



Encarna Sanchis
Presidenta de Unión Gremial y COVACO

Comercio Ciudadano



COMERCIO
ALICANTE

VIII ENCUENTRO
DE CIUDADES COMERCIALES
INNOVAR, SORPRENDER, SEDUCIR

Alicante, 29 de septiembre de 2011



Comercio Ciudadano

- 2007/08 Estudio "Una aproximación ética al comercio valenciano".
- 2009 Jornadas de presentación del estudio.
- 2010 Jornadas "Responsabilidad Social: propuestas para un nuevo modelo de comercio excelente".
- 2011 Informe "Comercio ciudadano".

Con la colaboración de:





Conclusiones destacadas del Estudio

"Una aproximación ética al comercio valenciano":

- Las **prácticas de RSE** en el pequeño comercio están **bien valoradas**.
- Diferencia en **todas las valoraciones** entre la percepción del comercio, mucho más positiva, y la **percepción de la sociedad, más crítica**.
- El comercio valora **calidad, oferta especializada y relación con los vecinos**. La **Sociedad valora por delante el compromiso** con el barrio.
- Destaca la **seguridad** como algo muy bien valorado por ambos.
- Las mayores diferencias, aspectos en los que el comercio tiene una imagen más positiva de sí mismo que la idea que proyecta en la sociedad:
 - La retribución adecuada y competitiva del personal.
 - La especialización de la oferta.
 - La capacidad de generar empleo estable.



Análisis DAFO del Estudio

"Una aproximación ética al comercio valenciano"

DEBILIDADES

- Falta de una identidad común
- Heterogeneidad de la oferta
- Autocomprensión difusa
- Falta de recursos para adaptarse a los cambios

FORTALEZAS

- Proximidad al cliente
- Conocimiento de la actividad
- Trato personalizado
- Implicación en la ciudad

AMENAZAS

- Pérdida del referente de la calidad
- Escasa profesionalización
- Falta de oferta especializada
- Problemas de competitividad

OPORTUNIDADES

- Gestión de la RSE
- Compromiso cívico
- Generación de Confianza
- De Calidad a Calidad Social



