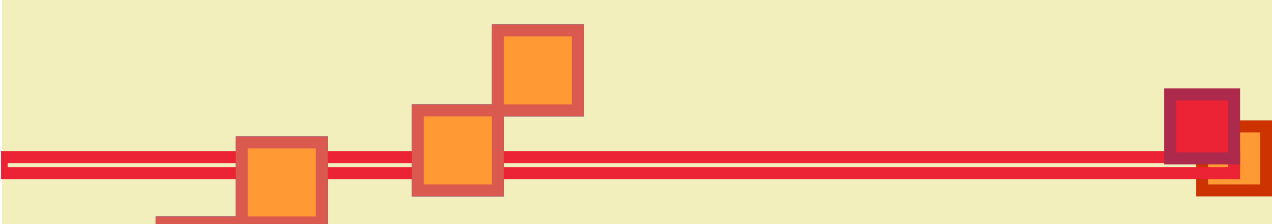


La importancia del asociacionismo en los centros comerciales abiertos




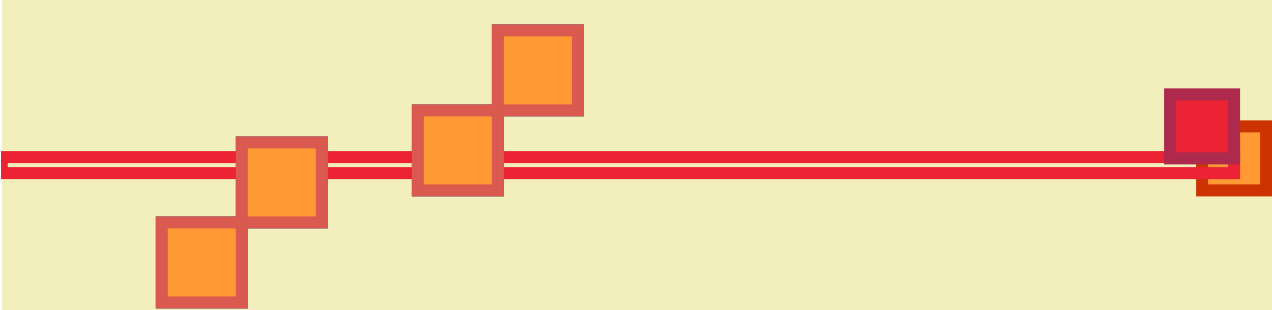

BARNA
CENTRE
BARRI GÒTIC

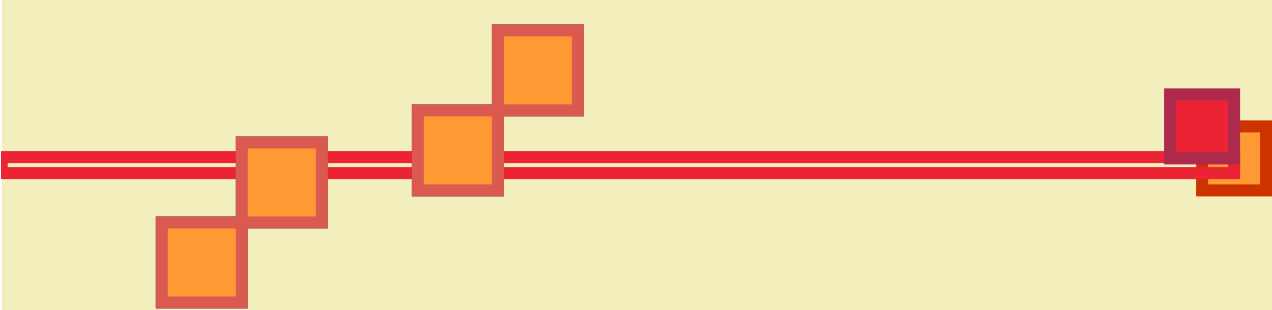
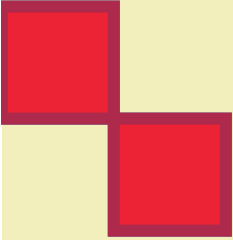
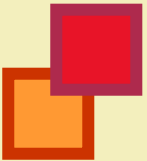


❑ Solo estando en una asociación podremos hacer frente a las campañas de promoción y publicidad que hacen constantemente las multinacionales y las grandes empresas y que al pequeño comercio le es imposible realizar de forma individual.

❑ Uno de los éxitos del asociacionismo consiste básicamente en una gestión conjunta, una imagen corporativa y una buena comunicación y promoción de la zona.



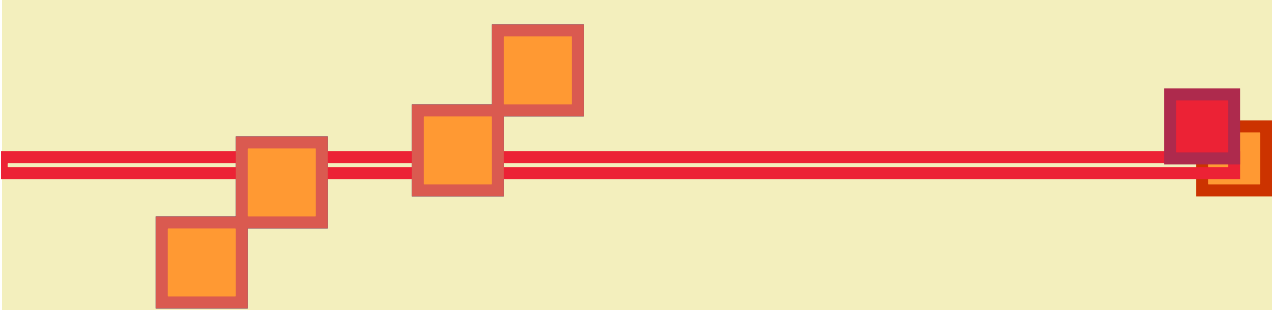
- 
- El asociacionismo puede ser también muy importante para conseguir más colaboración por parte del Ayuntamiento, Comunidad Autónoma, Cámara de Comercio, etc.
 - Toda la fuerza que pueda tener el asociacionismo quedará diluida si no se consigue que la mayor parte de los establecimientos de la zona se adhieran a su asociación
- 

- 
- 
- 
- ❑ Para conseguir que los comerciantes se interesen por su asociación y encuentren necesario afiliarse, es imprescindible crear las estrategias necesarias, tanto promocionales como de servicios.

