

MOCIÓN DEL GRUPO MIXTO-ESPAÑA2000 AL PLENO MUNICIPAL ORDINARIO DEL 21 DE MARZO RELATIVA A POTENCIAR EL PEQUEÑO COMERCIO DE BARRIO

D. Rafael Ripoll, Portavoz del Grupo Mixto del Ayuntamiento de Alcalá de Henares, eleva a Pleno de la Corporación para su debate la siguiente

MOCIÓN

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Debido a la crisis de consumo que vivimos y a la gran competencia que suponen para autónomos y micropymes las grandes empresas comerciales, además de los nuevos modelos de comercio de venta por internet desde grandes plataformas, hace que por todo esto, sea casi imposible el mantenimiento de cientos de pequeños comercios que fueron creados con ilusión y los ahorros de muchas familias. No son estos comercios el proyecto de grandes inversores, que si fracasan dentro de unos meses por un lado, recuperarán las pérdidas por otro, creando puestos de trabajo por horas en los que se exprime a los trabajadores de lunes a domingo y en turnos imposibles para conciliar trabajo y familia. Esos grandes empresarios ganan sin el esfuerzo del trabajo diario de un comerciante, sin el contacto con los vecinos y sin aportar prácticamente nada a la ciudad.

Ante esta situación de peligro, en numerosos municipios de España y de Europa, se han desarrollado modelos de comercio urbano, en el que el pequeño comercio de barrio ha logrado ganar terreno y posicionarse como una alternativa a las grandes empresas o a los bazares.

Estos modelos consisten en sensibilizar a los comerciantes de la necesidad, y de las oportunidades que tienen, después formarles para alcanzar un nivel en el que dispongan de herramientas y recursos y tras ello la aplicación y el desarrollo en los propios comercios. Muchas de las herramientas que necesitan son gratuitos, y con ellas podrán ofrecer un servicio de mayor calidad, usando las mismas reglas comerciales o de venta de las que disponen las grandes empresas. Uno de los factores principales es el hecho de concienciar que el cliente es el centro de todo el proceso comercial, que la venta no empieza y acaba en el propio local comercial, ya que existen modelos de atracción y fidelización de clientes, de gran eficacia.

La calidad y el servicio que ofrecen los comerciantes de los barrios les hace ser referente, y que en muchos casos, las grandes superficies les tienen para que cierren su pequeño comercio, y poner a disposición de la gran empresa sus conocimientos y su experiencia, algo que no se adquiere en cursos formativos organizados por los

recursos humanos de estas grandes compañías.

La ventaja de los hipermercados o de los grandes comercios es su capacidad para alcanzar a los clientes en sus televisores, en sus teléfonos móviles o en sus ordenadores, a través de la millonaria publicidad que son capaces de destinar, porque saben que es fundamental para atraer a los clientes frente a la competencia, ya que no ofrecen ningún valor añadido, sólo imagen.

Por ello desde España2000 creemos que el Ayuntamiento se debe comprometer junto a los agentes privados para apoyar y desarrollar proyectos de gestión comercial urbana, que engloben mediante sinergias a los pequeños comercios, hosteleros y profesionales de la ciudad. El ejemplo más gráfico sería un gran centro comercial abierto, compuesto por cientos de pequeños comercios con una identidad, unas herramientas y un objetivo común, hacer grande al pequeño comercio.

Por todo ello el Grupo Municipal Mixto-España2000 propone el siguiente acuerdo para su aprobación y debate:

ACUERDO

- Apoyar y desarrollar un proyecto de gestión comercial urbana, que dote al sector del pequeño comercio, de Alcalá de Henares, de las herramientas fundamentales para poder competir y llegar a los vecinos y consumidores, como son la mejora de la experiencia de compra, asesoramiento directo y personalizado en el desarrollo de técnicas de venta y promoción de producto, e implantación de plataformas informáticas y desarrollo de aplicaciones móviles para la reserva de productos, e interactividad entre comercio y cliente.
- Realizar periódicamente campañas municipales de concienciación social de la necesidad de apoyar y comprar en el pequeño comercio, resaltando todas sus virtudes.

Fdo.: D. Rafael Ripoll
Portavoz del Grupo Mixto

