el año 2001 se emprendió el Plan de Acción Comercial de Vila-Real (PACV), en colaboración con el Consejo Superior de Cámaras de la región, cuyo objetivo fundamental era el ordenamiento y revitalización del comercio en el centro histórico.

Entre las actuaciones llevadas a cabo dentro de dicho plan de acción, la de mayor relevancia fue la mejora de la accesibilidad al centro, con la reordenación de la circulación, la reforma de los principales ejes y la peatonalización de distintas calles, sumándose a todo esto, la renovación de la señalética y del mobiliario urbano. Tuvo una gran importancia la construcción del aparcamiento de la Pza. Mayor, que se sumaba a los dos existentes en la zona.

En la misma dirección, también se han promovido otras acciones, como la reforma del Mercado Central y de los espacios donde se celebran los mercadillos y la organización de ferias y el Pla Millora, con diversos programas.

Debido a las dificultades de actuación en cascos históricos consolidados, este programa de intervención está planteado con un horizonte a medio y largo plazo.

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE IRÚN GUIPÚZCOA



Nº de habitantes: 61.000

Nº de comercios: 1.250

Superficie: 42,4 km²

Sectores más representativos: *alimentación, confección, calzado, hogar y otros.*

Dirección: *Plaza de San Juan Harria, 1 • 20304 Irún*

Tel. 943 649 201 - Fax: 943 649 402

www.irun.org



Situada en el norte de la Península y limitando con Francia, Irún sufrió una importante crisis con la desaparición de las fronteras comunitarias.

En 2004, por medio del Plan Especial de Revitalización Comercial (PERCO), se plantearon un conjunto de actuaciones que buscaban el desarrollo y consolidación del comercio en los centros urbanos. Para ello, se crearon dos órganos participativos, el Consejo General y la Comisión de Pilotaje, además de distintas Mesas de Comercio Específicas. Asimismo se establecieron acuerdos con MUGAN y se integró a los comerciantes en este proyecto.

Destacan tres líneas de actuación: La primera de urbanismo comercial, entorno los tres ejes comerciales principales, el paseo de Colon y las plazas de Pio XII y San Miguel. Con un Plan de Tráfico se fomentó la accesibilidad del centro reordenando la peatonalización y el sentido de circulación de algunas calles y plazas, creando más de 2.000 plazas de aparcamiento, modernizando la iluminación y renovando la señalética y el mobiliario urbano.

La segunda, sobre las estructuras comerciales, propició el movimiento asociativo así como la incorporación de nuevas formas de negocio, mediante la creación de la página web, la imagen de calidad, las misiones comerciales, etc.,

Y la tercera actuación consistió en la dinamización, animación y marketing colectivo. Por último, se ha construido un Centro comercial llamado “Parque Comercial de Mendivil”, con una superficie de más de 31.000 m² y 300 plazas de aparcamiento, en el que están representados todos los sectores comerciales.

PREMIO CENTRO COMERCIAL ABIERTO

GANADOR

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES CREU COBERTA
BARCELONA



Año de creación: 1968

Nº asociados: 170

Nº comercios en la zona: 212

Sectores: *Textil, calzado, perfumería y marroquinería*

Organización: *Junta de Gobierno (27 miembros)*

Gerente contratado

Ayudas Públicas: *Ayuntamiento de Barcelona y de la Generalitat de Catalunya*

Dirección: *c/Callao, 9 planta baja • 08014 Barcelona*

Tel./Fax 93 332 17 07

info@santscreucoberta.com

www.santscreucoberta.com



Los establecimientos pertenecen, en su mayoría, a una de las dos asociaciones presentes en la zona: Creu Coberta y Sants Establiments Units que actúan individualmente, aunque las actividades más relevantes las realizan conjuntamente.

La Asociación se organiza mediante comisiones específicas, entre las que destacan: ayudas al comercio, seguridad, asistencia a ferias y formación. Por otro lado, actúa como representante e interlocutor de sus asociados ante los distintos organismos públicos.



Los establecimientos pertenecen, en su mayoría, a una de las dos asociaciones presentes en la zona: Creu Coberta y Sants Establiments Units que actúan individualmente, aunque las actividades más relevantes las realizan conjuntamente.

La Asociación se organiza mediante comisiones específicas, entre las que destacan: ayudas al comercio, seguridad, asistencia a ferias y formación. Por otro lado, actúa como representante e interlocutor de sus asociados ante los distintos organismos públicos.

Esta Asociación ha sabido crear y promocionar una imagen colectiva a través de múltiples aspectos, como son el Agua y Les Creutes de Creu Coberta, una tarjeta de fidelización, un spot televisivo y un autobús propio como soporte publicitario. La idea de Centro Comercial como elemento identificativo, se refuerza mediante las campañas promocionales directas, entre las que podemos encontrar la Pasarela, el intercambio de placas de Cava, la Feria Medieval y la iluminación navideña. Asimismo, han registrado un símbolo de calidad “Q”, que, los 43 millones de visitantes que acuden a la zona cada año, pueden identificar en los establecimientos que reúnen una serie de parámetros de calidad, tanto en el servicio a los clientes como en sus productos.

En el aspecto cultural, se crearon tres itinerarios guiados para dar a conocer a los consumidores la historia del barrio. Además se trabaja insistentemente, para reducir las barreras arquitectónicas que existen en la zona y en los establecimientos.

Desde la Asociación se fomenta la utilización de Internet entre los asociados, y su página WEB se emplea como plataforma de información de actividades, servicios, actos culturales, alojamientos, etc.

ACCESITS CENTROS COMERCIALES ABIERTOS

C.C.A. CENTRO HISTÓRICO BURGOS



Nº de habitantes 2008: 177.879

Superficie: 107,08 km²

Fecha de constitución: 1993

Nº de socios: 250 en tres categorías

Dirección: c/ Plaza de España, 1- 2ª A • 09005 Burgos

Tel. 947 201 940 Fax 947 205 332

centroburgos@hotmail.com

www.centroburgos.com

Ayudas: de la Junta de Castilla León y CONCECA



La ciudad de Burgos está situada en el norte de la península, con una buena comunicación que favorece el asentamiento de industria y comercio de todo tipo.

El CCA Centro Histórico de Burgos, tiene su origen en una asociación, bien dirigida, de comercios, empresas de servicios y profesionales que desarrolló una importante campaña de imagen y promoción.

De su colaboración con el Ayuntamiento surgió, en el 2000, el Plan Global de Apoyo al Comercio. Asimismo, trabajan, con la ayuda de la Cámara de Comercio, por la difusión e implantación de la norma UNE. La Asociación lleva a cabo, habitualmente, campañas de captación de socios y de fidelización de clientes mediante el desarrollo de la tarjeta de comercio asociado, el parking gratuito, la ludoteca-taller infantil, etc.

Para el plan de marketing, que se centra en campañas corporativas y de imagen bien diseñadas y con impacto, cuentan con una Comisión específica. Además, han desarrollado un gran trabajo de identidad de la zona, que está basada en la instalación de puertas de acceso al CCA, en los mapas/puntos informativos, en los indicadores de comercios asociados y en el logo, que está presente en múltiples soportes. Asimismo, editan un plano y una Guía comercial y Cultural y participan en la vida de la ciudad, apoyando y colaborando en muchas actividades cívicas.

ACCESIT CENTRO COMERCIAL ABIERTO

C.C.A. DE MENACHO -ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE LA CALLE MENACHO Y ADYACENTES BADAJOZ



Año de creación: 2006

Nº de asociados: 145

Nº establecimientos: 180

Sectores más representativos: *confección, calzado, hogar y otros.*

Organización: *junta directiva con presidente, vicepresidente, secretario y vocales*

Gerente contratado

Ayudas Públicas: *Ayuntamiento y Junta de Extremadura*

Dirección: *c/ San Pedro de Alcántara, 42 • 06001 Badajoz*

Tel. 924 22 09 65 Fax: 924 22 92 38

asociacion@menacho.org - www.menacho.org

Con la creación del CCA se persigue la revitalización del casco histórico del municipio, bien conservado, generando un espacio urbano reconocible para que se convierta en un foco de atracción comercial gracias al alto grado de calidad de los establecimientos. No solo se pretendió un cambio visual, sino también un cambio en los servicios prestados gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías, dotando de más herramientas a los asociados y elevando el nivel de confort al visitante.

En los meses de más calor, se pone en funcionamiento un sistema de pulverización de agua, estratégicamente colocado, que reduce considerablemente la sensación de calor de los viandantes.

La Asociación dispone de una página web de referencia, que se ha convertido en un puente de acceso a los distintos portales de los socios que cuentan con su propio comercio electrónico. A esto se le ha sumado la instalación de un servidor común, la implantación de una red de transferencia de datos y la creación de un espacio wi-fi en toda la zona.

Además, se ha implementado un sistema de conteo peatonal, situado en puntos estratégicos, que proporciona datos de gran valor estadístico para su uso en el diseño de campañas promocionales.



PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

BAUTISTA MUEBLES DECORACIÓN, S.L. LLODIO ÁLAVA



Año de creación: 1971

Nº de empleados: 61

Nº de establecimientos: 4 (2 en Llodio, en Zalla y en Abadiño)

Sector: *mueble y decoración*

Dirección: *Polígono Santa Cruz, 1 • 01400 Llodio - Álava*

Tfno.: 946 727 700

bautista@bautistamuebles.com

www.bautistamuebles.com



Once años después de su puesta en marcha, en 1982, pasó a ocupar un local de 1.000 m², incorporando el concepto de decoración. En 1998 se trasladan de nuevo, al local que ocupan en la actualidad, de 8.000 m² introduciendo el concepto de decoración personalizada y que incluye los servicios de Parking, guardería y cafetería.

En 2002 comenzó su expansión-diversificación con la apertura de un establecimiento en Llodio, dedicado al sofá de precio económico (SOFAST). Tres años más tarde, se abre un local en Zalla de 1.200 m² dedicado básicamente a baño, cocina y electrodomésticos; por último se abre un establecimiento en Abadiño de muebles y decoración en una superficie de 2.000 m², con un concepto novedoso en cuanto a la relación con los fabricantes/expositores, todo ello en un marco arquitectónico innovador.

Aplicando soluciones tecnológicas e informáticas permiten, a todos los centros, compartir información en tiempo real, unificando centralitas, redes inalámbricas, intranet, call center, mensajería web, operadora automática, etc. En 1999 implantaron la ISO 9000



En el aspecto comercial, incorporaron un sistema para realizar presentaciones, un mecanismo de vigilancia de mercado y un seguimiento de satisfacción del cliente.

En el 2000 crearon una escuela de formación de vendedores y unos premios/reconocimiento al personal por su adecuación a los valores propugnados. Estos valores se fijan en 2003 y se desarrollan mediante un Plan Estratégico elaborado a tal fin. Los pilares del cambio son tres: el enfoque total hacia el cliente, la organización de la empresa a través de procesos y la capacitación y posterior promoción del personal de la empresa.



ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

CENTRO ÓPTICO Y AUDITIVO, S.L. TARAZONA ZARAGOZA



Año de creación: 1946

Nº de empleados: 4

Superficie: 100 m²

Sector: *Óptica y aparatos auditivos*

Dirección: *c/ Visconti, 13 • 50500 Tarazona - Zaragoza*

Tfno. /fax: 976 640 931

info@vicentevision.com

www.vicentevision.com - www.vicenteaudicion.com



Este centro ha pasado de ser, por cuestiones de mercado, un establecimiento de joyería-relojería a dedicarse a la óptica y la audición. Está situado dentro de “Tarazona Centro Comercial Abierto” y forma parte de distintas asociaciones profesionales y gremiales.

En 2006, y con una inversión cercana a los 200.000 €, se emprendió una reforma en profundidad bajo el lema: “INNOVACIÓN SE ESCRIBE CON UVE”, que se prolongó durante dos años. En este tiempo se renovaron totalmente las instalaciones, separando las distintas actividades e incorporando las nuevas tecnologías en los procesos de marketing, compras, almacén, citas con clientes, etc. Asimismo se implantaron las normas ISO 9001:2000 y UNE 175001 y se modernizó la imagen de marca, que se aplicó en distintos soportes como bolsas, bayetas, fundas, impresos, etc.

En relación a la formación, este centro óptico y auditivo acude a ferias en París, Milán y Madrid así como a cursos de escaparatismo y a seminarios impartidos por algunos de sus proveedores.

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

LA PARISIEN - ESPALA, S.A.
ZARAGOZA



Año de creación: 1911

Nº de empleados: 7

Nº m²: 29 m² de tienda y 100 m² de almacén

Sector: mantones de Manila, complementos de novias, comunión, etc.

Dirección: Alfonso I, 27 dup. 5003 Zaragoza

Tel: 976 390 520 - Fax: 976 204 2651

info@laparisien.es

www.laparisien.es



La Parisiën es un ejemplo de comercio que ha sabido adaptarse a los nuevos mercados gracias a su empeño por compaginar su configuración y tipo de servicio tradicional, que es su seña de identidad, con un buen sistema de venta por internet que, fundamentalmente, le sirve como escaparate nacional.

Utilizan la Red como medio de comunicación básico con proveedores y, también, con los clientes, para realizar los pedidos y comercializar sus productos. Cada día reciben más de 160 visitas y la mayoría de las ventas se cierran por teléfono o desde la propia web. Para ello, han previsto una buena implantación de su web en los distintos buscadores.

Mantienen un stock de más de 10.000 referencias físicas y pretenden ofrecer productos que no tenga la competencia local y empujados por su principal motivación que es la satisfacción de sus clientes.

Asimismo, la consideración hacia sus empleados es una pieza esencial en esta empresa, teniendo muy en cuenta tanto su formación como la conciliación de la vida laboral y personal.

2007

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANADOR

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE ORIHUELA (ACMO)
ALICANTE

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

CENTRO COMERCIAL ABIERTO ARANDA DE DUERO (ACOA) - BURGOS
SÁNCHEZ BLANDEZ, XARCUTERIA, S.L. PINEDA DEL MAR - BARCELONA

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE ORIHUELA (ACMO)

ALICANTE



Año de creación: 1992

Nº de asociados: 220

Nº comercios del municipio: 480

Sectores más representativos: *la mayoría de los existentes*

Dirección: *c/ Plaza Teniente Linares, s/n (Of. de Turismo)*

03300 Orihuela - Alicante

Tel./Fax: 966 744 092

acmo@acmo.net

www.acmo.net



En previsión del cambio de hábitos de consumo por la implantación de un Centro Comercial en la periferia, un grupo de empresarios de pequeño comercio de Orihuela decidieron unirse para canalizar, en principio, de forma unitaria, sus opiniones y reivindicaciones.

Desde entonces, la Asociación ha crecido y se ha consolidado en el municipio a través de las actividades emprendidas por sí mismos o en unión con instituciones y otras asociaciones. Son conscientes de que su principal baza es la proximidad al ciudadano y que su campo de actuación es la ciudad.

En 2006 obtienen la certificación ISO 9001:2000 y desde ese momento se promueve su implantación en los comercios asociados con un manual personalizado con los aspectos esenciales para ser un comercio de calidad.

Se realizó una toma de datos del propio comercio a modo de autoevaluación, proponiendo los cambios específicos a acometer. Los manuales se repartieron, incluso, a comercios no asociados.

En su página web se pueden encontrar tres apartados: área pública, beneficios de ser asociado y los comunicados y los catálogos de Orihuela Shopping. Utilizando este medio, se realizan



cursos de contabilidad, informática, comercio electrónico, etc., además de organizar otros con carácter presencial. En 2007 se comenzó a trabajar en el proyecto de una tienda virtual.

La Asociación realiza numerosas campañas comerciales y es destacable el catálogo “Orihuela Shopping” donde, con parecido formato al de las grandes superficies, se autopromocionan los comercios asociados, contando cada uno con un espacio similar.



ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

CENTRO COMERCIAL ABIERTO ARANDA DE DUERO (ACOA) BURGOS



Año de creación: 2002

Nº de asociados: 113

Nº establecimientos: 124

Sectores más representativos: *alimentación, calzado, muebles, belleza*

Organización: *Junta directiva con 13 miembros, Gerente contratado, Comisiones de trabajo específicas*

Dirección: *Plaza de San Esteban, nº 3 • 09400 Aranda de Duero - Burgos*

Tel.: 947 514 045 - Fax: 947 509 212

acoaranda@asemar.e.telefonica.net

www.acoaranda.com



El Centro Comercial Abierto Aranda de Duero (ACOA) tiene como fin la representación, promoción y defensa de los intereses del comercio de Aranda ante el Ayuntamiento y las asociaciones empresariales locales y provinciales, así como la mejora de las condiciones de sus asociados.

Para ello, se han establecido unas líneas estratégicas de actuación, tendentes a la creación de un CCA, y pasan por la formación continuada, mediante cursos y seminarios, y por la implantación de nuevas tecnologías aplicadas al comercio para su modernización, a nivel de gestión y de oferta comercial.

Con la colaboración del Ayuntamiento, se está trabajando en el desarrollo del urbanismo comercial, mejorando los accesos a la zona, aumentando el número de plazas de aparcamiento y fomentando las zonas peatonales y el cuidado de la imagen de la ciudad.

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

SÁNCHEZ BLANDEZ, XARCUTERIA, S.L. PINEDA DEL MAR BARCELONA



Nº de empleados: 21

Nº m²: 240

2 Establecimientos en Pineda de Mar y uno en Calella

Dirección: *Jacinto Verdaguer, nº 2 • 08397 Pineda del Mar - Barcelona*

Tel.: 937 693 656 - Fax: 937 693 656

www.losextrementos.com



Su actividad principal se centra en la venta al por menor de productos ibéricos y de carnicería. Afrontan el reto que supone la competencia de las grandes superficies mediante dos vías: la implantación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y, mediante la asociación con otros comercios, lo que ayuda a optimizar recursos y a seguir siendo competitivos sin perder la condición de comercio tradicional.

Con respecto a la primera vía, se instalaron balanzas electrónicas y ordenadores conectados a internet y a una intranet. Además, gracias al software instalado, se controlaban, en tiempo real, los pedidos, el stock, la contabilidad y las compras, reduciendo claramente sus costes respectivos.

Como segunda vía, apostaron decididamente por el asociacionismo, tanto a nivel local como a través de la sociedad Emprenjunt S.A., de la que forman parte desde su creación. Esta sociedad es una plataforma logística, a nivel nacional, que funciona como una central de compras sectorial, consiguiendo mejores precios al poseer mayor capacidad de compra que los socios individualmente.

Para conseguir la adaptación del personal a estas transformaciones, se puso en marcha un plan de formación en la Escuela Superior de Comercio y Distribución y, con cursos impartidos por Emprenjunt-BCN ACTIVA, se formó a los empleados en los aspectos relacionados con las nuevas tecnologías implantadas en el proyecto.

2006

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE VITORIA-GASTEIZ - ÁLAVA

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE ALBACETE

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANADOR

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS Y PROFESIONALES C.C.A.

COMPOSTELA MONUMENTAL SANTIAGO DE COMPOSTELA - A CORUÑA

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

CARNICERÍA CHARCUTERÍA ELVIRA, S.L. - VITORIA

MUSGO - MADRID

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE VITORIA-GASTEIZ
ÁLAVA



Nº de habitantes: 230.586

Nº comercios totales 2007: 3.181

Nº comercios en la zona: 1.804

Superficie: 276,81 km²

Dirección: c/ Fray Zacarías nº 3 01001 Vitoria-Gasteiz - Álava

Tel.: 945 161 204 - Fax: 945 161 533

www.vitoria-gasteiz.org

gestionadm08021@vitoria-gasteiz.org



Situada en el norte de la península y en el sur del País Vasco, en la ciudad de Vitoria-Gasteiz radica el gobierno y la Asamblea de la Comunidad Autónoma.

El Ayuntamiento, desde 1976, inicia un proceso de peatonalización que se mantiene en los planes de urbanismo hasta hoy, acompañándose desde 2003, con una política de promoción del

comercio. Fruto de ese interés, en 2006, se organizó el I Congreso Internacional de Comercio Urbano, para estudiar las políticas de revitalización comercial.

El casco urbano cuenta con casi 5.000 plazas de aparcamiento, de las que cerca de 4.000 son subterráneas, estando prevista su ampliación con la construcción de nuevos parkings.

El punto de partida es el Plan Integral de Mejora del Equipamiento Comercial, que promueve la mejora del tejido asociativo, la modernización de los sistemas de gestión mediante formación específica, así como la organización de la información económica como base para la toma de decisiones. Para ello se crean el Consejo para la Promoción del Comercio, como órgano consultivo de amplia representación, y el Observatorio Local del Comercio, que elabora y unifica las informaciones relevantes para el Consejo.

Se establecieron convenios con distintas asociaciones con el fin de promover el comercio mediante la organización de ferias, desfiles, mercados, etc. buscando la promoción de la ciudad y la profesionalización del sector. Asimismo, mediante el Plan de Digitalización, se ha promovido la incorporación de las nuevas tecnologías y se ha fomentado la rehabilitación de los locales comerciales del casco antiguo, mediante subvenciones, contando con una participación muy activa y directa del Ayuntamiento, que ha comprado inmuebles singulares para, posteriormente, comercializarlos revitalizando, con ello, la zona donde están situados.



ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE ALBACETE



Nº de habitantes: 160.000

Superficie: 1.125,91 km²

Nº comercios totales: 5.198

Nº comercios en la zona: 847

Sectores más representativos en la zona: *textil, muebles/decoración, electrodomésticos y alimentación*

Dirección: *Pza. de la Catedral s/n • 02071 - Albacete*

Tel.: 967 596 100

sac@ayto-albacete.es

www.albacete.com



La ciudad de Albacete está situada en el centro de la provincia, en el llamado llano manchego. Su economía se basa en el sector comercial y de servicios, que es punto de referencia por su capitalidad. Mientras que la población del municipio ha tenido un incremento considerable, el comercio tradicional se había estancado, a pesar de estar bien valorado. A este estancamiento ha contribuido, en gran medida, la instalación de grandes superficies comerciales y la dificultad de acceso al centro.

Para frenar dicho retroceso, en 2001 se elaboró un Plan de Revitalización Comercial, en el que se contemplaba la actuación en el espacio urbano mediante el incremento del número de calles peatonales, la mejora de la ornamentación urbana y la señalización así como el necesario incremento de las plazas de aparcamiento.

