

ACTA

SEGUNDA REUNIÓN: COMISIÓN DE COMERCIO, SERVICIOS Y FORMACIÓN:

En Grado a 9 de Octubre de 2002, y siendo las 18:45 horas, se reúne la Comisión de Comercio, Servicios y Formación en la Casa de Cultura del Ayuntamiento de Grado.

Actúa como coordinador de dicha Comisión Carlos León, agente de desarrollo local y como secretario Fernando Trabanco Fernández. La relación de miembros participantes en la Comisión fue la siguiente:

PLAN ESTRATÉGICO DE GRADO COMISION TEMÁTICA DE COMERCIO, SERVICIOS Y FORMACIÓN			
nº	Organismo	Nombre	Comisión Propuesta
	Agencia de Desarrollo Local (Programa Adonat)	Arribas, César	Comercio (moderador)
	Oficina Información Juvenil	Trabanco, Fernando	Comercio (técnico-secretario)
	La Nueva España	Alonso, María	Comercio (ponente-experto)
	Centro Asesor de la Mujer	González Cachero, María	Comercio (ponente-experto)
	Azvase	Zarracina, Tomás	Comercio (ponente-experto)
1	Asesoría Abello	Abello, Juan Manuel	Presente
2	Plataforma Pro-autovía	Alvarez (Tarralva), Manuel	Presente
3	Asociación Práramo	Alvarez Alvarez, M ^a José	Presente
	PP	Álvarez Velázquez, Amando	Inactivo
4	SECOT	Arias Guillán, José Manuel	Presente
5	Ciudadana	Campos Díaz, Carmen	Presente
6	Agencia de Desarrollo Local de Gijón	Fernández Cañedo, Herminio	Presente
7	Representantes del Mercado	Fernández Fernández, Lucía Manuela	Presente
	Representantes del Mercado	Fernández González, José Luis	Inactivo
8	Colectivo de Mujeres "Las Ayalgas"	Fernández, Oliva	Presente
9	UGT	Francisco Espinosa, María Angeles	Ausente
10	Grupo IU	González Beovides, José M ^a	Presente
11	Siempre Grado	Guisasola, Amalio	Ausente
	Fundación Marqués de la Vega de Anzo/Hdad Stgo-Sta	Iglesias Martínez, César	Inactivo
	Camín Real de la Mesa	López Alvarez, Beatriz	Inactivo
13	Ayuntamiento de Grado	Luengo, Juan	Presente
14	Fundación Vital	Nicolás Alonso, Eliseo	Presente

15	Asociación "Valentín Andrés"	Pavón Palomo, Antonio	Presente
16	Asociación "El Esguín"	Pérez Rodríguez, Ernesto	Ausente
17	Instituto Ramón Areces	Quínez Bielsa, Elisa	Presente
18	PM40	Rodríguez Tamargo, Margarita	Presente

19	Escuela Taller	Sánchez Miranda, Carmen	Presente
	Grupo PP	Suárez, Roberto	Inactivo
	Cámara de Comercio	Villabella, Fernando	Inactivo
	Hermandad de Santiago y Santa Ana	Fernández Mallo, Ramón	Suplente (ausente)
	Asociación "El Esguín"	García García, Ramón	Suplente (ausente)

Se abre la sesión con la aprobación del acta de la primera reunión (de fecha 25 septiembre) , Elisa Quínez Bielsa dice que echa en falta en dicha acta una fortaleza, que es considerar a Grado como “zona limpia de polución y suciedad”. Se incluye en el apartado de Fortalezas un nuevo ítem respecto a esta apuntación de Elisa: “ **CALIDAD AMBIENTAL**”.

En torno a una de las debilidades recogidas en la matriz DAFO “ **falta de autoestima (tendencia a infravalorar lo de Grado y a sobrevalorar lo de afuera)**” surge un debate sobre si dicha falta de autoestima se refiere al ciudadano o al comerciante; llegando a la conclusión de que sería una falta de autoestima en general, la falta de autoestima se refiere tanto al comerciante como a la población.

Seguidamente, y debido a que se han incorporado a la Comisión personas nuevas que no habían asistido a la primera reunión , el moderador hace un repaso de lo que es el Plan Estratégico y de las reglas de la comisión. Y se abre una ronda de intervenciones dando la palabra a las personas que no habían asistido a la reunión anterior.