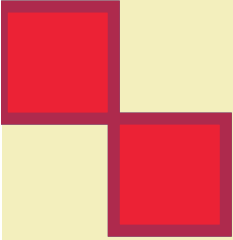


Fundación “Barcelona Comerç”

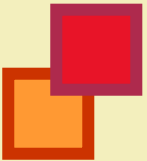


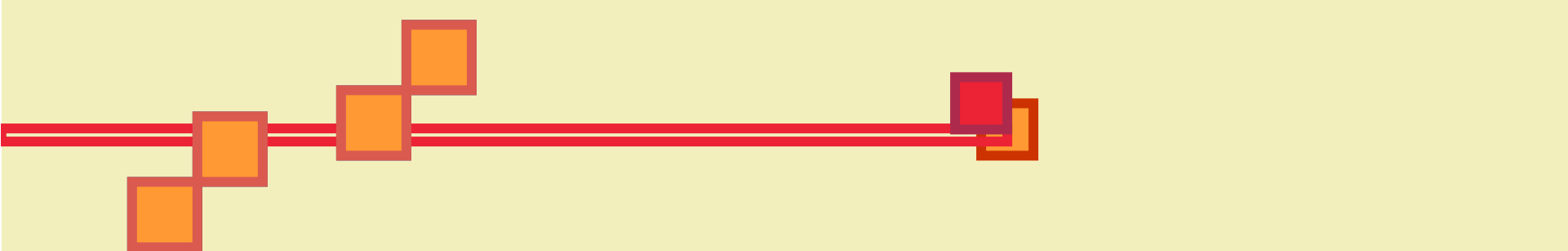
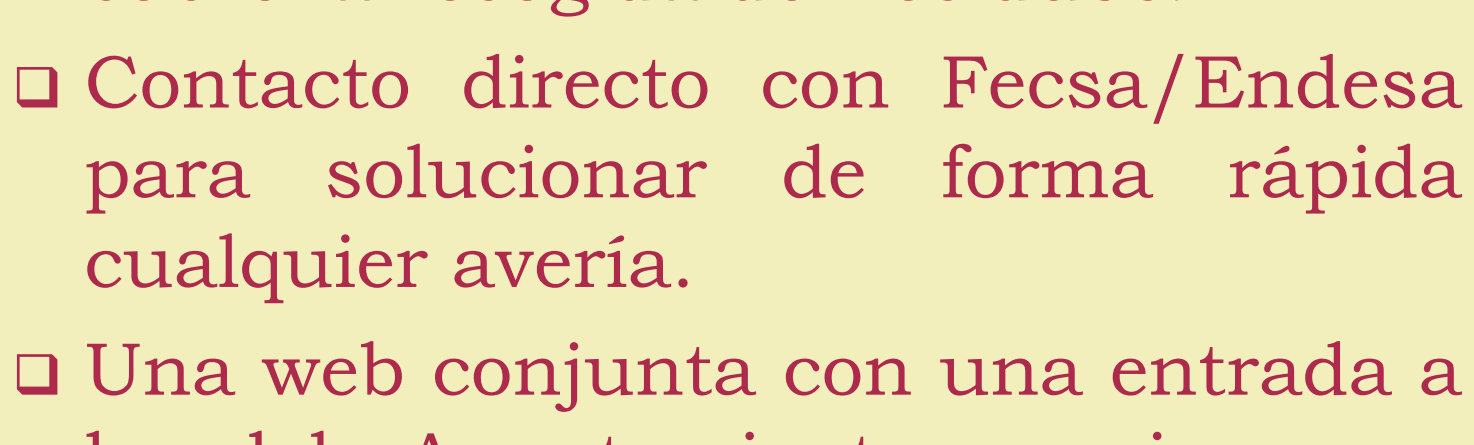


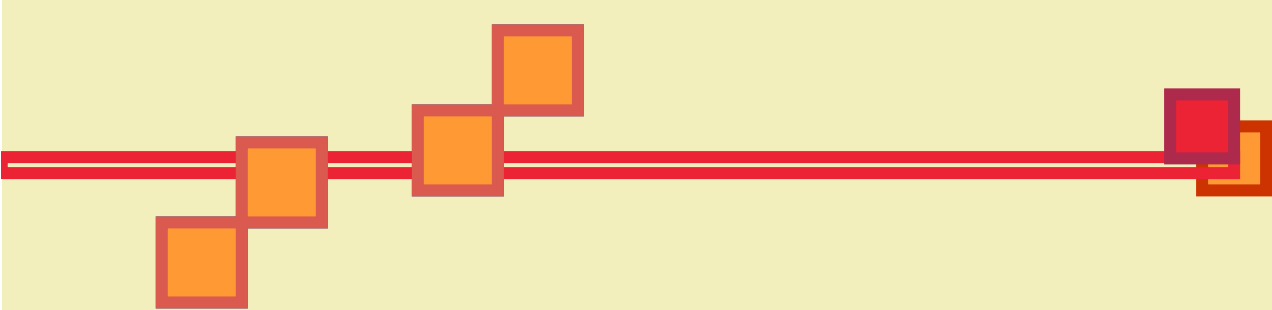

La Fundación Barcelona Comerç fue creada hace un año y esta formada por 17 ejes comerciales abiertos de la ciudad de Barcelona.



Esta unión ha significado un buen número de ventajas para los comerciantes adheridos a alguno de estos ejes.