El proyecto se diseñó con una participación importante de los comerciantes e instituciones y se creó, para ello, la Mesa Municipal del Comercio en la que participan el Ayuntamiento, la Cámara de Comercio y la Junta. A través de esta Mesa, se propició la promoción comercial coordinada mediante la organización de ferias, campañas, concursos, edición de guías, etc. Asimismo, se fomentó la formación y se cuidó de los aspectos visuales y corporativos. Esto generó una tendencia a la renovación de los establecimientos por parte de los comerciantes, desarrollándose Pequeños Centros Comerciales cubiertos en el interior de las manzanas, lo que mejoró el atractivo del centro al incrementar y mejorar la oferta.



Fotógrafo: Pilar Cristóbal Antón - Fuente: ITE (Instituto de Tecnologías Educativas)

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS Y PROFESIONALES C.C.A. COMPOSTELA MONUMENTAL SANTIAGO DE COMPOSTELA A CORUÑA



Fundación: *Abril de 1992*

Nº de habitantes 2005: *92.919*

Superficie: *220 km²*

Nº de establecimientos asociados: *245*

Sectores más representativos: *alimentación, confección, calzado, hogar y otros*

Dirección: *Rua do Vilar, nº 29-2ºA 15705 - Santiago de Compostela (A Coruña)*

Tel.: 981 575 919 - Fax: 981 589 143

cca@compostelamonumental.es

www.compostelamonumental.es



Fundada en el s.IX, está situada en el noroeste de la Península. Ciudad universitaria y capital administrativa de la Comunidad Autónoma de Galicia, su economía se sustenta en esos dos parámetros, en el turismo y en la industria maderera.

La Asociación Compostela Monumental, fue constituida para representar, gestionar y defender los intereses de los empresarios del casco antiguo. Después de 10 años, pusieron en marcha la idea de Centro Comercial Abierto con 245 establecimientos asociados.

En 2003, IGAPE aprobó y financió, junto con el Ministerio de Economía y la U.E., el proyecto de Red Abierta, en el que participaron cerca del 50% de los asociados. Se buscaba la incorporación de las nuevas tecnologías, con una intranet sin hilos, que conectara a todos los socios y una página WEB, que sirviera como escaparate de los productos y servicios de los asociados. Ofrece, además, correo electrónico, central de compras, tienda virtual y es un medio para realizar campañas y promociones.

La Asociación ofrece servicios de entrega domiciliaria con medios propios, parking gratuito por compras, tarjeta de fidelización con descuentos inmediatos, campañas de marketing, sorteos, actuaciones en la calle, etc. Todo esto cuenta con una buena aceptación entre los consumidores.

Se generaliza la imagen de marca en múltiples soportes y, buscando la excelencia en el servicio, una gran parte de los establecimientos posee o está en proceso de obtención de certificados de calidad como la UNE o la certificación SICTED, de calidad turística.



ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

CARNICERÍA CHARCUTERÍA ELVIRA, S.L. VITORIA



Nº de empleados: 29 más producción y administración

Organización: un gerente y 4 responsables de área

Nº de tiendas: 5 más una nave

Dirección: c/Fernandez Leceta, nº 1 • 01009 - Álava

Tel.: 945 223 157

administración@elvira.es

www.elvira.es



Creada en 1958 como empresa familiar, en 1988 fue adquirida por los dueños actuales.

En 1991 cambió el concepto de carnicería tradicional, al reformar el local e implantar un modelo de negocio en el que conviven la calidad, la tradición y los productos de elaboración propia.

En 1994 adquieren tres nuevos locales adaptados al nuevo modelo y comienzan a comercializar productos con marca propia. Posteriormente se trasladan todas las actividades productivas y administrativas a un polígono industrial, incorporando el envasado al vacío y el pasteurizado con más de 50 productos.

Entre sus clientes cuentan con diversos colectivos y con un incipiente mercado minorista, a través de un distribuidor local. Es entonces cuando se pone en marcha el proyecto de tienda virtual, instalándose un completo sistema informático.

En el año 2000, se comienza con la implantación del Modelo de calidad EFQM y para ello se designa un Comité de Calidad, con un gerente y cuatro responsables de distintas áreas.

Durante los últimos años han obtenido varios premios entre los que destacan, el de la Cámara de Comercio de ÁLAVA, de escaparatismo y merchandising, y el premio al Mejor Pincho, otorgado por los clientes de la "Feria del Vino" durante tres años consecutivos.

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

MUSGO MADRID



Creada en 1971

22 tiendas, 15.000 m² + 4.100 m² de almacén

Sectores: *Decoración, regalo, moda, complementos y artículos para bebés, tanto en moda como complementos*

Empleados: *más de 450*

Tel: 902 111 577

musgo@musgo.com

www.musgo.com



Musgo es una cadena de tiendas con un concepto original, tanto por su variedad de productos como por la forma de ofrecerlo al cliente. Desde sus inicios importan personalmente productos de todo el mundo para surtir a sus tiendas.

Hasta el año 2004, no utilizaban las nuevas tecnologías y, mediante su implantación controlaban sus pedidos, el stock y las reposiciones. Aplicándolas en el proceso de comercialización, se propusieron conseguir la excelencia en el servicio. Por este motivo crearon una página WEB, en la que se presentaban sus catálogos y tenían en construcción una página de e-commerce. Para mejorar su imagen de marca, reformaron sus puntos de venta, modernizaron su logo y actualizaron todo su material corporativo.

Tanto la formación continua para todos los empleados, como el aumento de su dimensión empresarial, forman parte de este proyecto, con el objetivo de alcanzar las 40 tiendas en 2010.

Vieron como necesario formar parte de ACOTEX y de otras asociaciones como un medio de estar al día en las tendencias de gestión comercial.

2005

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE PICANYA - VALENCIA

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN - CÁDIZ

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANADOR

SANTOS OCHOA - LA RIOJA

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE PICANYA

VALENCIA



Nº de habitantes: 10.361

Nº comercios en total: 180

En la zona centro: 100

Superficie: 770 *Habitantes*

Sectores: *Alimentación, hostelería, hogar peluquería-estética*

Dirección: *c/ Plaza de Espanta nº 1 • 42610 Picanya - Valencia*

Tel.: 961 594 460 - Fax: 961 591 846

ajuntament@picanya.org

www.picanya.org



Picanya está situada en el área de influencia de la capital valenciana, a 3 km. al sur y bien comunicada con ella por medio de autovías y ferrocarril metropolitano y próxima a otros municipios de mayor entidad, donde están ubicados diversos centros comerciales.

El proyecto que se presentó fue la reforma del Mercado Municipal. Con una antigüedad de 20 años, el Mercado estaba necesitado de una actualización en profundidad que lo hiciera más atractivo y práctico para fomentar, de esta manera, su uso entre la población.



Los estudios previos se iniciaron en 1999/2000, en los que se abordó, de forma integral, toda su problemática, tanto estructural como externa. En la remodelación, se dotó al Mercado de los servicios y equipamientos de los que carecía, entre los que destaca el aire acondicionado, la iluminación natural, los sistemas de extracción de humos así como la mejora y homogeneización de los puestos de venta. En cuanto al edificio, se ha renovado totalmente la cubierta, las puertas de acceso y los pavimentos.

Por último, el entorno del Mercado también formó parte de la reforma, con algunas actuaciones ya finalizadas, como la plaza aledaña al mismo, y otras actuaciones que todavía estaban en proceso de realización, como el proyecto de aparcamiento subterráneo en la zona cercana al río.

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE LA LÍNEA DE LA CONCEPCIÓN CÁDIZ



Nº de habitantes 2005: 62.682

Superficie: 26 km²

Nº comercios total: 1.633

Nº comercios en la zona: 857

Sectores más representativos en la zona: *hostelería, textil, alimentación, artículos de regalo, inmobiliarias, etc.*

Dirección: *Avda. de España, nº 7*

C.P.: 11300 La Línea - Cádiz

Tel.: 956 696 251

ayuntamiento@lalineas.es

www.lalineas.es



En este municipio gaditano, situado en el Campo de Gibraltar, confluyen una incipiente actividad turística y de servicios junto a los problemas derivados de las zonas fronterizas como son la marginación y el paro.

El Ayuntamiento ha venido desarrollando, en los últimos años, acciones de revitalización urbana tendentes a reorganizar, comercialmente, un centro ya consolidado, cuyo máximo exponente es el Mercado Municipal, remodelado gracias a una subvención de la Junta. En el casco histórico, se encuentra instalado el 50% del comercio de la ciudad y, gracias a las mejoras urbanísticas, el número de licencias se ha incrementado en un 20% durante los años 2003 y 2004.

Algunas de las mejoras que se llevaron a cabo en las calles del centro van desde la peatonalización, el amueblamiento y la ornamentación, hasta la reordenación de tráfico, pasando por el saneamiento y la mejora de las infraestructuras de las mismas. Se ha conseguido que el Centro Comercial Abierto tenga una buena accesibilidad gracias a los tres aparcamientos subterráneos existentes, estando otro en vías en proyecto. Todas estas actuaciones han hecho de este Centro Comercial Abierto una zona comercial más atractiva para la población de la comarca.

Algunas de las actividades dinamizadoras más destacadas que se organizan en el CCA son la Pasarela del Sur, dedicada a la moda; Expoestrecho, centro de negocios durante ocho días; el Mercado Medieval y el Concurso de escaparates.



PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

SANTOS OCHOA LA RIOJA



Año de creación: 1915

Nº de empleados: 90, 5 centros en La Rioja y uno en Soria

Superficie del local principal: 1.100 m²

Superficie total: 1.925 m²

Sectores más representativos: libros, papelería, música, video juegos, ocio, etc.

Dirección: Doctores Castroviejo nº 19 • 26003 Logroño - La Rioja

Tel.: 902 191 500

buzon@santosochoa.es

www.santosochoa.es



Con una buena implantación física, esta librería utiliza de forma masiva las nuevas tecnologías. Mediante un sistema informático propio, persigue algo más que la comercialización de sus productos y dispone, en sus locales, de WiFi para los clientes y de la tecnología IP para llamadas de voz y video vigilancia. Utilizan la intranet como canal de comunicación con sus empleados, para resolver dudas y para la formación, mientras que, para comunicarse con los clientes, utilizan los mensajes SMS.

Del Plan de Internet para el Comercio de la Rioja, iniciativa del Gobierno de la Comunidad, nace su página WEB, que anuncia eventos culturales propios (más de 200 en dos años) y da acceso a 600.000 referencias, apoyándose en un almacén gestionado informáticamente y conectado, en tiempo real, con el conjunto de tiendas.

Poseen una tarjeta de fidelización propia y una buena imagen de marca, que utilizan en todos los soportes que editan.



Los establecimientos se han reformado sustancialmente a lo largo del tiempo, siendo la renovación más importante la de la calle Doctores Castroviejo, realizada en 2004, donde casi se duplicó la superficie, se dispusieron nuevas salidas al exterior, se incorporó un ascensor para personas necesitadas y se añadieron espacios para usos distintos como el foro y la cafetería.

Actualmente, se busca la implantación general de la certificación AENOR, que ya posee algún local.

Además, participan en agrupaciones gremiales como CGAL, CCA Paseo de las 100 Tiendas, club KIRIKO para difusión de literatura infantil, etc.