Carmen Sánchez Miranda apunta que Grado tiene un reconocimiento y un renombre en toda la región e incluso en casi toda la península por dos razones fundamentales . Estas razones son el mercado tradicional y el potencial deportivo. El mercado tradicional ya aparecía reflejado como una fortaleza, pero no así el potencial deportivo. De esta intervención surge una nueva Fortaleza: “ **POTENCIAL DEPORTIVO Y PROYECCIÓN DE GRADO AL EXTERIOR CON EL DEPORTE**” y una nueva amenaza “ **EXISTENCIA DE TERRITORIOS COMPETIDORES**” que se añaden a los que ya había en la matriz DAFO. La nueva amenaza surge porque Carmen Sánchez apunta un punto débil de Grado que es la existencia de territorios competidores que no aparecía en la matriz.

La nueva matriz DAFO queda como sigue:

MATRIZ DAFO COMISION URBANISMO Y TERRITORIO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE GRADO		
PRIORIDAD	DEBILIDADES (más importante=22 ptos.; menos importante=1 pto.)	PUNTOS
1	Falta de aparcamientos	
2	Ausencia de un plan comercial global para Grado	
3	Competencia de las grandes superficies del área central	
4	Declive del sector agrario	
5	Desencuentro institucional (poco entendimiento entre el comerciante y las instituciones)	

6	Escasa y cara oferta de suelo residencial	
7	Falta de profesionalidad y adecuación del comerciante al nuevo mercado Inadecuación del comercio a las nuevas demandas (formación, innovación, marketing, escaparatismo, etc)	
8	Retroceso del sector (pérdida de peso comercial en general)	
9	Falta de unión y organización de los comerciantes	
10	Pérdida de calidad del mercado tradicional (de plaza)	
11	Escasa oferta de ocio	
12	Escasa oferta hostelera	
14	Pérdida de función de cabecera de Comarca (perdida de población de la comarca y pérdida de peso específico como cabecera)	
15	Falta de disciplina urbanística en cuanto a urbanismo comercial (carga y descarga, aparcamientos indebidos, tráfico, alumbrado, etc.)	
16	Inadecuación de la oferta formativa a la estructura económica de Grado	
17	Escasa oferta de actividades culturales	
18	Pérdida de tráficos de paso y parada	
19	Escasa oferta de actividades deportivas	
20	Poca motivación del comerciante (apatía y desánimo del comerciante)	
21	Existencia de barreras arquitectónicas en los comercios	
22	Falta de autoestima (tendencia a infravalorar lo de Grado y a sobrevalorar lo de afuera)	
PRIORIDAD	AMENAZAS (más importante=22 ptos.; menos importante=1 pto.)	PUNTOS
1	Existencia de territorios competidores	
2	Falta de un tejido industrial como complemento al comercio	
3	Imagen negativa del mercado (sensación de fraude del visitante respecto a los productos del mercadillo)	
PRIORIDAD	FORTALEZAS (más importante=10 ptos.; menos importante=1 pto.)	PUNTOS
1	Apertura comercial los domingos	
2	Imagen de Grado como una superficie comercial tradicional abierta	
3	Presencia de un mercado tradicional	
4	Situación estratégica de Grado	
5	Buena y diversa dotación comercial y de servicios	
6	Cultura y tradición comercial	
7	Carácter de villa de Grado, que aúna lo rural y lo urbano	
8	Potencial deportivo y proyección de Grado al exterior por el deporte	
9	Persistencia de Grado como cabecera de una comarca	
10	Calidad ambiental	
11	Estímulo e inventiva de la sociedad	
12	Riqueza del patrimonio histórico-artístico (casco histórico-Camino de Santiago)	
PRIORIDAD	OPORTUNIDADES (más importante=4 ptos.; menos importante=1 pto.)	PUNTOS
1	Autovía: como posibilidad de captar recursos	
2	Aumento de la población con la llegada de la autovía	
3	Situación estratégica de Grado	
4	Reconocimiento y renombre exterior de Grado con una imagen particular	

Seguidamente, y una vez completada la matriz DAFO con las nuevas fortalezas y amenazas surgidas con las nuevas intervenciones, se pasa a valorar y priorizar todas las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades recogidas en la matriz. Para ello se establece un tiempo de 15 minutos durante los cuales se puntúan todos los ítems según las normas explicadas. Cabe resaltar que no todas las matrices recogidas fueron valoradas, ya que en alguna de ellas se detectaron errores de cumplimentación con lo

que fueron anuladas. Así mismo, se manifestaron opiniones respecto a que sería más adecuado puntuar los ítems de la matriz con más tiempo y pensando mejor las valoraciones. En todo caso, se explica que tiene también mucho interés realizar una valoración intuitiva, pero que se enviará nuevamente el cuestionario para dar satisfacción a esta demanda de permitir recapacitar más sobre las valoraciones.