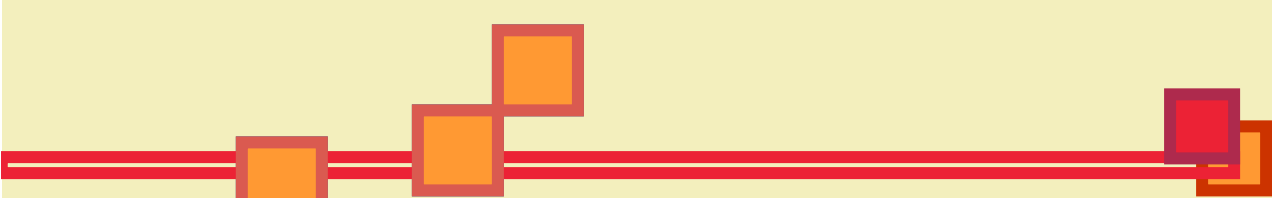
- 
- ❑ Descuento del 10% en el impuesto sobre la recogida de Residuos.
 - ❑ Contacto directo con Fecsa/Endesa para solucionar de forma rápida cualquier avería.
 - ❑ Una web conjunta con una entrada a la del Ayuntamiento y viceversa, donde en el directorio de comercio figuran todos los establecimientos asociados por zonas y especialidades.
- 

- 
- ❑ Que el próximo año 2006 sea declarado por el Ayuntamiento como el “Año del Comercio en Barcelona”.
 - ❑ Estar dentro de los órganos decisorios de comercio, tanto del Ayuntamiento como de la Generalitat.
 - ❑ La creación de la Fundación ha sido un instrumento fundamental para la defensa y potenciación del comercio de nuestra ciudad.
- 



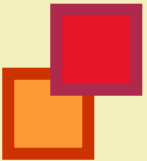
1973 Creación de la asociación de comerciantes de Barna Centre





Barna Centre nació en 1973, creada por un grupo de comerciantes del Barrio Gótico, con el objetivo de promocionar conjuntamente un espacio que estaba perdiendo el poder de atracción que siempre había tenido.

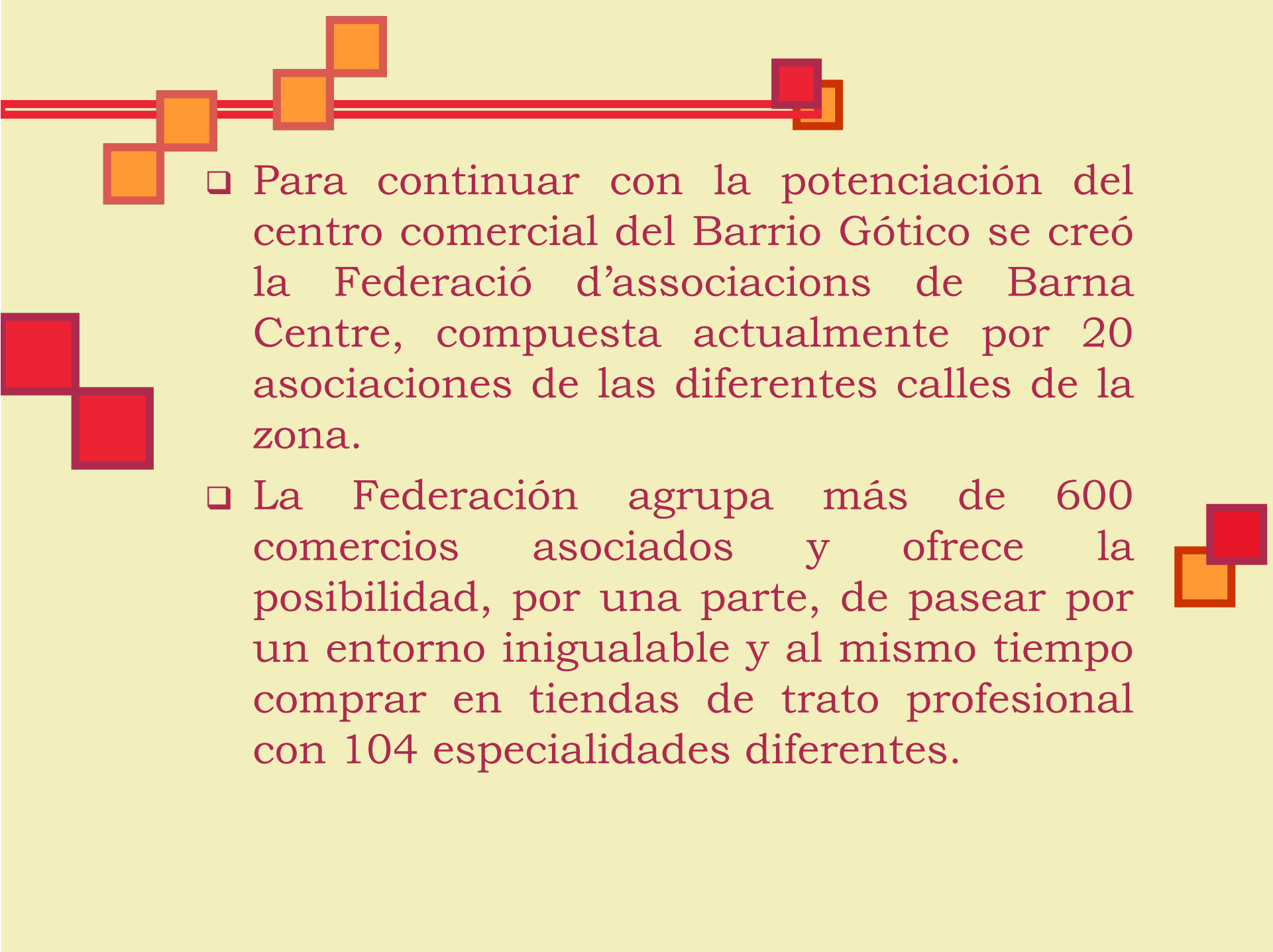
Desde sus inicios, la vocación de esta Entidad ha sido la de dar servicio a los comerciantes asociados y potenciar la isla peatonal como zona privilegiada para la actividad comercial en Barcelona.