2004

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE LINARES – JAÉN

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE BILBAO - VIZCAYA

AYUNTAMIENTO DE SABADELL - BARCELONA

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANADOR

SABADELL COMERÇ CENTRE - BARCELONA

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

LIBRERÍA QUEVEDO, DISTRIBUCIONES TEXTO, S.A - LOGROÑO

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE COMERCIO AMBULANTE Y COMERCIO EN PLAZAS DE ABASTOS DE GALICIA (ACAPAG) SANTIAGO DE COMPOSTELA - A CORUÑA

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE LINARES

JAÉN



Nº de habitantes: 58.000

Nº comercios minoristas en la zona: 384 y 247 locales de servicios

Superficie comercial en la zona: 48.000 m²

Superficie: 196,7 km²

Sectores más representativos en la zona: *confección y calzado*

Dirección: c/ Pza. del Ayuntamiento nº 1 • 23700 - Linares - Jaén

Tel.: 953 649 100

www.ciudaddelinares.es



Situada a 51 km. al norte de Jaén y contando con un importante área de influencia comarcal, el centro de Linares sufría una congestión de tráfico que impedía el desarrollo normal de la vida urbana.

La minería y la industria del automóvil, como sectores principales de actividad, fueron sustituidas, por sendas crisis, por los servicios y el comercio.

La implantación de grandes empresas, de carácter nacional, dedicadas al comercio, llevó al Ayuntamiento a diseñar un plan específico para el centro de la ciudad, con el objetivo de actualizarlo y revitalizarlo frente a los cambios que se avecinaban.

La primera fase arrancó en 2001, con una financiación al 50% con la Junta de Andalucía. Se actuó para solventar las principales carencias detectadas, principalmente en la dotación de equi-

pamiento, en la ampliación y homogeneización de las aceras, en la peatonalización total o parcial de varias calles así como en la ordenación del tráfico. Paralelamente y con carácter general, se sanearon las infraestructuras subterráneas de todo el centro de la población.

Ante la imposibilidad de construir aparcamientos bajo tierra en la zona, se optó por hacerlo en la periferia del centro, estando prevista la construcción, a medio plazo, de un Gran Centro Comercial en la continuación del principal eje comercial de la zona con un gran aparcamiento en su interior.

Estas actuaciones favorecieron el desarrollo de inversiones comerciales de gran magnitud, lo que redundó directamente en la creación de empleo, e indirectamente en la actualización y modernización del comercio existente en la zona. Esto consolidó a Linares como el municipio de referencia en la comarca.



ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE BILBAO VIZCAYA



Nº de habitantes 2004: 353.913

Superficie: 40,65 km²

Nº de comercios 2003: 9.257

Nº comercios en la zona: 2.000 aprox.

Sectores más representativos: *moda, complementos y decoración*

Dirección: *Plaza Ernesto Erkoreka, nº1 • 48007 Bilbao*

Tel.: 944 204 200



Situada en el norte de la Península, Bilbao es la principal ciudad del País Vasco, con un área metropolitana cercana al millón de habitantes.

Para consolidar los ejes de comercio de la ciudad, se conectaron con los nuevos medios de transporte, como el metro y el tranvía, manteniendo la Ría como eje central, convirtiéndose en el exponente más llamativo de las reformas urbanas. Algunas actuaciones que destacan por su importancia son la semipeatonalización de la Gran Vía y la peatonalización de la calle Ercilla y aledañas, con la existencia de aparcamientos para residentes en algunas de ellas. Todo ello, unido a la regulación del tráfico y a la ampliación de aceras en muchas vías, ha convertido esta zona en el lugar idóneo para el asentamiento de un comercio de calidad.

Además, se emprendieron diversas medidas en materia urbanística-comercial, como la Alhóndiga, el Centro Comercial Zubiarte, la rehabilitación del Mercado de abastos y la construcción de cinco aparcamientos.

Esta estrategia municipal se ha visto firmemente apoyada por el Gobierno Vasco, con el Plan Especial de Revitalización Comercial de Bilbao (PERCO), elaborado con la colaboración del Ayuntamiento y las asociaciones profesionales del sector.

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE SABADELL BARCELONA



Nº de habitantes: 197.500

Nº de comercios: 2.515

Nº comercios en la zona: 430

Superficie: 37,89 km²

Sectores más representativos: *servicios, comercio en general, industria textil, etc.*

Dirección: *Plaça San Roc, nº 1 • 08201 Sabadell - Barcelona*

Tel.: 93 745 31 00

www.sabadell.es



Situada a 20 km. de Barcelona y de origen muy antiguo, Sabadell ha tenido dos momentos de expansión demográfica, la primera con la revolución industrial en la segunda mitad del siglo XIX, ligada al sector textil, y otra en el siglo XX con el desarrollo de los años 60. En la actualidad, el sector terciario es el más importante en la economía de la ciudad.

En 1993, mediante el Plan General de Ordenación Urbana y en 1994, con el Plan de Renovación Integral del Centro, se abordó su problemática, con calles estrechas, alta densidad de tráfico, edificios deteriorados y escasez de espacios de uso público. Para mejorar la situación de la zona, se adhieren al programa URBAN, iniciativa de la UE y financiados al 50% con fondos FEDER.

Se actuó en varios aspectos:

- En la mejora del medio ambiente urbano, creando espacios públicos y priorizando el uso peatonal. Se rehabilitaron y recuperaron edificios de interés, dándoles un uso público y con la mejora de accesos se consiguió una mayor fluidez en el tráfico.
- En el aspecto económico y comercial, para lo cual se reformaron tres zonas importantes: Tres Creus, Mercado Central y el sector Sur de la Rambla. Estas mejoras propiciaron la apertura de nuevos comercios en estas zona.
- En la formación y la reorientación laboral, con la creación de una Oficina de Dinamización del Centro que aglutinaba, además, a todos los implicados en el proceso de rehabilitación.

A través del Punto de Información del Centro, se daban a conocer los planes de transformación que se llevaban a cabo en la ciudad.

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

SABADELL COMERÇ CENTRE BARCELONA



Año de creación: 1982

Nº de asociados: 266

Nº establecimientos: 430

Sectores más representativos: *textil, calzado, servicios, cultura-ocio y hogar*

Dirección: *c/ Raval de Dins, nº 26 • 08208 Sabadell - Barcelona*

Tel.: 93 726 69 24 - Fax: 93 727 05 59

info@sabadellcentre.com

www.sabadellcentre.com



Nació con el fin de defender los intereses de los comerciantes del Centro de Sabadell y representar a éstos en los distintos organismos que tengan relación con la ciudad, la cultura y el comercio.

Su aportación más interesante fue la creación de una Tarjeta de Fidelización de la Clientela, plenamente operativa en la actualidad. Su creación supuso un considerable esfuerzo al requerir un sistema que enlazara al conjunto de comerciantes del Centro Comercial Abierto. Diseñaron un protocolo propio, una tarjeta con Chip, que permitía la contabilización de puntos en la cuenta del cliente. Estos puntos, por valor de un euro, son canjeables por compras o pagos de servicios en cualquier establecimiento de la Asociación.

Este proceso funciona como una pequeña cámara de compensación que, además, proporciona datos estadísticos sobre hábitos de compra y perfiles de los usuarios, muy útiles como herramienta de análisis, promoción y gestión.

Han efectuado campañas de información y promoción de la tarjeta, consiguiendo una buena acogida, tanto por los comerciantes asociados como por la clientela.

Ofrecen a sus clientes parking gratuito y realizan múltiples campañas promocionales estacionales con motivo de las rebajas y en fechas señaladas como San Jordi o Navidad.



Para ello, utilizan carteles, cuñas en la radio, catálogos, calendarios y todo aquello que redunde en beneficio de sus asociados y sirva para fortalecer su imagen como centro comercial.

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

LIBRERÍA QUEVEDO, DISTRIBUCIONES TEXTO, S.A. LOGROÑO



Año de creación: 1976

Fusión con Texto, S.A.: 1995

Nº de empleados: 2/3

Superficie del local: 60 m²

Sector: *libros, cómics, papelería, material escolar, etc.*

Dirección: *C/Portugal, nº 1 • 26001 Logroño - La Rioja*

Tel.: 941 221 744 - Fax: 941 226 200

buzon@texto.net



Con un crecimiento leve pero sostenido del negocio, se planteó un proyecto de adecuación de la librería a la nueva realidad comercial de Logroño. Para ello se emprendió una profunda transformación que pasaba por la reordenación racional de espacios en el interior, por el cambio del mobiliario y por los elementos decorativos, lo que hizo necesaria la reforma total de sus infraestructuras. Por otra parte, en el exterior se eliminaron los escaparates y se renovó por completo la fachada y los rótulos, lo que provocó un cambio radical en la imagen de este comercio.

En cuanto a la oferta, ésta fue incrementada después de realizar un estudio de mercado destinado a la ampliación de la clientela. Esto se complementó con una mejora integral de la gestión, mediante la aplicación generalizada de la informática en caja, en el control del stock y en las consultas y con una ampliación del horario comercial. Todas estas medidas redundaron en un considerable aumento de visitas y en un ligero aumento en las ventas. Posee el certificado AENOR.

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE COMERCIO AMBULANTE Y COMERCIO EN PLAZAS DE ABASTOS DE GALICIA (ACAPAG) SANTIAGO DE COMPOSTELA A CORUÑA



Año de creación: 1998

Nº de asociados: 400

Organización: *Asamblea General, Junta Directiva*

Nº Empleados: 4

Dirección: *c/ Área Central, 1ª planta, Local 27 C • 15707 Santiago de Compostela*

Tel.: 981 554 657 - Fax: 981 554 658

acapag@acapag.org

www.acapag.org



Esta Asociación nace para defender los intereses de este colectivo particular de comercio ambulante que, en esta zona, está muy atomizado y atrasado, tanto técnica como formativamente. Encontrándose una situación comercialmente más compleja, con nuevas exigencias legales y fiscales, se siente la necesidad de crear, desde la Asociación, una Agencia de Desarrollo con personal propio, que pueda realizar estudios, generar diagnósticos así como promocionar el comercio ambulante y representarlo ante las entidades locales. Asimismo, a través de la Asociación, se propicia el reciclaje profesional, especialmente con personas en riesgo de exclusión social.

En 2003 se inicia el proyecto NOMADE para dotar de las nuevas tecnologías a este colectivo, con la colaboración de la Dirección Xeral de Comercio. Mediante la puesta en marcha de su página web, instalada en un servidor central propio, se ha obtenido una herramienta muy útil para la comunicación, tanto interna como externa, así como para la sensibilización de los socios sobre su fuerza como colectivo, lo que ha tenido muy buena aceptación entre los asociados. La incorporación de equipos informáticos y el acceso a internet, ha propiciado la utilización de la tarjeta de crédito como forma de pago en mercados y, mediante la telefonía móvil, se ofrece este servicio desde cualquier punto geográfico. Con la tecnología GPRS, obtenida gracias a la colaboración de BANESTO, el coste de la transmisión de datos es nulo.

