



PROYECTO INNOCOMMERCE

INFORMACIÓN BASICA – PROYECTOS PILOTO

AYUNTAMIENTO DE ALICANTE - CONCEJALÍA DE COMERCIO

Nombre
GUÍA DE ITINERARIOS COMERCIALES POR EL CENTRO DE ALICANTE
Objetivos
<ul style="list-style-type: none">- Atraer el turismo de sol- playa-congresos al centro- Potenciar el atractivo comercial de la ciudad- El incremento de los desplazamientos por las zonas comerciales conlleva el potencial incremento de las oportunidades de negocio de los establecimientos situados en su entorno- Favorecer el conocimiento del comercio y la restauración en la ciudad.- Rediseñar el clásico concepto compras – ocio –cultura.- Emplear la cultura gastronómica como valor añadido al acto de compra y como elemento integrador de las diversas culturas europeas.
Breve descripción: características del territorio, actuaciones previstas y principales beneficiarios.
<ul style="list-style-type: none">- La guía contendrá información de itinerarios con establecimientos comerciales, restauración, ocio, cultura y otros servicios complementarios.- Se realiza un estudio del comportamiento funcional del centro: puntos fuertes y débiles y de la oferta terciaria del centro- Fijación de itinerarios con mayor atractivo, de forma que puedan beneficiar también a otras calles próximas pero no incluidas en estos recorridos. Los itinerarios se definirán sobre ejes comerciales del centro de la ciudad y de zonas con importante densidad comercial- Definición de indicadores comunes de calidad de los establecimientos que se incluyen en la guía: producto, atención, estética- Los establecimientos representarán a la mayoría de las tipologías que se definan en la metodología y que responderán a esos indicadores- Redacción, edición y distribución de la guía.- Los beneficiarios directos son los titulares de las actividades que se incluyan en la guía e indirectamente, al aumentar el flujo peatonal, se beneficiarán también los establecimientos del entorno inmediato.
Carácter innovador
<ul style="list-style-type: none">- El atractivo de integrar en una guía las actividades más demandadas por los potenciales visitantes y consumidores: restauración, ocio, servicios y, como elemento aglutinante y principal, el comercio.- Sacar provecho de la sinergia de los ejes

Cronograma bimestral de las actuaciones

- Sep-octubre 2005:
 - Estudio de la oferta terciaria del centro
 - Determinación del comportamiento funcional del centro
 - Definición de itinerarios /ejes
 - Definición de indicadores comunes de calidad de los establecimientos
- Noviembre-diciembre 2005:
 - Estudio de la oferta terciaria del centro
 - Determinación del comportamiento funcional del centro
 - relación de establecimientos a incluir
- Enero –febrero 2006 Contratación administrativa de la experiencia externa (se intenta adelantar al último bimestre de 2005)
- Marzo – abril 2006 firma del contrato con la empresa adjudicataria e inicio de la redacción de la guía
- Mayo-junio 2006 redacción de la guía
- Julio- agosto 2006 traducción de la guía e impresión
- Septiembre- octubre 2006 distribución, lanzamiento y promoción de la guía

Presupuesto total

83.000 euros (no incluye el estudio sobre el comportamiento funcional del centro y su oferta comercial que forman parte de un proyecto diferente)

Planificación financiera

2005 Desplazamientos y estancias 5.000€

2006

- Desplazamientos y estancias 7.000€
- contratación externa 53.000 €
- gastos promocionales 18.000 €

Indicadores de realización

50.000 guías comerciales editadas
4-6 itinerarios comerciales diseñados
3-4 acciones de promoción comercial

Indicadores de resultado

Aproximadamente un 30% de establecimientos beneficiados del centro