1989 Transformación de
Barna Centre en una
Federación de asociaciones



- 
- Para continuar con la potenciación del centro comercial del Barrio Gótico se creó la Federació d'associacions de Barna Centre, compuesta actualmente por 20 asociaciones de las diferentes calles de la zona.
 - La Federación agrupa más de 600 comercios asociados y ofrece la posibilidad, por una parte, de pasear por un entorno inigualable y al mismo tiempo comprar en tiendas de trato profesional con 104 especialidades diferentes.

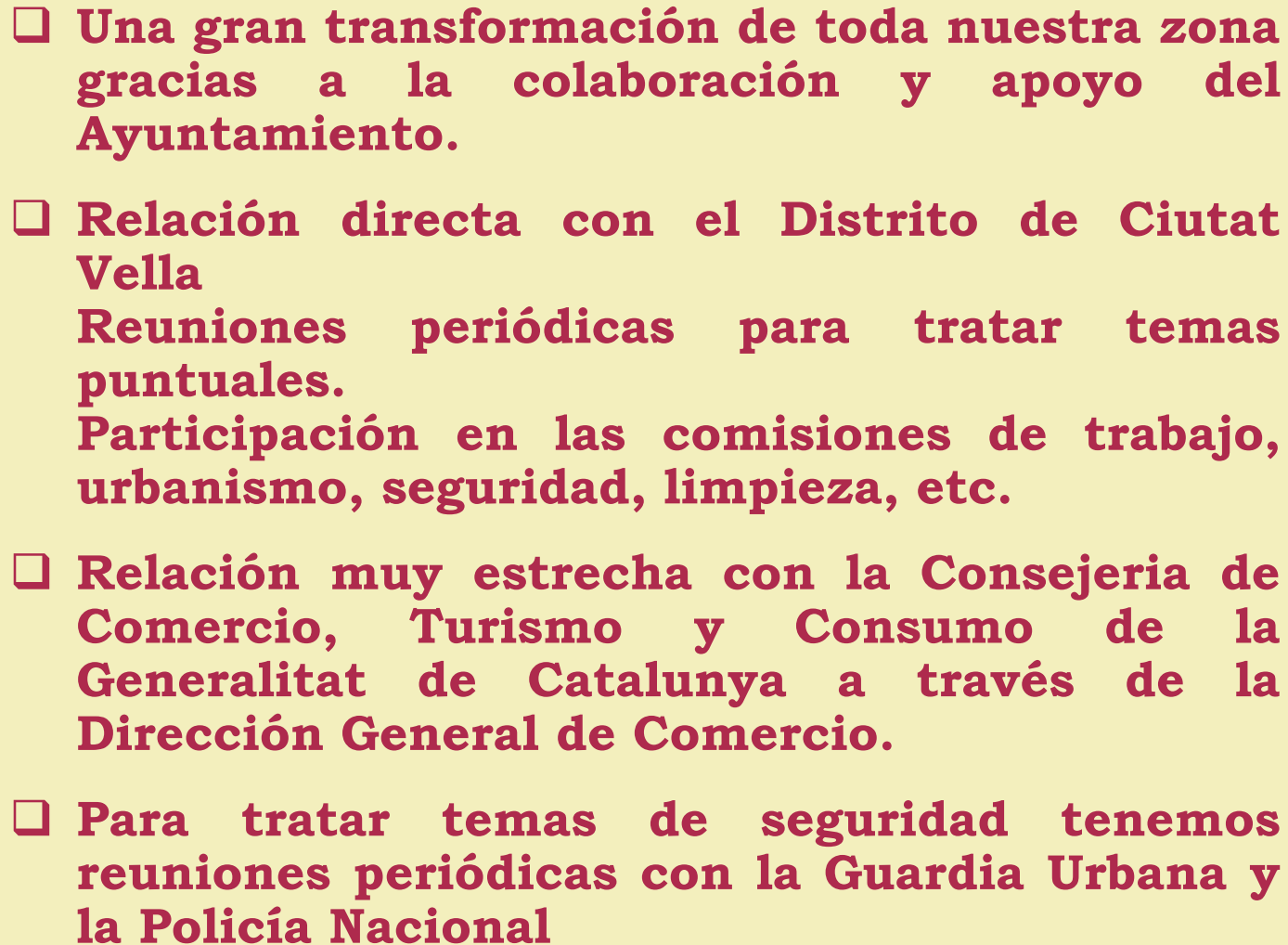


Acuerdos y complicidad
entre



la Administración
y los