2003

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE - TENERIFE

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE GIJÓN - ASTURIAS

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANADOR

UNIÓN DE COMERCIANTES DE GIJÓN - ASTURIAS

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

FERRETERÍA ORTIZ, S.A. - MADRID

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE ANDORRA - TERUEL

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE
TENERIFE



Nº de habitantes 2002: 214.153

Nº comercios totales: 3.728

Nº comercios en la zona: 1.350

Superficie: 151 km²

Sectores más representativos en la zona: *confección, calzados y artículos de cuero*

Dirección: *c/ Viera y Clavijo, nº 46 • 30004 Sta. Cruz de Tenerife - Tenerife*

Tel.: 922 606 000

www.sctfe.es





Capital de la provincia, Santa Cruz de Tenerife está situada en el nordeste de la isla, donde, si bien cuenta en su término con una gran refinería de petróleo, el sector servicios y fundamentalmente el comercio, son los sectores preponderantes.

Encontrándose el centro de la ciudad en proceso de degradación debido, entre otras causas, a la pérdida de puestos de trabajo, de comercios y de habitantes y disponiendo el turismo, su principal industria, de menos alojamientos, era el momento de una actuación urgente y radical.

Con el Plan URBAN 1994-1999, cofinanciado por la UE y el Ayuntamiento, se pone en marcha el Proyecto de Recuperación del Centro Histórico tomando como eje la calle Castillo y aldeñas que constituyen la zona comercial por excelencia, con 58 calles peatonales en las que se concentra el 50% del comercio del centro.

Como actuaciones más relevantes de dicho proyecto destacan la eliminación de barreras, la creación de espacios públicos, la renovación del mobiliario y de la iluminación, la regulación de los accesos, llevada a cabo mediante el impulso del transporte público, la creación de aparcamientos periféricos y a través de la mejora y la puesta al día de las infraestructuras.

Se promovió la agrupación de las PYMES con el objetivo de crear un ambiente organizativo para el establecimiento de una “Zona Comercial Abierta”. Para ello, se firmaron convenios con varias asociaciones con el fin de potenciar la imagen de área comercial, organizando o patrocinando las distintas actividades que se llevaron a cabo y entre las que destacan: foros de discusión, campañas promocionales y de imagen, actuaciones en la calle, ludoteca infantil, decoración de espacios, concursos, edición de publicaciones, etc.

El Ayuntamiento participó también incidiendo en el empleo y en la modernización de la actividad comercial, por medio de programas formativos de distinta índole y tal como proponía el Plan URBAN.

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE GIJÓN ASTURIAS



Nº de habitantes: 158.000

Superficie: 102,05 km²

Nº comercios totales: 3.800

Sectores más representativos en la zona: *todos*

Dirección: *Pza. Mayor, nº 1 • 33201 Gijón - Asturias*

Tel.: 985 181 111

www.gijon.es



La ciudad costera de Gijón está situada en el noroeste de la Península, 27 km. al norte de Oviedo. A finales del siglo pasado, el sector servicios desplazó al industrial, que hasta entonces era el de más peso en el municipio.

En esta línea el Ayuntamiento emprendió, hace años, la renovación de algunas calles para modernizar su imagen, redes y servicios, ya sea por su importancia comercial, por su posición céntrica o por su carácter de eje comercial de barrio o de distrito.

En esta renovación, el peatón cobró importancia en estas vías al ver ampliadas las aceras y eliminadas las barreras. Además, se fue mejorando la iluminación y el mobiliario urbano, todo ello acompañado de una reordenación del tráfico que ha facilitado la actividad comercial en el centro de la ciudad.



Fuente: ITE (Instituto de Tecnologías Educativas)

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

UNIÓN DE COMERCIANTES DE GIJÓN ASTURIAS



Año de creación: 1978

Nº asociados: 946 socios con 1.300 establecimientos

Nº de habitantes: 158.000

Superficie: 102,05 km²

Nº comercios en el municipio: 3.800

Sectores: todos

Dirección: Marques de San Esteban, Nº 52 - Entresuelo • 33206 Gijón - Asturias

Tel.: 985 341 406 - Fax: 985 348 267

www.comerciodegijon.com



Agrupación a las PYMES de comercio minorista y servicios de Gijón. Su actividad fundamental se orientó hacia la cooperación entre las empresas de comercio de la zona, para conseguir una mejora en su gestión, una imagen de comercio competitivo e innovador y hacer un frente común ante las administraciones públicas.

Es destacable la firma del Protocolo de Colaboración con el Ayuntamiento para la Promoción del Comercio Local en materia de urbanismo, asesorando sobre zonas de actuación en materias específicas en el programa URBAN, así como en promoción y consumo, participando en la aprobación del Código de Buenas Prácticas del Comercio y Hostelería.

Actividades relevantes han sido la creación de la Tarjeta de Descuento de Turistas, la tarjeta Unitiendas Master Card, el programa de promoción "Comprar en Gijón", que contó con financiación municipal y autonómica y con una amplia difusión, la Feria de Gijón Decora, concursos de escaparates, pasarelas de moda, II Premios de Innovación en el Comercio de Gijón, etc.

La Asociación es especialmente sensible con respecto a la formación, realizada con financiación de distintas entidades y apoyada en un centro específico propio. Con el programa Arte PYME para la innovación Tecnológica en el Comercio, se consiguió financiar el 50%



de los equipos informáticos, la conexión gratuita a internet, el correo electrónico, la construcción de una página web de la Asociación y una intranet para uso exclusivo de 244 empresas asociadas.

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

FERRETERÍA ORTIZ, S.A.
MADRID



Año de creación: 1965

Nº de empleados: 40

Superficie: 1.600 m²

Sector: *Ferretería*

Dirección central: *c/ Narváez, nº 47 • 28009 - Madrid*

Tel.: 91 573 42 93 - Fax: 91 574 66 59

ventas@ferreteriaortiz.es

www.ferreteriaortiz.es



Con la segunda generación, el negocio familiar inicial evolucionó hacia una mayor y diversificada oferta, con la ayuda de las nuevas tecnologías, favoreciendo la captación de una clientela más amplia.

Su evolución ha sido constante en estos últimos años. En 1995 abren la Oficina Técnica para arquitectos, inmobiliarias y obras. Dos años después, se pone en funcionamiento el “Cash and Carry”, un autoservicio para grandes clientes de madera, obra y decoración. En 1999 se incorporan a la empresa las nuevas tecnologías de la información, con la puesta en marcha de la página web y la Tienda Virtual, en la que se pueden encontrar los catálogos con las más de 35.000 referencias, acompañadas con imágenes y características técnicas y desde la que pueden ser adquiridos directamente. En el año 2000 se abre el local de la calle Menorca, especializado en seguridad, y en el 2002 abre sus puertas Ortiz Interiorismo, cercano al anterior, en el que se exponen gran parte de las piezas de fabricación propia. En el año 2001 se abre, en la sede central, la división de Hoteles y en el 2003, la de Proyectos para asesorar en obras y reformas.

La promoción y venta de sus productos (marca ZITRO) en el mercado exterior, se ha conseguido gracias a los contactos iniciados en la asistencia a ferias internacionales y a la página web, en la que dispone de catálogos multilingües.

Asimismo, las ayudas de instituciones públicas, tanto a nivel nacional como autonómico, les ha permitido modernizarse, adaptándose a las exigencias impuestas por la evolución del mercado.

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE ANDORRA TERUEL



Año de creación: 1999

Nº de asociados: 100

Sectores representados: *Textil, moda y decoración, complementos, agroalimentario, servicios, industria y transporte*

Organización: *Asamblea General y Junta Directiva*

Personal contratado: *Gerente*

Dirección: *Edif. Opyde Polígono La Estación despacho 3 • 44500 Andorra - Teruel*

Tel.: 978 844 105

gerente@andorraempresa.com

www.andorraempresa.com



Andorra, con una población de 8.000 habitantes, está situada en la comarca Andorra-Sierra de Arcos. Fundamentalmente minera en el pasado, en la actualidad Andorra es básicamente industrial y de servicios, aunque también cuenta con una importante actividad frutícola.

La Asociación nace en 1999 para poner remedio a la situación de estancamiento en la evolución del comercio local, que no se correspondía con el nivel de renta de la población. Tras un intenso trabajo, en 2003 se consigue un Plan Local de Equipamiento Comercial y de un Plan de Calidad para la actividad comercial, que supuso un importante cambio en la mentalidad así como un incremento de las inversiones, por parte de los comerciantes, con unos resultados que hoy son palpables.

Como actividades relevantes, se puede destacar la representación del comercio local en todos los organismos que pueden tener un papel importante en su desarrollo. Asimismo, se han realizado diversos programas de dinamización conjunta, entendiendo esta actividad como un CCA. Además, desarrollaron un portal en Internet, crearon la imagen corporativa de comercio de calidad y realizaron el Proyecto de Señalización Comercial.

2002

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE MOLINA DE SEGURA - MURCIA

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANADOR

FEDERACIÓN PROVINCIAL DE COMERCIO DE CÓRDOBA - CÓRDOBA

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

COMERCIOS A MANO, CENTRO EUROPEO DE EMPRESAS E INNOVACIÓN
DE NAVARRA. NAVARRA

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE MOLINA DE SEGURA
MURCIA



Nº de habitantes: 48.292

Superficie: 169 km²

Nº comercios en la zona: 70

Nº comercios asociados al CCA: 30

Sectores más representativos en la zona: *confección, alimentación, calzado y pieles*

Dirección: *c/ Parque Compañía, s/n • 30500 Molina de Segura - Murcia*

Tel.: 968 388 500

www.molinadesegura.es



La población está situada a 10 km. al norte de Murcia y en su área metropolitana, en la comarca de la Vega Media del Segura. El comercio es el sector básico de ocupación, siendo los otros dos, el conservero y el hortofrutícola.

Desde el año 1997, en la zona comercial, se han llevado a cabo actuaciones encaminadas a la mejora del urbanismo comercial y recuperación ambiental del casco urbano. En 1999 se inició el proyecto de Centro Comercial Abierto para conseguir la revitalización comercial del centro y modernizar el sector.

Las reformas llegaron a ser completas en las zonas más comerciales como la de El Castillo, impulsando la renovación y rehabilitación de viviendas y el asentamiento de nuevos comercios.

En la Avda. de la Estación, eje comercial por excelencia, además de la pavimentación, se ampliaron las aceras, eliminando barreras y ordenando la zona de carga y descarga.



Esta fue la tónica general de la intensa actividad, promovida por el Ayuntamiento, en pos de crear una ciudad más atractiva y armónica para sus habitantes y para el desarrollo de la actividad comercial.



PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

FEDERACIÓN PROVINCIAL DE COMERCIO DE CÓRDOBA CÓRDOBA



Federación Provincial de Empresarios
y Autónomos del Comercio de Córdoba

Año de creación: 2001

Nº de asociaciones federadas: 42

Nº de comercios asociados: 5.400

Nº comercios de la provincia: 11.998

Sectores representados: *todos los existentes*

Dirección: *c/ Doce de Octubre, nº 8 • 14001 Córdoba*

Tel.: 957 476 911 - Fax.: 957 488 142

federación@comerciocordoba.com

www.comerciocordoba.com



La Federación nace en Abril de 2001, fruto de la unión de dos federaciones existentes en la provincia. Comercio de Córdoba está estructurada en asociaciones sectoriales, siendo su finalidad el representar, promocionar, formar y defender los intereses de todos los comerciantes de la Provincia.

