

	PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL DE ELCHE		
	Oficina PATECO	Febrero 2.001	
	FICHA DESCRIPTIVA ACTUACIONES		
	Tipo de actuación ACTUACIONES EN MERCADOS MUNICIPALES		
Nombre de la actuación Implantación de servicios avanzados en los mercados municipales		Código: MER/002	

Justificación

Actualmente los mercados municipales de Elche, en la tónica general de los mercados municipales, se limitan a ofrecer una serie de productos, principalmente frescos, avalados con garantía de calidad que se asocia a menudo con estos equipamientos. No se complementa esta oferta con unos servicios adicionales que generen para el cliente un valor añadido en su compra o que le permitan valorar, además de los productos, el establecimiento por su identidad asociada al espacio físico, los servicios que presta y sus productos.

En gran medida los mercados municipales se nutren de una población mayor que se identifica con el cliente fiel, que conoce los productos de calidad de los mercados y que prefiere realizar la compra en los mismos, sin valorar demasiado las comodidades del establecimiento y los servicios que pueden prestarle para mejorar su satisfacción. Sin embargo, esta población es cada vez más reducida porque las nuevas generaciones, entre las que también existen compradores de mercados municipales, están cada vez más informadas y más exigentes, al tiempo que están más habituados a la movilidad espacial y disponen de menos tiempo, por lo que se muestran cada vez menos constantes en la realización de sus compras de alimentación.

Este conjunto de características impulsa al cliente de hoy a elegir el establecimiento de compra, no sólo por la calidad de los productos que pretende adquirir, que también se valora, sino por la percepción de comodidad a la hora de efectuar sus compras, adaptación a las condiciones de vida actuales y de disfrute de la compra, que es un valor muy en alza desde que se asocia el acto de la compra al ocio.

En este sentido, muchos mercados municipales apenas han evolucionado, mostrándose casi tan espartanos como se concibieron en sus inicios, por lo que no consiguen convertirse en lugares amables y atractivos para un segmento de la población que, debido a la gran valoración que otorga a la vida sana y a la alimentación equilibrada, se concibe como cliente potencial de estos equipamientos.

Ante esta situación, los operadores de los mercados municipales de Elche así como la Administración se hacen conscientes de la necesidad de emprender profundos cambios que permitan dotar a los mercados de las instalaciones necesarias, así como formar debidamente a los comerciantes, para encontrar un punto de partida en el que los antiguos mercados se conviertan en centros comerciales especializados de barrio o de centro, que puedan actuar en las mismas condiciones de competencia que los establecimientos de libre servicio

Para ello es necesario aprovechar una reforma integral del mercado, que va a suponer la disposición de unas nuevas instalaciones, para dotar el recinto contenedor con toda la infraestructura necesaria que permita ofrecer unos servicios adecuados, tanto a los propios operarios del mercado como a sus clientes, contribuyendo a dotar al Mercado central de un posicionamiento gracias a estos servicios y a otras variables como la centralidad, proximidad y los productos frescos de gran calidad.

Descripción

En cuanto al diseño y prestación de servicios hay que distinguir entre aquellos servicios que deben prestarse a los propios comerciantes y los que se pretende ofrecer a los clientes de los mercados.

Los servicios a comerciantes hacen referencia, principalmente, a las dotaciones del edificio que les permita trabajar de un modo cómodo y profesional. Se pueden nombrar los siguientes: cámaras frigoríficas comunes, vigilancia, recogida y tratamiento de residuos. Asimismo se incluyen en este grupo de servicios al comerciante la gestión, en la que se debe incluir la tramitación de traspasos y cambios de titularidad, tramitación de subvenciones y ayudas, negociaciones con entidades financieras, relaciones con diferentes instituciones, boletín interno informativo, gestión de proyectos de reformas, cursos de formación, gestión de *merchandising*, etc.

Por otro lado, los servicios que se deben recoger para facilitarlos a los clientes son:

- ▲ **Aparcamiento gratuito.** si los mercados no disponen de aparcamiento propio, como es el caso en la actualidad de los mercados ilicitanos, deberían negociar con algún aparcamiento cercano, situado a una distancia no superior a 10 minutos de desplazamiento andando, siempre que sea posible, para poder ofrecer a los clientes aparcamiento gratuito en el mismo, al menos durante un período de tiempo aproximado de 2 horas.
- ▲ **Traslados gratuitos.** Debe contemplarse la oferta de tickets de autobús para facilitar el acceso al Mercado en transporte público.