Comerciantes

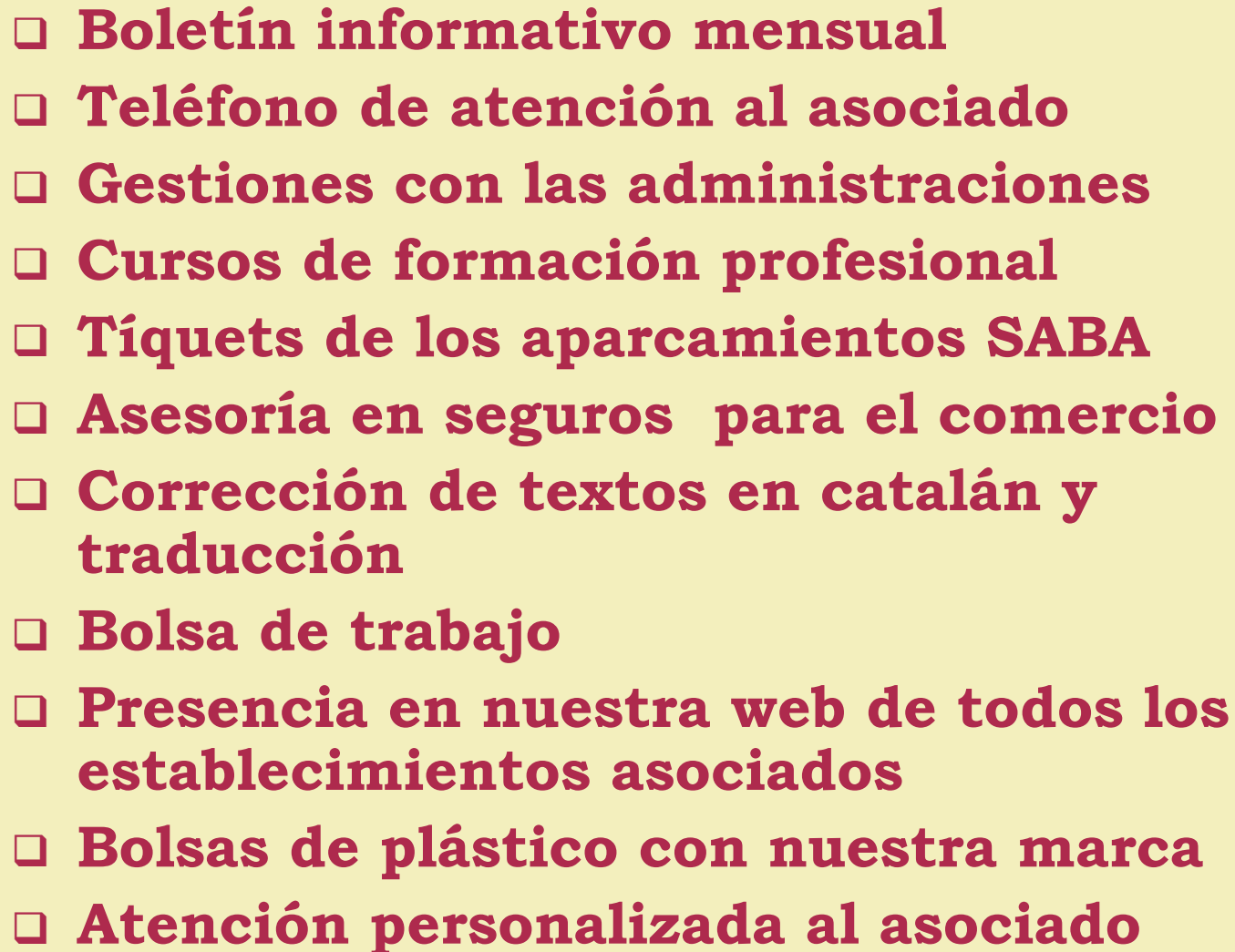


- 
- Una gran transformación de toda nuestra zona gracias a la colaboración y apoyo del Ayuntamiento.**
 - Relación directa con el Distrito de Ciutat Vella**
Reuniones periódicas para tratar temas puntuales.
Participación en las comisiones de trabajo, urbanismo, seguridad, limpieza, etc.
 - Relación muy estrecha con la Consejería de Comercio, Turismo y Consumo de la Generalitat de Catalunya a través de la Dirección General de Comercio.**
 - Para tratar temas de seguridad tenemos reuniones periódicas con la Guardia Urbana y la Policía Nacional**