La Federación ha ejecutado un Plan de Implantación de Centros Comerciales Abiertos en Córdoba y su provincia, (8 en 2002) con la colaboración de los Ayuntamientos, la Diputación y la Junta. Esto ha generado un fenómeno de asociacionismo comercial en general y entre comercios de una misma zona, siendo un elemento vertebrador y dinamizador de políticas comerciales

integradas y conjuntas, que servirán para mantener o recuperar la atracción de los espacios urbanos de tradición comercial.

Se persigue la modernización de las estructuras comerciales, especialmente en los municipios rurales, y la búsqueda de un equilibrio comercial entre el comercio tradicional y las nuevas formulas comerciales más modernas, como es la Central de Gestión de Pagos, para la compra y gestión de mercancías de los asociados.

La Federación cumple con su deber de informar sobre ayudas y subvenciones, utilizando, como vía de comunicación, una revista y un boletín, periódicos y gratuitos, y asesorar en materias jurídicas, contables, financieras, etc. y, por otro lado, está su compromiso de formación, organizando cursos gratuitos para sus asociados, a través de programas de FORCEM.

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

COMERCIOS A MANO, CENTRO EUROPEO DE EMPRESAS E INNOVACIÓN DE NAVARRA NAVARRA



Año de creación: 1998

Nº de asociados: 3

Dirección: Polig. Ind. Mocholi, Noain • 31110 - Navarra

Tel.: 848 426 000

info@cein.es

www.comerciosamano.com



Esta Asociación nace en 1998, en base a un estudio realizado a nivel europeo, con el propósito de evitar la desaparición del comercio rural de las localidades más pequeñas, promoviendo el aumento de su competitividad y el incremento de los servicios ofrecidos a la población local y al turismo.

Es éste un nuevo concepto de comercio multiservicio para las zonas rurales y turísticas de Navarra, y contempla establecimientos innovadores con una imagen, productos y servicios adaptados a los tiempos actuales. Están ideados para poblaciones entre 150 y 3.000 habitantes, formando parte de una red que presta apoyos de financiación y asesoramiento, tanto en la creación como en el seguimiento posterior. Asimismo, se llevan a cabo de forma conjunta, tanto promociones y campañas como la formación para los trabajadores, lo que favorece la gestión de las empresas y los servicios a los clientes.

En contrapartida, los establecimientos deben adecuar el local a la imagen de la red y homogeneizar la oferta de productos y servicios, dependiendo del tamaño de la localidad donde estén situados, así como realizar la formación prevista.

Los establecimientos adheridos experimentaron un incremento notable en su facturación, lo que dotó de estabilidad al empleo y contribuyó a la permanencia de la población rural.



Fuente: ITE (Instituto de Tecnologías Educativas)

2001

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE BENICARLÓ - CASTELLÓN

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE ZAMORA

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANADOR

ASOCIACIÓN DE COMERCIO E INDUSTRIAS DE ANTEQUERA A.C.I.A. - MÁLAGA

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE VILADECANS EIX COMERCIAL - BARCELONA

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE BENICARLÓ
CASTELLÓN



Nº de habitantes: 21.000

Nº establecimientos comerciales: 380

Nº comercios en el centro: 212

Superficie: 47,9 km²

Sectores más representativos en la zona: *alimentación, textil y hogar*

Dirección: *c/ Carrer de Ferreres Bretó nº 1 • 12580 - Benicarló - Castellón*

Tel.: 964 470 050

www.ajuntamentdebenicarlo.org



La ciudad está situada a 70 km. al norte de la capital de la provincia. El comercio, la huerta y la pesca son los tres sectores fundamentales de su economía.

En 1997 nace AFIC, la Agencia para el Fomento de las Iniciativas Comerciales, dentro de la Concejalía de Comercio y Mercados y con el apoyo del Gobierno Autónomo. Es esta agencia el nexo entre el Ayuntamiento y los comerciantes y participa en programas de formación, información, promoción del comercio, así como en el desarrollo del Plan de Actuación Comercial de 1999 (PAC).



Desde su inicio, la Concejalía de Comercio ha emprendido una serie de actuaciones en el Centro Histórico con el propósito de potenciar su carácter comercial y destinar algunas zonas a un uso residencial de calidad. Se declaró el casco antiguo como Área de Rehabilitación, subvencionando parcial o totalmente las reformas en edificios públicos o privados, la peatonalización progresiva de algunas calles y la reforma del Mercado Municipal y su entorno. Los carteles, rótulos y demás elementos decorativos e informativos del centro, fueron regulados de forma consensuada.

Se ordenó la circulación de la zona, por medio de la disposición de 250 plazas de aparcamiento regulado y, actualmente, se está construyendo un aparcamiento subterráneo con capacidad para 120 vehículos. También se ha mejorado notablemente la comunicación del centro con la zona portuaria.

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE ZAMORA



Nº de habitantes 2000: 65.226

Superficie: 149,28 km²

Nº comercios totales: 1.954

Nº comercios en la zona: 694

Sectores más representativos en la zona: *confección, alimentación, calzado y pieles*

Dirección: Pza. Mayor Nº 1 • 49002 Zamora

Tel.: 980 548 700

www.ayto-zamora.es



Situada en el noroeste de la Península, Zamora es una ciudad cercana a la frontera con Portugal, cuyo casco antiguo tiene la calificación de Conjunto Histórico-Artístico, con el mejor románico de España.

Partiendo de un estudio exhaustivo en el que participaron los agentes afectados, surgió la idea de renovar y rehabilitar el casco antiguo, contribuyendo a crear y consolidar un área comercial con personalidad propia respetando, ante todo, el conjunto monumental.

Con el Plan Especial de Protección, enmarcado dentro del plan URBAN, financiado por el Ayuntamiento y la U.E., se iniciaron los trabajos en el centro histórico, que suponían el desafío del soterramiento de todas las conducciones, así como la pavimentación de las zonas del Centro Comercial Tradicional y del Mercado de Abastos.

Asimismo se emprendió la peatonalización, total o parcial, del área de intervención, buscando la coexistencia de la circulación rodada y el uso peatonal. Además, se renovó el alumbrado, el mobiliario y la señalización general.

Una vez descubierto, por el estudio inicial, el deficiente grado de desarrollo del sector comercial, se desarrolló el proyecto de sensibilización DUERO-ALIP, con el objetivo de mejorar la formación profesional del sector. Para ello se organizaron cursos de gestión, de nuevas tecnologías, así como de marketing y publicidad, buscando la adaptación de los comercios de proximidad a los nuevos tiempos.



PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

ASOCIACIÓN DE COMERCIO E INDUSTRIAS DE ANTEQUERA A.C.I.A. MÁLAGA



Año de creación: 1985

Nº de asociados: 440

Nº de empresas: 2.000

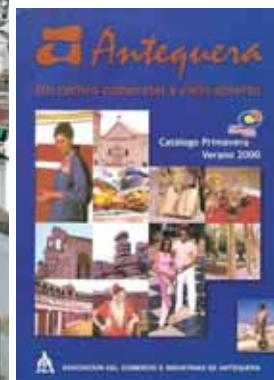
Sectores más representativos en la zona: *todos en general*

Dirección: *c/ Ramón y Cajal (Cantareros) Nº 13 -15 3º A • 29200 Antequera - Málaga*

Tel.: 952 84 40 64 - Fax: 952 84 26 74

info@acia.es

www.acia.es



Antequera, con algo más de 40.000 habitantes, es cabecera de una comarca con una población total de 110.000 habitantes.

La asociación se constituye para representar, defender y fomentar las mejores condiciones ante las distintas autoridades, colaborando con ellas y con otras asociaciones.

Desde 1997, trabajan, con un estudio previo de la Universidad de Málaga, en la consolidación de un CCA en un área de centro del municipio. Para ello crean, dentro de la Asociación, una Oficina Técnica, con un gerente dedicado, para desarrollar este proyecto como modelo de renovación y motor de atracción comercial para el resto de la ciudad.

La Asociación ofrece los servicios de asesoramiento integral, tramitación de subvenciones, convenios con entidades financieras y cursos de formación. Promueve campañas coordinadas entre las que se encuentran la puesta en marcha de la Tarjeta de Compras, una página WEB, que alojará las de sus asociados y la promoción, del "Círculo de Calidad", como identificativo de máxima



eficiencia en la labor comercial. Asimismo, fomenta la implantación de las nuevas tecnologías en el sector.

Con un pequeño presupuesto de poco más de 60.000 € consiguieron una inversión inducida, básicamente privada, de más de 180 millones. En dos años, se produjeron 373 nuevos establecimientos y una reconversión o reforma en el 40% de los locales.

Como objetivos se busca el promover el incremento de calles de coexistencia, fomentar las acciones de promoción y el lograr una mayor cohesión y participación de los comerciantes en la Asociación. Tenían, también como proyecto, la creación de una oficina del CCA, a pie de calle, que organice los tickets de aparcamiento, el reparto a domicilio, consigna, etc.



ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE VILADECANS EIX COMERCIAL. BARCELONA



Nº de habitantes: 58.241

Superficie: 20,6 km²

Nº comercios en la zona: 500

Nº de socios: 189

Nº comercios en total: 840

Nº comercios en la zona: 302

Organización: *Asamblea General, Junta Directiva, Gerente contratado*

Dirección: *c/ Girona, n.º 28 • 08840 Viladecans - Barcelona*

Tel.: 93 659 10 93

www.viladecans.net/jsp/EIX_COMERCIAL/



Viladecans está situada en la comarca del Bajo Llobregat, en el área metropolitana de Barcelona.

En 1999, el Ayuntamiento, en base a un estudio de oferta y demanda, delimita las zonas de actuación en el municipio, con objeto de conseguir la creación de Zonas de Actividad Económica. Además de la actividad urbanística, se inicia el proceso de cohesionar a los comerciantes en las distintas asociaciones. En el año 2000 el número de socios pasa de 80 a 2.000, propiciado en gran medida por la apertura de la Oficina de Gestión del Eix, donde se centraliza toda la gestión del Proyecto de dinamización de Viladecans Eix Comercial, siendo la sede de la Junta Directiva, aula de formación y centro de consultas.

El proyecto de fidelización, con más de 3.500 tarjetas que generan puntos por compra, así como la edición de la revista de la Asociación, vía de comunicación entre comerciantes y clientes, han servido como agentes aglutinadores del comercio de la zona.

Con la utilización de otros elementos, como los identificadores de establecimientos asociados, la edición de folletos, campañas promocionales en fecha señaladas, se consiguió elevar el nivel de asociacionismo exponencialmente, marcándose como meta, a medio plazo, que el 90% de los comercios de la zona pertenecieran a la Asociación.



Fuente: ITE (Instituto de Tecnologías Educativas)

1999

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE LEÓN

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ DE GUADAÍRA - SEVILLA

AYUNTAMIENTO DE GRANOLLERS - BARCELONA

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANADOR

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES, PROFESIONALES Y EMPRESAS DE SERVICIOS
DE GRANOLLERS CENTRE (GRAN CENTRE) - BARCELONA

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

CONFEDERACIÓN VALENCIANA DE COMERCIO (COVACO) - VALENCIA

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DEL COMERCIO TEXTIL Y COMPLEMENTOS
(ACOTEX) - MADRID

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE LEÓN



Nº de habitantes 1999: 147.780

Nº comercios: 3.785

Superficie: 39,03 km²

Sectores más representativos en la zona: *todos en general*

Dirección: *Avda. de Ordoño II, nº 10, León*

Tel.: 987 895 500

www.aytoleon.es



Situada en el noroeste de la península, posee un importante patrimonio histórico y un marcado carácter comercial y de servicios. Por su relevancia se creó una concejalía específica de Comercio y Consumo.