Una vez recopiladas las matrices se hace una suma con todas las puntuaciones quedando como sigue:

MATRIZ DAFO COMISION URBANISMO Y TERRITORIO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE GRADO		
PRIORIDAD	DEBILIDADES (más importante=22 ptos.; menos importante=1 pto.)	PUNTOS
1	Falta de aparcamientos	191
2	Ausencia de un plan comercial global para Grado	157
3	Competencia de las grandes superficies del área central	149
4	Declive del sector agrario	143
5	Desencuentro institucional (poco entendimiento entre el comerciante y las instituciones)	140
6	Escasa y cara oferta de suelo residencial	137
7	Falta de profesionalidad y adecuación del comerciante al nuevo mercado Inadecuación del comercio a las nuevas demandas (formación, innovación, marketing, escaparatismo, etc)	136
8	Retroceso del sector (pérdida de peso comercial en general)	130
9	Falta de unión y organización de los comerciantes	129
10	Pérdida de calidad del mercado tradicional (de plaza)	129
11	Escasa oferta de ocio	126
12	Escasa oferta hostelera	126
13	Pérdida de demanda (fuga de gasto)	121
14	Pérdida de función de cabecera de Comarca (perdida de población de la comarca y pérdida de peso específico como cabecera)	119
15	Falta de disciplina urbanística en cuanto a urbanismo comercial (carga y descarga, aparcamientos indebidos, tráfico, alumbrado, etc.)	114
16	Inadecuación de la oferta formativa a la estructura económica de Grado	112
17	Escasa oferta de actividades culturales	108
18	Pérdida de tráficos de paso y parada	107
19	Escasa oferta de actividades deportivas	104
20	Poca motivación del comerciante (apatía y desánimo del comerciante)	94

21	Existencia de barreras arquitectónicas en los comercios	82
22	Falta de autoestima (tendencia a infravalorar lo de Grado y a sobrevalorar lo de afuera)	78
PRIORIDAD	AMENAZAS (más importante=22 pts.; menos importante=1 pto.)	PUNTOS
1	Existencia de territorios competidores	24
2	Falta de un tejido industrial como complemento al comercio	22
3	Imagen negativa del mercado (sensación de fraude del visitante respecto a los productos del mercadillo)	20
PRIORIDAD	FORTALEZAS (más importante=10 pts.; menos importante=1 pto.)	PUNTOS
1	Apertura comercial los domingos	115
2	Imagen de Grado como una superficie comercial tradicional abierta	98
3	Presencia de un mercado tradicional	90
4	Situación estratégica de Grado	86
5	Buena y diversa dotación comercial y de servicios	85
6	Cultura y tradición comercial	79
7	Carácter de villa de Grado, que aúna lo rural y lo urbano	76
8	Potencial deportivo y proyección de Grado al exterior por el deporte	59
9	Persistencia de Grado como cabecera de una comarca	58
10	Calidad ambiental	45
11	Estímulo e inventiva de la sociedad	42
12	Riqueza del patrimonio histórico-artístico (casco histórico-Camino de Santiago)	38
PRIORIDAD	OPORTUNIDADES (más importante=4 pts.; menos importante=1 pto.)	PUNTO
1	Autovía: como posibilidad de captar recursos	36
2	Aumento de la población con la llegada de la autovía	30
3	Situación estratégica de Grado	22
4	Reconocimiento y renombre exterior de Grado con una imagen particular	22

Pese a las dudas iniciales, y a la espera de depurar esta priorización con los cuestionarios que se envíen, se acepta como muy representativa la valoración realizada, considerándose que sirve como punto de partida para el análisis y el establecimiento de objetivos. Se advierte de manera general que las puntuaciones obtenidas responden bastante fielmente al sentir general de cuáles son los problemas y las oportunidades respecto al sector comercial, siendo en este caso muy relevante la información obtenida.