Servicios al comerciante asociado

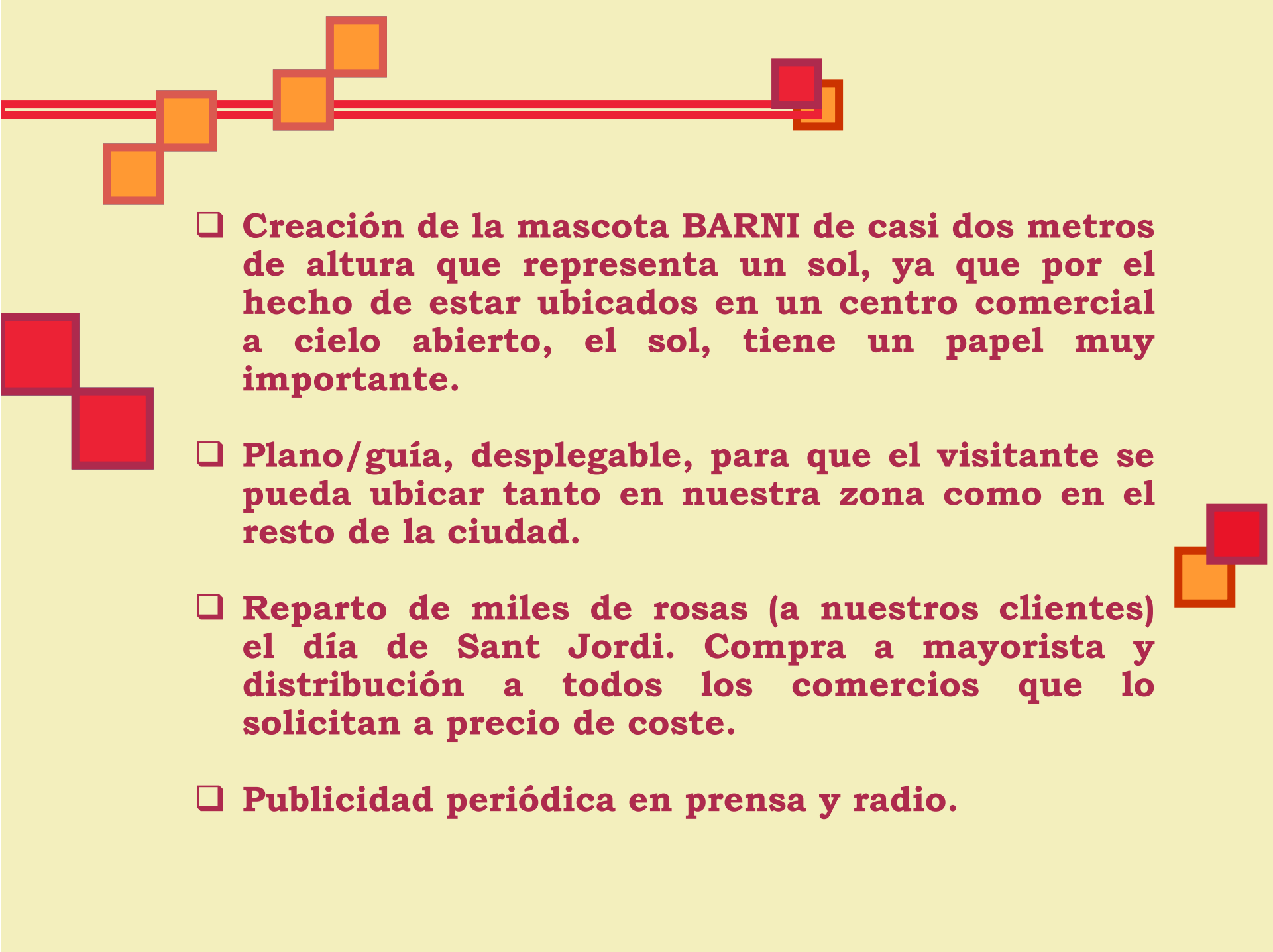


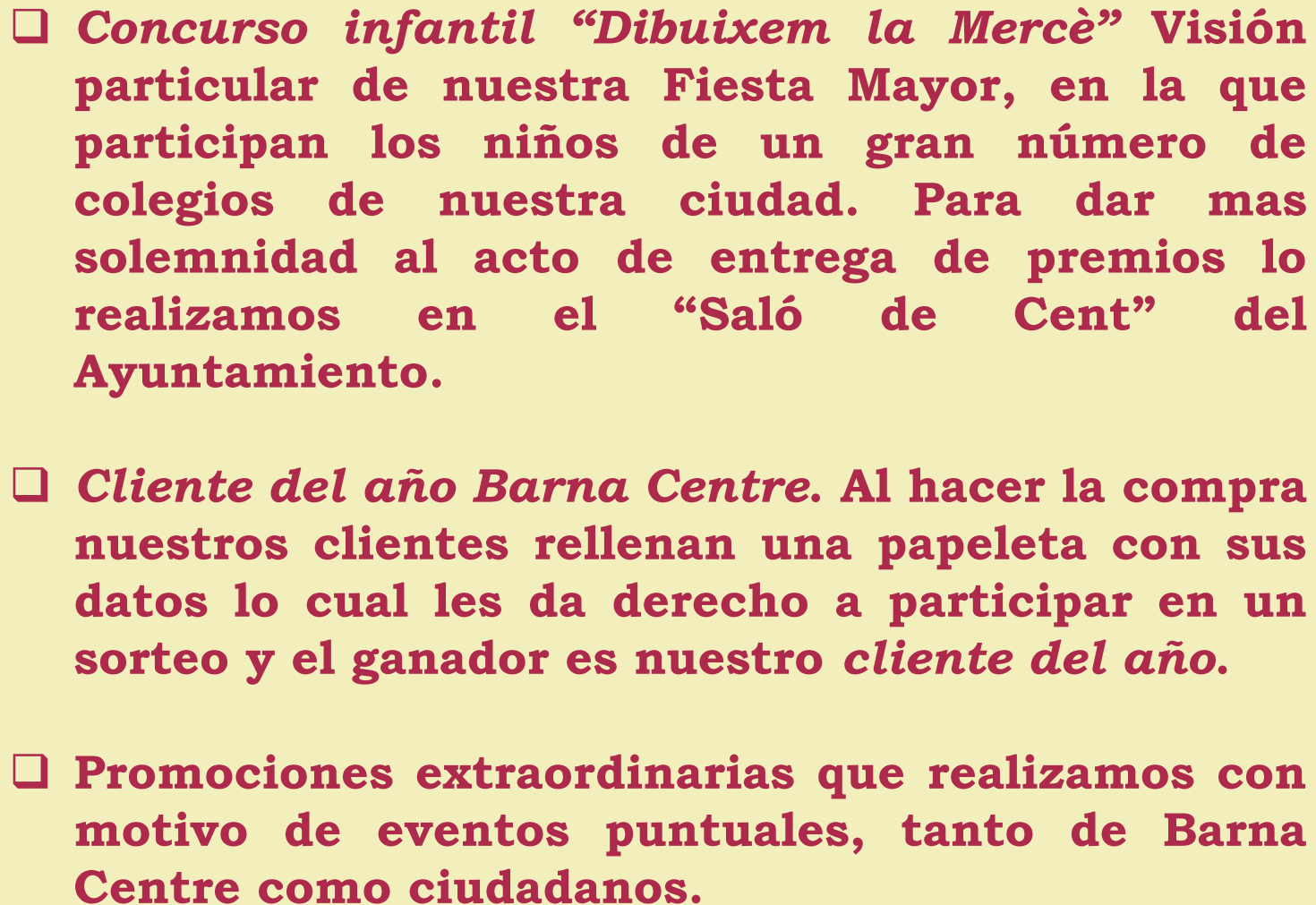
- 
- Boletín informativo mensual**
 - Teléfono de atención al asociado**
 - Gestiones con las administraciones**
 - Cursos de formación profesional**
 - Tíquets de los aparcamientos SABA**
 - Asesoría en seguros para el comercio**
 - Corrección de textos en catalán y traducción**
 - Bolsa de trabajo**
 - Presencia en nuestra web de todos los establecimientos asociados**
 - Bolsas de plástico con nuestra marca**
 - Atención personalizada al asociado**