Se pusieron en marcha una serie de medidas dirigidas a que León mantuviera la calidad del sector comercial y se adecuara a las nuevas circunstancias. En este sentido fue aprobada una ordenanza específica de Ordenación del Comercio y Equipamientos Comerciales y se creó la Junta Arbitral de Consumo, y en 1996, el Consejo Local de Comercio, como órgano consultivo y participativo del sector comercial de la ciudad con el Ayuntamiento. Los objetivos fundamentales de este Consejo son el canalizar las demandas e inquietudes del sector y su participación en las decisiones de la Corporación que les puedan afectar.

Asimismo, se acometieron obras de infraestructuras y de urbanismo comercial, financiadas por el Banco Europeo de Inversiones, como la peatonalización del entorno de la Catedral y de San Isidro, la restauración de fachadas y la plaza de San Marcos y con financiación autonómica, las restauraciones de la Catedral y de San Isidro. Se puso en marcha un Plan de peatonalización de calles con un marcado carácter comercial, con renovación de aceras, pavimentos, alumbrado, urbanización de viales y ordenación de la circulación.



Mediante el Plan URBAN, se reestructuró y potenció el Barrio Ferroviario, con un elevado índice de desempleo y muy degradado urbanísticamente.

Se trata, en resumen, de una actuación integral sobre el centro tradicional, su primer ensanche y el casco histórico, todo ello con una colaboración muy activa de los comerciantes e industriales locales.



ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ DE GUADAÍRA SEVILLA



Nº de habitantes: 64.990

Superficie: 284,6 km²

Nº comercios totales: 700

Nº comercios en la zona: 450

Sectores más representativos en la zona: *textil, hogar, alimentación*

Dirección: *Pza. del Duque, nº 1 • 41500 Alcalá de Guadaíra - Sevilla*

Tel.: 954 979 100 - 954 936 65

www.ciudadalcala.org



Alcalá de Guadaíra está situada a 15 km de Sevilla, posee un gran patrimonio histórico y su sector de actividad más desarrollado es la industria.

A finales de los años 90, se pone en marcha el Plan de Potenciación del Comercio, dentro del Plan de Actuación Urbanístico y Comercial de Alcalá de Guadaíra, en el que se analiza la situación del comercio y se definen las acciones para mejorar su competitividad. Entre otras medidas, se promovió la inversión en activos fijos y, mediante subvenciones directas, se comenzó la modernización del comercio, incorporando las nuevas tecnologías al sector.

Por otro lado, se fomentó la instalación de nuevas actividades para diversificar la oferta y se llevaron a cabo actuaciones en infraestructuras, como nuevos diseños en los viales, peatonalizaciones, nuevos aparcamientos así como la mejora del mobiliario urbano y la señalización.

Desde el Ayuntamiento se apoyó la cooperación entre empresarios y comerciantes y se financiaron campañas de promoción, de comercialización de productos así como la realización de un manual de imagen corporativa para la zona. Todas estas medidas han fomentado la creación del proyecto “Centro Comercial Abierto de Alcalá de Guadaíra”.

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE GRANOLLERS BARCELONA



Nº de habitantes: 51.600

Superficie: 14,9 km²

Nº comercios totales: 1.235

Sectores más representativos en la zona: *textil, muebles/decoración, electrodomésticos y alimentación*

Dirección: *Pza. de la Porxada, nº 6 • 08400 Granollers - Barcelona*

Tel.: 93 842 66 10

www.granollers.cat



La ciudad de Granollers es la capital del Vallés Oriental, situada a 26 km. de Barcelona.

Es, básicamente comercial y de servicios, con una industria muy importante y diversificada.

Por su buena situación geográfica, el comercio ha sido siempre un motor de la economía de la ciudad. Como muestra de una tradición milenaria, está el mercado de los jueves que se desarrolla en el centro de la ciudad y que, en cierta manera, lo configuró urbanísticamente.

Conscientes de esta realidad, desde el Ayuntamiento se ha seguido una política de apoyo a todo tipo de actividades relacionadas con el comercio. Esta actitud se ha visto reflejada en el apoyo decidido en el ámbito del asociacionismo comercial, con ayudas y subvenciones a las distintas asociaciones creadas por empresarios y comerciantes del municipio.

Asimismo, ha ejecutado, en colaboración con otras administraciones, diversas obras para la mejora del tejido urbano comercial, con peatonalizaciones de calles, renovación de mobiliario urbano y siempre bajo el prisma de hacer una ciudad armónicamente habitable y más desarrollada económicamente.

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES, PROFESIONALES Y
EMPRESAS DE SERVICIOS DE GRANOLLERS CENTRE
(GRAN CENTRE)

BARCELONA



Nº de habitantes: 51.600

Año de creación: 1995

Nº comercios: 430 aprox.

Sectores más representativos en la zona: *todos en general*

Dirección: *c/ Lleó, nº 5 • 08400 Granollers - Barcelona*

Tel.: 93 879 64 46

grancentre@grancentre.com

www.grancentre.com



Granollers está situada a 26 km. de Barcelona y es el centro más importante del Vallés Oriental.

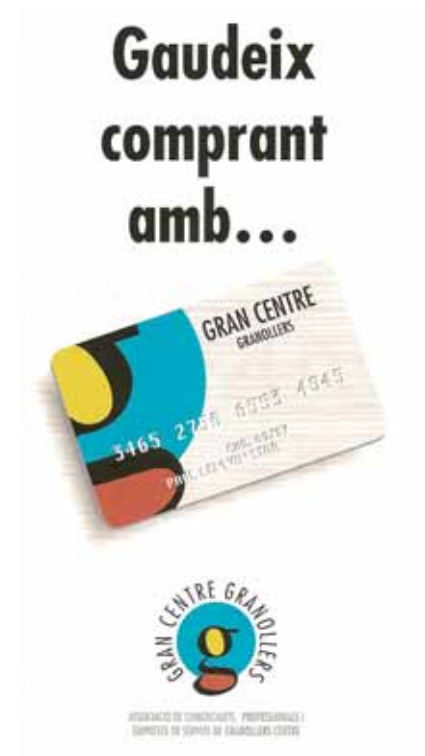
La Asociación nace del acuerdo de pequeños y medianos comerciantes, unos 50 en la primera Asamblea Fundacional, para hacer frente a la amenaza creciente de las grandes superficies comerciales, desde el centro de la ciudad, y para actuar como órgano de representación ante las distintas entidades públicas.

Desde el comienzo, la Junta Directiva decide basar su trabajo en tres ejes fundamentales, a saber: Ciudad, Cultura y Comercio. El fin que persiguen es contribuir al desarrollo cultural, social y

económico de la ciudad y de sus comercios, convirtiéndose así en motor dinamizador tanto cultural como comercial de la ciudad.

Los objetivos que se marcaron fueron muy diversos y no exclusivamente mercantilistas, y entre ellos destacan la creación de un asociacionismo humanista, la recuperación de la ciudad para el viandante, la formación de los comerciantes y empleados y la participación de la ciudad en todos los ámbitos de la cultura.

En el aspecto económico, la puesta en circulación de la tarjeta de crédito y fidelización superó con creces las previsiones más optimistas, convirtiéndose en un elemento aglutinador del sector comercial de la zona.



ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

CONFEDERACIÓN VALENCIANA DE COMERCIO (COVACO) VALENCIA



Año de creación: 1989

Sectores: *todos*

Organización: *Asamblea General, Comité Ejecutivo y Secretaría General*

Dirección: *c/ Navellos, nº 9, 1º • 46003 Valencia*

Tel.: 96 353 20 37 - Fax: 96 394 12 77

covaco@covaco.org

www.covaco.org



Es ésta la organización de los Comerciantes y Autónomos de la Comunidad Valenciana, que es la patronal valenciana del comercio minorista. Nació con el objetivo de aglutinar a las federaciones provinciales de comerciantes y ser su órgano representativo y de negociación ante las Administraciones Públicas. Desde el comienzo, luchó para conseguir situar el comercio urbano en el lugar que le correspondía por su aportación económica y social al desarrollo de de la Comunidad. Para ello, se propuso ayudar a reformar las estructuras comerciales y adecuarlas al nuevo marco de competencia, dotando a sus asociados de las herramientas que contribuyeran a la modernización y a la mejora de su competitividad.

Como actividades complementarias, están la realización de estudios, edición de publicaciones, jornadas informativas, programas de formación, etc. así como, un amplio abanico de servicios a sus asociados como asesoría fiscal, legal y financiera, marketing, información, gestión de subvenciones, etc.

Se marcaron como objetivos generales el desarrollar el modelo comercial valenciano, promover la innovación en los distintos procesos relacionados con el comercio, ayudar a mejorar el marco de competencia y ser, en definitiva, útil al conjunto del comercio urbano de la Comunidad Valenciana.

ACCESIT PEQUEÑO COMERCIO

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DEL COMERCIO TEXTIL Y COMPLEMENTOS (ACOTEX)

MADRID



Año de creación: 1977

Nº asociados: 600 socios

Nº comercios en el municipio: 2.000 empresas

Sectores: Comercio textil (confección y hogar) y complementos

Organización: Asamblea General y Junta Directiva con un Director General, con 6 empleados

Ayudas Públicas: Comunidad de Madrid, Ayuntamiento y MITyC

Dirección: c/ Alberto Aguilera, nº 66 1º dcha. • 28015 - Madrid

Tel.: 91 549 23 97 - Fax: 91 544 92 56

acotex@acotex.org

www.acotex.org



Es ésta la organización de los Empresarios y Autónomos del sector textil de la Comunidad de Madrid, que actúa como interlocutora con las Administraciones Públicas y participa en la negociación de los Convenios Colectivos del sector del comercio textil.

Entre otras medidas, propusieron el diseño de nuevas herramientas de gestión como único camino para la mejora de la competitividad del sector. En 1998 se puso en funcionamiento el Plan Estratégico del Comercio Textil de Madrid, en el que la Asociación definió unos objetivos a alcanzar en dos fases, contando con la colaboración de empresas e instituciones. En primer lugar, se pretendió poner al alcance de todas las entidades pertenecientes a este sector, independientemente de su tamaño, los elementos de gestión de las grandes empresas. En segundo lugar, y mediante un Plan de Formación del personal, se persiguió la mejora del nivel de competitividad de las empresas. Ambas fases contaron con la financiación del FORCEM y del Fondo Social Europeo. Por último, se pusieron en marcha actuaciones de mejora global de la calidad, centrándose en la atención al cliente y en los métodos de gestión, para lo que se creó un certificado de calidad propio, que pudiera ser reconocido y valorado por el cliente.