El paso siguiente es definir los OBJETIVOS. Serían objetivos que servirán para formular propuestas en el horizonte temporal que tiene el Plan Estratégico, 5 años a medio plazo y 10 años a largo plazo. Para ello nos fijamos en las debilidades que quedaron en los 10 primeras posiciones, pero sin despreciar el resto.

El primero de los objetivos se desarrolla a partir de la debilidad priorizada como la más importante en la valoración “falta de aparcamientos”. Se redacta un primer objetivo de la siguiente forma: DOTAR A GRADO DE INFRAESTRUCTURAS DE URBANISMO COMERCIAL, entre las que se incluirían aparcamientos, peatonalización de calles, apertura de nuevos viales, circunvalación, limpieza de fachadas, iluminación, eliminación de barreras arquitectónicas.

Surge un debate sobre si el aparcamiento sería un objetivo en si mismo o si habría que incluirlo como una infraestructura más de urbanismo comercial de las que se debe dotar a Grado. Hay opiniones en

ambos sentidos. Se recogen opiniones como que “se debe dar prioridad al aparcamiento sobre otras infraestructuras” o “el aparcamiento es una prioridad pero debe ir engranado dentro de algo más amplio”.

Finalmente, se llega a un objetivo en el que hay acuerdo por todos los miembros de la Comisión y es : **DOTAR A GRADO DE APARCAMIENTOS Y OTRAS INFRAESTRUCTURAS DE URBANISMO COMERCIAL.**

Queda claro que el aparcamiento debe llevar parejo unas estructuras adecuadas. El aparcamiento es considerado como una prioridad pero al aparcamiento deben acompañarlo una reorganización urbanística y comercial: un entorno adecuado en cuanto a fachadas, peatonalización de calles, eliminación de barreras arquitectónicas, iluminación , etc.

El otro objetivo al que se llega en esta reunión surge por la relevancia en Grado adopta el conflicto institucional con el sector comercial. Se ha considerado como debilidad nº 5 el denominado “desencuentro institucional (poco entendimiento entre el comerciante y las instituciones)”, puntuación muy alta que refleja muy elocuentemente el conflicto existente. Al respecto, varios intervinientes hacen constar que es significativo que precisamente algunos de los sectores más en conflicto no asistan a estas reuniones, y en particular los partidos políticos y la asociación de comerciantes. En este sentido se pronuncia José María González, secundado por varios de los presentes que, con un enfoque más general, echan en falta algunas voces relevantes respecto a la problemática comercial. En todo caso, queda clara la opinión de que sería necesario que existieran buenas relaciones entre comercio y administración local y que debería conseguirse un interlocutor válido que represente a todos los comerciantes.

Carmen Sánchez opina que sólo hay un organismo que aglutine el comercio, los servicios y la formación, y la administración, que es el Consejo de Desarrollo Local. Otras opiniones que surgen como posibles opciones son las Cámaras de Comercio o los Consorcios. Herminio Fernández añade que “sea una opción u otra, lo que debe ser es una figura estable e integradora”.

Finalmente, el objetivo al que se llega queda redactado como sigue: **CONSEGUIR UNA RELACIÓN DE COLABORACIÓN ESTABLE ENTRE LA ADMINISTRACIÓN Y EL SECTOR.**

El “ente” encargado de esto podría tener varias formas y en el debate han surgido tres posibles, que se estudiarán en su momento: Consorcio, Cámaras de Comercio, Consejo de Desarrollo Local

Por lo tanto, en esta segunda reunión se han definido dos Objetivos, que son:

- **DOTAR A GRADO DE APARCAMIENTOS Y OTRAS INFRAESTRUCTURAS DE URBANISMO COMERCIAL**
- **CONSEGUIR UNA RELACIÓN DE COLABORACIÓN ESTABLE ENTRE LA ADMINISTRACIÓN Y EL SECTOR.**

Habiendo llegado a las conclusiones anteriores se da por terminada la sesión siendo las 21.00 horas, y se convoca a todos los participantes a la siguiente, que tendrá lugar dentro de 15 días, el día **23 de Octubre del 2002**, a las 18:30 horas en la Casa de Cultura del Ayuntamiento de Grado (Sala de Audiovisuales). Dicha sesión comenzará con la lectura y aprobación , si procede, de la presente acta.

Fdo: Carlos León
Coordinador

Fdo: Fernando Trabanco
Secretario