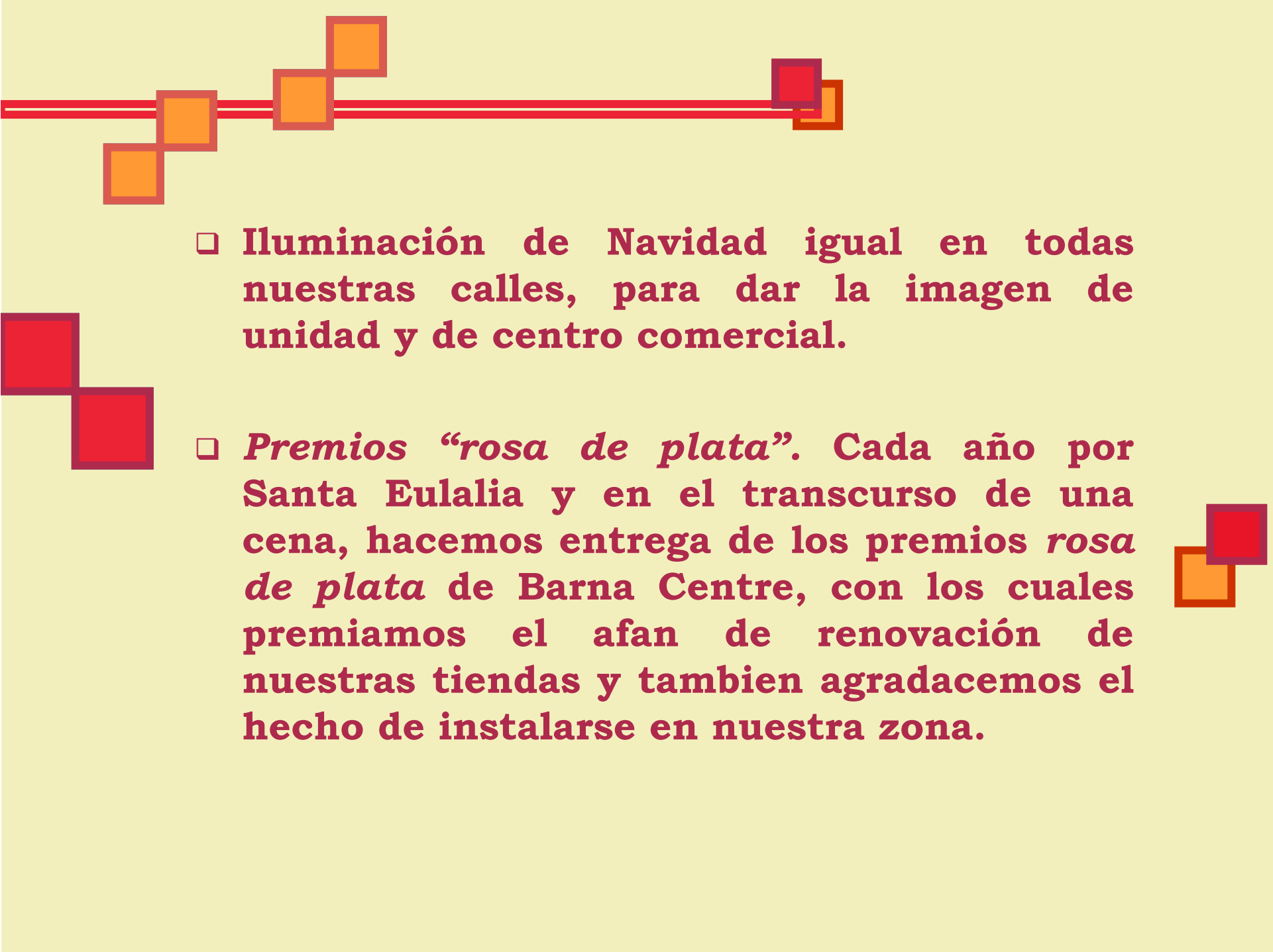


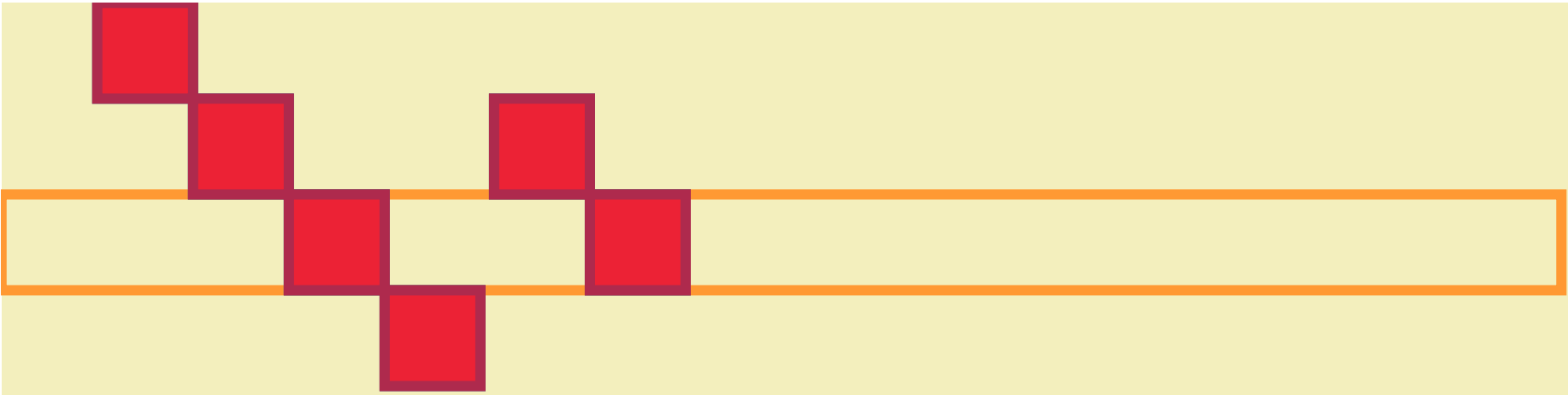
Actividades Promocionales



- 
- Creación de la mascota BARNI de casi dos metros de altura que representa un sol, ya que por el hecho de estar ubicados en un centro comercial a cielo abierto, el sol, tiene un papel muy importante.**
 - Plano/guía, desplegable, para que el visitante se pueda ubicar tanto en nuestra zona como en el resto de la ciudad.**
 - Reparto de miles de rosas (a nuestros clientes) el día de Sant Jordi. Compra a mayorista y distribución a todos los comercios que lo solicitan a precio de coste.**
 - Publicidad periódica en prensa y radio.**

- 
- ❑ **Concurso infantil “Dibuixem la Mercè”** Visión particular de nuestra Fiesta Mayor, en la que participan los niños de un gran número de colegios de nuestra ciudad. Para dar mas solemnidad al acto de entrega de premios lo realizamos en el “Saló de Cent” del Ayuntamiento.
 - ❑ **Cliente del año Barna Centre.** Al hacer la compra nuestros clientes rellenan una papeleta con sus datos lo cual les da derecho a participar en un sorteo y el ganador es nuestro *cliente del año*.
 - ❑ **Promociones extraordinarias** que realizamos con motivo de eventos puntuales, tanto de Barna Centre como ciudadanos.