- ▲ **Posibilidad de pago con tarjeta** en todas las paradas, incluyendo también el pago centralizado en la oficina de atención -mediante la conexión de los puestos con la oficina vía informática- con el objeto de facilitar el trámite cuando la persona centralice sus pedidos y utilice el servicio a domicilio.
- ▲ **Servicio a domicilio o al aparcamiento.** Este servicio debe ser gratuito y ha de centralizarse en la oficina de atención al cliente, que deberá incorporar consigna de compras incluidas pequeñas cámaras frigoríficas. El cliente puede depositar allí la totalidad de las compras efectuadas en distintos puestos del mercado para que se le traslade, bien hasta su domicilio, si así lo solicita, bien hasta el aparcamiento concertado con el mercado. .
- ▲ **Carros de compra.** Es imprescindible facilitar carros de compra para que los clientes puedan realizar su compra con comodidad. Deben situarse próximos a algún acceso principal de los mercados.
- ▲ **Vigilancia.** Es una garantía de seguridad en los mercados al tiempo que facilitan la resolución de cualquier problema puntual.
- ▲ **Servicios de limpieza y mantenimiento del equipamiento.** El mercado debe permanecer limpio y ofrecer un aspecto impecable puesto que el cliente va a adquirir los productos de alimentación y valora mucho los aspectos relacionados con la higiene. Por otra parte, el mantenimiento no debe limitarse únicamente a la sustitución de instalaciones estropeadas sino que debe entenderse como un concepto de conservación actualizada, que implique constantes mejoras estructurales dirigidas a alcanzar los objetivos planteados.
- ▲ **Amplitud de horarios.** Existen varias posibilidades, pero teniendo en cuenta que normalmente los operadores del mercado no pueden permanecer todo el día en su puesto o pagar a otra persona que lo haga, por ser mayoritariamente los negocios familiares, lo más aconsejable puede ser un horario continuado de 10h. de la mañana a 17h. de la tarde, manteniendo al menos uno de los dos momentos del día en que la gente trabajadora puede acudir a realizar sus compras, mediodía y reforzar la apertura durante los fines de semana (viernes tarde y sábado tarde).
- ▲ **Guardería.** Este servicio facilita la realización de las compras para aquellos consumidores con hijos, dando respuesta a una demanda muy actual y asimilando los servicios ofrecidos a las grandes superficies especializadas o centros comerciales de nueva generación.
- ▲ **Señalización.** Es importante que los compradores puedan orientarse con facilidad y encontrar con rapidez los productos y los puestos deseados, contribuyendo a personalizar el espacio y facilitar la movilidad por el centro.

- ▲ **Puntos de información.** Son importantes junto a la señalización para generar mayor sensación de seguridad y orientación a los clientes, a los que se les debe asesorar sobre la oferta, actividades, etc,
- ▲ **Áreas de descanso.** Los espacios abiertos permiten generar mayor sensación de amplitud y rompen la monotonía típica de los pasillos de los mercados municipales, consiguiendo un ambiente agradable
- ▲ **Promociones,** que invitan al cliente a recorrer un mayor espacio, equilibrando de este modo los puntos fríos y calientes y evitando zonas de menor actividad.
- ▲ **Otros:** Cajero automático, cafetería, aseos, teléfono público ubicado cerca de la entrada

Agentes implicados

- ▲ Asociación de comerciantes del Mercado Central:
Coordinadora de Mercados .
- ▲ Asesoramiento y seguimiento: Cámara Oficial de Comercio de Alicante.
Oficina PATECO.
- ▲ Gestión de ayudas y subvenciones: Conselleria de Industria y Comercio.
Servicio Territorial de Alicante

Forma de financiación / Ayudas y subvenciones

- 1) Presupuesto de los comerciantes del Mercado.
 - 2) Ayudas e de la Conselleria de Industria y Comercio para el año 2001 **publicadas en el Diari Oficial de la Generalitat Valenciana el día 28 de diciembre de 2000.**
- ▲ **Concepto:** : Cooperación e integración empresarial. Destinado a asociaciones empresariales y fórmulas de comercio asociado e integrado con domicilio en la Comunidad Valenciana siempre que carezcan de ánimo de lucro y cuenten con la habilitación legal necesaria. La ayuda se dirige implantación y mantenimiento de gabinetes de asesoramiento técnico comercial; realización de campañas genéricas de publicidad comercial; contratación de servicios externos.

Cuantías de la subvención: Subvenciones hasta el 70% del coste, incluida la cuota de la Seguridad Social, para gastos de personal de gabinetes de asesoramiento técnico comercial; hasta el 50% con límite de 500.000 pesetas por entidad y año para las inversiones en equipamiento de gabinetes; hasta el 50% del coste efectivo con límite de 2.000.000 ptas. por entidad y año para la contratación de servicios externos.

- ▲ **Concepto:** Urbanismo comercial y modernización de infraestructuras: dirigidas a entidades locales y empresas de titularidad municipal o mixta, así como a las asociaciones empresariales y las fórmulas de comercio asociado o integrado, con independencia de su forma jurídica. Las ayudas tienen por objeto la realización de inversiones dirigidas a la racionalización de estructuras organizativas de cooperación comercial y otros proyectos que coadyuven a la efectiva racionalización, desarrollo y modernización de las infraestructuras comerciales o repercutan en los comercios minoristas vinculados a una estructura organizativa superior.

Cuantías de la subvención: Otros proyectos de modernización de unidades de comercio agrupado de carácter predominantemente alimentario, podrán alcanzar una subvención de hasta un 40% con un límite de 20.000.000 ptas.

- ▲ **Presentación de la solicitud:** Entre el 1 de enero y el 28 de febrero de 2001 en el Servicio Territorial de Comercio de Alicante.

Nivel de prioridad

Bajo

Medio

Alto

Muy Alto