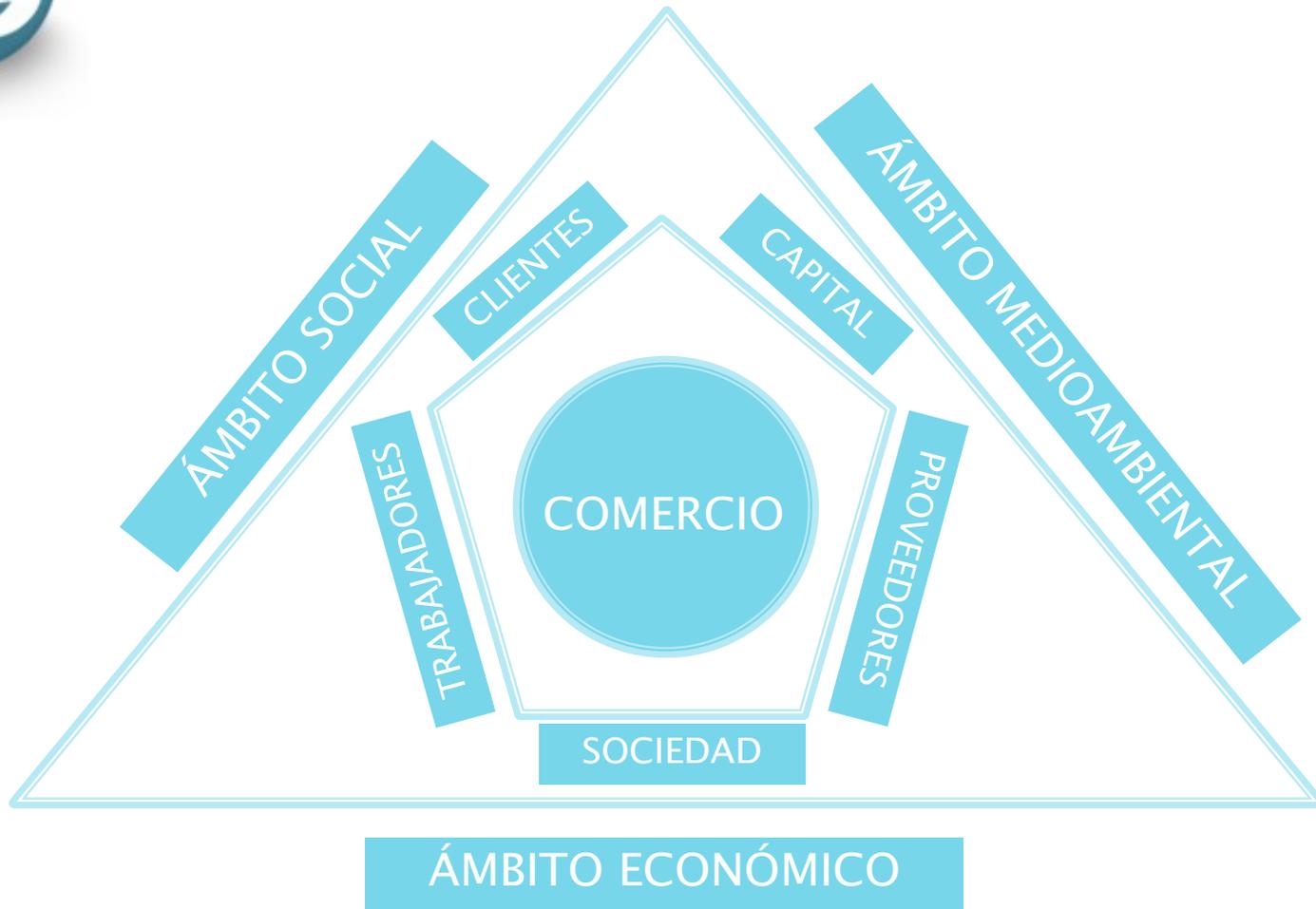
Propuestas del Estudio

"Una aproximación ética al comercio valenciano":

1. Plan de formación en RSE para PYMES comerciales.
2. Certificado de comercio socialmente responsable.
3. Hacia una nueva alianza por un comercio ciudadano.
4. Informe de comercio ciudadano.



Comercio Ciudadano





INDICADORES

1. Valor económico generado

Aportación económica del pequeño comercio a la ciudad, esto es, contribución al desarrollo económico del municipio:

- Impuestos y tasas.
- Costes salariales.



INDICADORES

2. Inversión en la ciudad o barrio

Aportación económica del comercio a la vida cultural y asociativa del entorno más cercano, como concreción de su implicación con “la vida de la ciudad”.

- Aportación en términos de patrocinio o mecenazgo a actividades culturales, deportivas y festivas, no ligadas directamente con acciones publicitarias.



INDICADORES

3. Negocio indirecto generado en proveedores locales

Mostrar el volumen de negocio generado en proveedores locales gracias a la presencia de comercios, lo cual tiene importantes implicaciones en el desarrollo local, además de su consecuente ahorro energético.

- Volumen económico gastado en proveedores locales de servicios y productos.



INDICADORES

4. Generación de empleo local

Mostrar la importancia del comercio en la generación de empleo, especialmente en su entorno más cercano.

- N° ó % de empleos locales (incluido autoempleo).
- Estimación de empleo indirecto.



INDICADORES

5. Sistema arbitral de consumo

Mostrar el compromiso de los comercios con la atención, el diálogo y la comunicación con sus clientes para resolver las discrepancias existentes.

- N° de comercios adheridos al sistema arbitral de consumo.



INDICADORES

6. Participación en asociaciones comerciales

Nivel de participación de los comercios en asociaciones u organismos de defensa de los intereses del pequeño comercio, como una contribución fundamental para el desarrollo del barrio o ciudad.

- N° ó % de comercios asociados.



INDICADORES

7. Compromiso público

El objetivo de este indicador es mostrar el compromiso de participación de los comercios en proyectos colectivos con repercusión ciudadana, colaborando así a hacer de la ciudad un espacio público para los ciudadanos.

- N° de actividades colectivas en las que se ha participado.



INDICADORES

8. Gestión y reciclado de residuos

Implicación del pequeño comercio en el mantenimiento y mejora del medioambiente, concretado en el reciclado y la gestión de residuos que generan.

- % ó toneladas de gestión y reciclado de residuos.



INDICADORES

9. Ahorro ecológico

Contribución del comercio al desarrollo sostenible, a través de la reducción de emisiones y el ahorro del impacto ecológico generado gracias a la proximidad de su oferta al cliente final.

- Ahorro en términos de emisiones gracias a tener una oferta próxima al cliente final.
- Huella ecológica



INDICADORES

10. Sostenibilidad

Contribución al desarrollo sostenible a través del apoyo a iniciativas y acciones que ayudan a concienciar en un consumo y desarrollo sostenible.

- N° de acciones e iniciativas medioambientales apoyadas: formación en consumo responsable, campañas de reducción de bolsas, cambio de bombillas por bajo consumo, punto de recogida de pilas, etc.



Encarna Sanchis
Presidenta de Unión Gremial y COVACO

Comercio Ciudadano



COMERCIO
ALICANTE

VIII ENCUENTRO
DE CIUDADES COMERCIALES
INNOVAR, SORPRENDER, SEDUCIR

Alicante, 29 de septiembre de 2011