- 
- ❑ **Iluminación de Navidad igual en todas nuestras calles, para dar la imagen de unidad y de centro comercial.**
 - ❑ ***Premios “rosa de plata”.* Cada año por Santa Eulalia y en el transcurso de una cena, hacemos entrega de los premios *rosa de plata* de Barna Centre, con los cuales premiamos el afan de renovación de nuestras tiendas y tambien agradecemos el hecho de instalarse en nuestra zona.**



Objetivos de dinamización

Presente y futuro





Conceptos básicos:

COMUNICAR



DIFERENCIAR

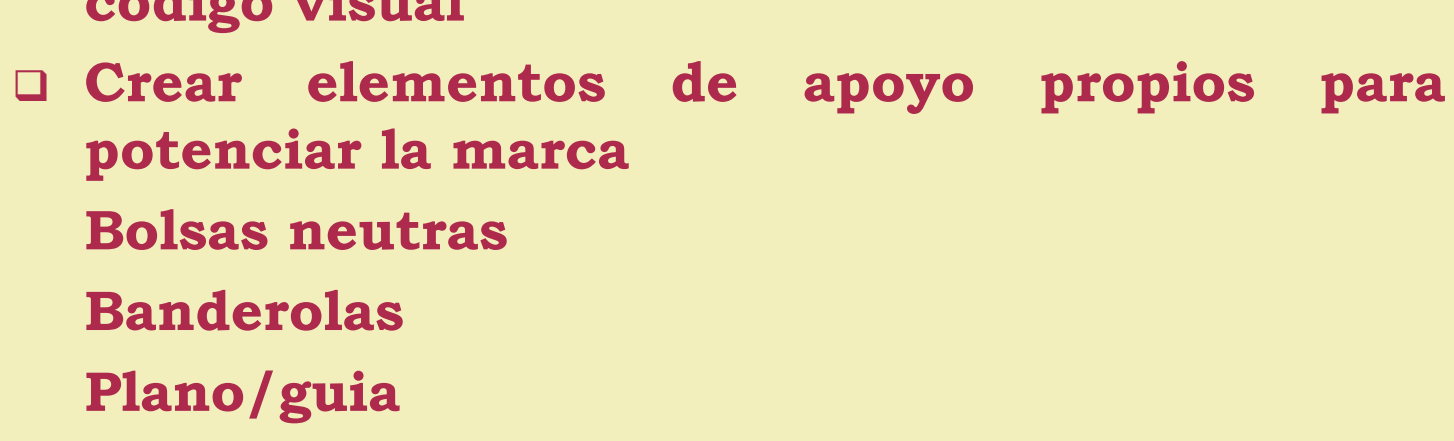


SEÑALIZAR






Comunicar

- ❑ **Identificar nuestros comercios mediante un código visual**
 - ❑ **Crear elementos de apoyo propios para potenciar la marca**
 - Bolsas neutras**
 - Banderolas**
 - Plano/guia**
 - ❑ **Puntos de apoyo publicitarios de nuestra marca en áreas de influencia para reforzar la identidad**
 - ❑ **Presencia multimedia a través de un Portal, como otro elemento de comunicación.**
- 



Diferenciar

- ❑ Comercio de proximidad diversificado: 104 especialidades.
 - ❑ Entorno cultural y de una gran belleza arquitectónica.
 - ❑ 26 calles peatonales
 - ❑ 2.500 plazas de aparcamientos.
- 



Señalizar

- ❑ **Destacando los elementos relevantes de nuestro comercio.**

Gran variedad de productos.

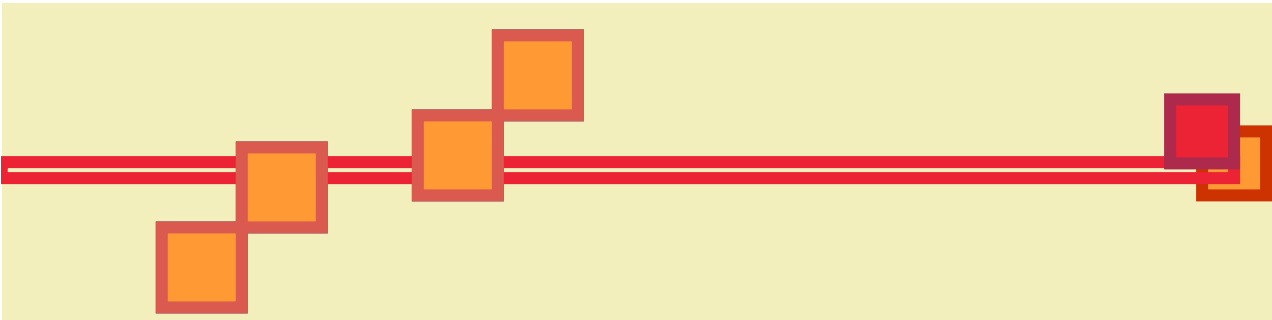
Relación calidad precio.

- ❑ **Colocando banderolas en las entradas para ubicar nuestro territorio.**

Es también una pieza publicitaria en la que damos la bienvenida a nuestros visitantes en diferentes idiomas.

- ❑ **Implantando señalización informativa para orientar al visitante sobre los lugares históricos, lúdicos, culturales y comerciales.**

- ❑ **Actualmente estamos en conversaciones con el Ayuntamiento para ampliar esta señalización, imprescindible en nuestra zona.**



Estos tres objetivos resumen el presente de Barna Centre al que dedicamos todos nuestros esfuerzos, pero también forman parte de nuestro futuro para continuar siendo un gran centro comercial a cielo abierto reconocido y valorado.