1998

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE TERRASSA - BARCELONA

ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE PALENCIA

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANADOR

GANDÍA COMERCIAL CENTRE HISTÓRIC COOP. V - VALENCIA

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE TERRASSA
BARCELONA



Nº de habitantes 1998: 169.987

Nº comercios totales: 2.704

Superficie: 70,2 km²

Nº comercios en la zona: 577

Superficie: 70,2 km²

Dirección: c/ Raval de Montserrat nº 14 • 08221 - Terrassa - Barcelona

Tel.: 93 739 70 00

www.terrassa.org



Ciudad de más de 2.000 años de antigüedad, Terrassa está situada en el noroeste de la península. Su evolución ha sido progresiva hasta mediados del s. XIX, cuando se desarrolla una fuerte expansión gracias a la industria textil. En el año 1983, se aprobó el Plan General de Ordenación que puso freno al empobrecimiento del centro de la ciudad, generado por un crecimiento desordenado y poco cuidadoso.

El problema fundamental del centro era la carencia de aparcamientos y la circulación intensa en dirección Este-Oeste, con concentración de los equipamientos y escasez de espacios libres.



Todo ello produjo un desplazamiento de las actividades comerciales hacia zonas aledañas mejor dotadas. En contrapartida, la zona estaba bien valorada, contaba con un comercio consolidado y con un patrimonio histórico importante.

En colaboración con la Cámara de Comercio Local y con las distintas asociaciones de comerciantes, se promovió un cambio de mentalidad que impulsara la recuperación del centro para fomentar el uso comercial y residencial en la zona.

En el año 1991, el Ayuntamiento apostó por esta idea con el denominado Plan del Centro, donde las principales actuaciones fueron la creación de una zona peatonal, la restricción de la circulación rodada con la promoción del transporte público y la construcción de aparcamientos disuasorios. La rehabilitación integral de calles y edificios, así como la creación de espacios de uso público, mejoró sensiblemente la calidad urbana y ambiental, siendo todo esto posible, en gran medida, gracias a la implicación de los comerciantes de la zona que, a su vez, vieron reforzado su nivel asociativo por estas actuaciones, que en buena parte habían sido financiadas por ellos.



ACCESIT AYUNTAMIENTO

AYUNTAMIENTO DE PALENCIA



Nº de habitantes: 79.745

Nº de comercios: 1.200

Nº de comercios en el centro: 900

Superficie: 94,71 km²

Sectores más representativos: *comercio y servicios en general*

Dirección: *Pza. Mayor, s/n • 34001 - Palencia*

Tel.: 979 71 81 0

www.aytopalencia.es



Situada en el noroeste de la Península, Palencia es una ciudad básicamente, comercial y de servicios, aunque cuenta con empresas de sector del automóvil y de la construcción. Es la ciudad de España con mayor superficie de zonas verdes por habitante.

El Ayuntamiento decide apostar por la reestructuración del sector comercial de la ciudad, al comprobar la pérdida del peso del comercio en la economía de la ciudad, en relación con otros municipios de la comarca. Esta reducción se debe, fundamentalmente, a la disminución en el número de compradores, al exceso de establecimientos poco competitivos y a la ausencia de un marketing comercial consolidado.

Desde el Ayuntamiento y con la colaboración de la Junta, la Cámara de Comercio y las organizaciones empresariales, se elaboró el proyecto de Revitalización Integral del Comercio para potenciar la transformación del comercio del centro de la ciudad en CCA. En base a este proyecto, se modificó la normativa urbanística y se actuó en la mejora de muchas calles y plazas, mediante grandes inversiones y se estableció un Plan de Mejora de la Calidad del Comercio Palentino, creando el Sello de Calidad “Club de Calidad del Comercio Palentino”, con estructura de asociación en la que estarán integrados todos los agentes implicados.

También se inició un programa con cursos específicos de formación para la adaptación de los comercios del sector a las nuevas exigencias del mercado.



Fuente: ITE (Instituto de Tecnologías Educativas)

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANDÍA COMERCIAL CENTRE HISTÒRIC COOP. V VALENCIA



Nº de habitantes 2008: 57.518

Superficie: 60,8 km²

Fecha de constitución: 1995

Nº de socios: 172

Nº comercios en la zona: 350

Dirección: Pza. Apóstoles, nº 3 – 2º H • 46700 Gandía - Valencia

Tel.: 96 287 83 90 - Fax: 96 295 47 81

centrehistoricocomercialgandia@msn.com



I Fira Nadalena Gastronòmica i Artesanal



La ciudad de Gandía está situada en el sureste de la provincia valenciana, a 70 km. de la capital, dentro de la comarca de La Safor.

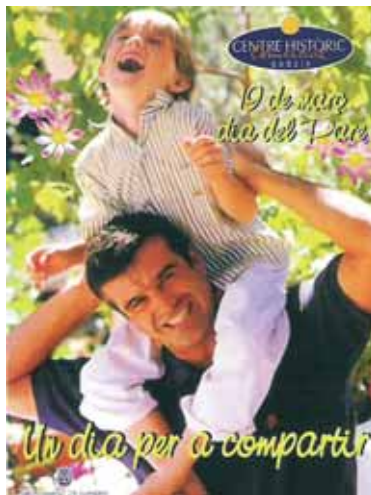
La agrupación de varias asociaciones de comerciantes fue el origen de Centre H.C. de Gandía. Unidos para la defensa de sus intereses y buscando la promoción del centro, iniciaron una serie de estudios que dieron lugar al Plan de Desarrollo del Centro, con vistas a crear el Centro Comercial Abierto (CCA).

La promoción se fundamentó en la mejora de la competitividad de los establecimientos mediante la formación, la innovación y el servicio a las empresas.

Se trató de ofrecer una imagen de Centro Comercial mediante la delimitación e identificación de la zona con las puertas de acceso, los identificadores de establecimientos socios y servicios comunes a todos ellos.

Tienen especial importancia las campañas coordinadas que se organizan durante todo el año, en las cuales se emprenden numerosas actividades en la calle, campañas que son anunciadas a través de distintos medios y mediante cartelería dispuesta en los establecimientos asociados. La Asociación presta servicios de guardería, reparto a domicilio y aparcamiento gratuito, además de promover una tarjeta de puntos por compras efectuadas en los establecimientos asociados.

El poder de atracción del centro se ha incrementado, de forma notable, con las reformas llevadas a cabo en infraestructuras para mejorar el entorno, el transporte, los accesos y la seguridad de la zona.



1997

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE LOGROÑO - LA RIOJA

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

GANADOR

ASOCIACIÓN CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA - MÁLAGA

PREMIO AYUNTAMIENTO

GANADOR

AYUNTAMIENTO DE LOGROÑO

LA RIOJA



Nº de habitantes: 126.203

Nº de comercios: 2.460

Nº comercios en la zona: 1.600 aprox

Superficie: 79,57 km²

Sectores más representativos: *servicios, comercio en general, confección, etc.*

Dirección: *Avda. de La Paz, nº 11 Bajo • 26071 - Logroño - La Rioja*

Tel.: 941 277 000 - Fax: 941 239 179

www.logro-o.org



Con la aparición de los centros comerciales periféricos, se descubrieron las ventajas que éstos ofrecían frente al comercio tradicional del centro de las ciudades. Los accesos, el aparcamiento, la estética y la diversificación de establecimientos, son algunos de los puntos fuertes que los hacen tan atractivos para el público.

Las autoridades municipales de Logroño apostaron, decididamente, por incorporar estos aspectos positivos en el comercio del centro de la ciudad.

El Ayuntamiento emprendió una serie de actuaciones que hicieron de esta ciudad el marco idóneo para desarrollar el proyecto piloto “Logroño Centro Comercial Abierto”. Entre las acciones que se llevaron a cabo están la mejora de las infraestructuras, la peatonalización de las áreas con mayor afluencia de público, la creación de una Concejalía de Comercio y la concesión de créditos



blandos para las inversiones en activos fijos. Todo ello acompañado por las acciones realizadas por los propios comerciantes.

A partir de un estudio previo, en el que se encuestó a comerciantes para conocer sus intereses y su situación, se promovió, por medio de reuniones explicativas, la identificación de éstos con el proyecto.

Este proyecto se hizo por fases, partiendo de una primera zona con unos 50 establecimientos, ampliándose sucesivamente a todo el centro de la ciudad. Inicialmente contó con un gran apoyo institucional que, progresivamente, fue disminuyendo, cediendo protagonismo y responsabilidades a los propios comerciantes.

Se nombró a un gerente para coordinar a todos los agentes involucrados y así promover el movimiento asociativo buscando aprovechar al máximo las sinergias y logrando, por tanto, objetivos más amplios. Para ello se realizaron estudios personalizados de cada establecimiento y se propusieron soluciones en cuanto a calidad, formación, gestión y mejora de las infraestructuras de la zona.

A partir de ese momento, se pusieron en marcha las primeras actuaciones coordinadas entre las que cabe destacar las campañas de divulgación, de promoción conjunta, de imagen, etc.

PREMIO PEQUEÑO COMERCIO

ASOCIACIÓN CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA MÁLAGA



Fecha de constitución: 1996

Nº de asociados: 208

Habitantes en la ciudad 1996: 549.135

Dirección: *c/ Fernán González nº 4-1º C • 29005 Málaga*

Tel.: 952 21 14 23 - Fax: 952 22 41 65

info@centrohistoricomalaga.com

www.asociacionesenred.com/centrohistorico



Ante el decaimiento de la actividad comercial debido a los nuevos hábitos de consumo, a la pérdida de población y a la escasa afluencia turística, se creó la Asociación Centro Histórico de Málaga, como entidad empresarial, comercial, social, turística y cultural con el propósito de revitalizar el comercio del centro de la ciudad.

Para ello se suscribió un convenio con el Departamento de Geografía de la Universidad de Málaga y se creó una oficina técnica con el objeto de estudiar, desde múltiples perspectivas, el tejido empresarial del Centro Histórico, sus necesidades comerciales y, mediante informes pormenorizados, aportar estrategias que dieran soluciones viables.

Inicialmente, los proyectos propuestos por la oficina técnica eran 24 y entre los estudios efectuados o puestos en marcha, estaban la actualización del censo empresarial y su distribución es-



pacial, los flujos de tráfico, dotaciones para la zona, así como la viabilidad para la creación del Centro Comercial Abierto Atarazanas.

Subvencionada por la Junta de Andalucía, se puso en funcionamiento la Tarjeta de Compra del C.H.M., se realizó la página WEB y, con financiación del FORCEM, se confeccionó un plan de formación para el sector de dos años de duración. A partir de este momento, se comenzó a programar el Congreso sobre Comercio y Ciudad, a nivel europeo, que se celebró en Torremolinos en 1999.

Este libro ha sido impreso utilizando una fuente de dominio público y de carácter iberoamericano: la "Ibarra Real". Esta tipografía ha sido recuperada por José María Ribagorda partiendo de los tipos de Jerónimo Gil fundidos para la edición de "El Quijote" de la Real Academia Española, impreso en Madrid por Joaquín Ibarra en 1780.

Varias instituciones han colaborado en este emblemático proyecto de recuperación de nuestro patrimonio tipográfico: el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, que subvencionó los primeros trabajos técnicos; la EOI Escuela de Organización Industrial, que firmó con Microsoft un protocolo para que la "Ibarra Real" fuese una de las fuentes tipográficas utilizadas por sus programas y la Calcografía Nacional, de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, que registró los tipos y la marca.

Depósito Legal
XXXXXXX

Diseño
Jorge Laclaustra

Maquetación
XXXXXXX

Imprime
XXXXXXXXX

Esta publicación ha sido realizado en colaboración con





GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO