

# ASPECTOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE CCA

VIII ENCUENTRO NACIONAL DE CENTROS COMERCIALES A CIELO  
ABIERTO

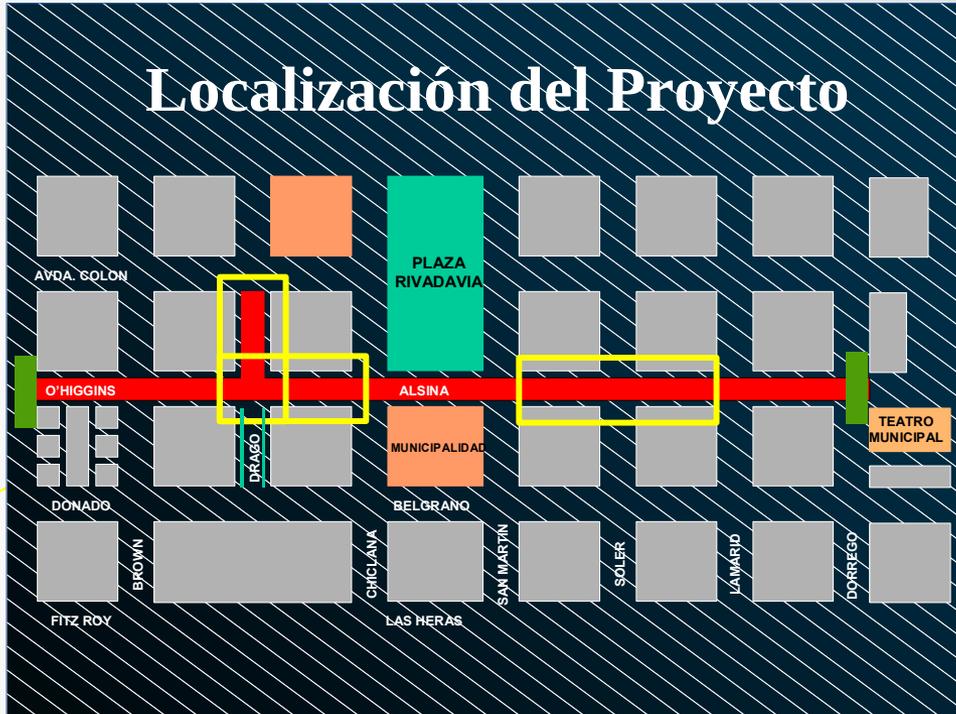
Presentación [Lic. Oscar Antonione](#)

- Qué es un CCA
- El sentido de un CCA
- El proceso de desarrollo
- La gestión de un CCA

## ¿Qué es un Centro Comercial a Cielo Abierto?

Una organización de **comerciantes** y otras empresas de servicios, que asociativamente trabajan con una planificación de **promoción** comercial, dentro de una **estrategia urbana**. Su objetivo es lograr una identidad propia y distintiva para mejorar los flujos de potenciales compradores, revitalizando los cascos urbanos y contribuyendo a la jerarquizar la oferta comercial de la ciudad.

# Localización del Proyecto



## Los CCCA deben integrar

- Propuestas de mejoramiento urbano
- Planes de promoción comercial
- Plan de identidad y comunicación
- Esquema de dirección y gestión

En base a trabajo asociativo y articulado entre el sector público y el privado

# Calle comercial a recuperar



# Calle Comercial renovada



## Calle comercial a recuperar



## Calle comercial renovada





Córdoba de las  
*Campanas*  
Distrito Cultural y Comercial



Córdoba de las  
*Campanas*  
Distrito Cultural y Comercial

Estrategia conjunta de información, promoción y comercialización de los comercios mediante un vehículo de comunicación con alcance local, nacional e internacional.



Córdoba de las  
**Campanas**  
Distrito Cultural y Comercial



INICIO | CIRCUITO HISTÓRICO | CENTRO COMERCIAL Y CULTURAL | **ADHERIRSE** | NOTICIAS | MARCA | LA CIUDAD | CONTACTO

#### Buscador de comercios

Seleccione el o los ítems que desea conocer y luego haga clic en buscar para iniciar la búsqueda.

Comercio

Producto

Rubro

-Todos-

Subrubro

-Todos-

:: BUSCAR

#### Noticias y novedades



08/12/2011

### FIN DE SEMANA PUENTE EN DICIEMBRE!!

Con Taw Travel

+++ Información



30/11/2011

### CAPACITACION GRATUITA

GESTION Y ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS

+++ Información

**CAPACITACIÓN  
GRATUITA PARA**





Córdoba de las  
**Campanas**  
Distrito Cultural y Comercial

Servicios



## Área Institucional

*Institucional Area*

Reservas de atención al público / Public opening hours

**Bancos / Banks**  
Luzes - Uvresen  
8:00 am - 12:00 hs

**Inmobiliarias / Real Estate**  
Luzes - Uvresen  
9:00 am - 12:00 hs

**Empresas de Viaje / Tourism Companies**  
Luzes - Sábado  
9:00 am - 12:00 hs  
17:00 hs - 21:00 am

**Hotelería / Hotels**  
★★★★ Pousal Saldar - Comodoro 2071 (20) 130000  
★★★★ Miramar - Tardes 100 141100 424600  
★★★★ Pasa - Entre Dos Ríos 100 141100 424600  
★★★★ Argentino - Entre Dos Ríos 100 141100 424600  
★★★★ Cristal - Entre Dos Ríos 100 141100 424600

**Un lugar, mucho por hacer...**  
*One place, much to do...*

CBA. CENTRO COMERCIAL A CIELO ABIERTO

**Bancos / Banks**

- BANCO DE CÓRDOBA
- BANCO DE LA NACION ARGENTINA
- BANCO HIPOTECARIO
- BANCO PASEO
- BANCO MACRO
- BANCO SUPLENTE
- CASA COOPERATIVA

**Hotelería / Hotels**

- Argentino
- Cristal
- Facul Hotel
- Facul Hotel Dora
- Intrepid Hotel & Spa

**Empresas de Turismo / Tourism Companies**

- 181 Andar
- 182 Argentina Viajes y Turismo
- 183 Córdoba Nativo Viajes
- 184 Córdoba Turismo
- 185 Dado Viajes
- 186 Eruaiman y Viajes
- 187 El Sol, Viajes y Turismo
- 188 Gullies Viajes
- 189 Industrial Trips
- 190 Inca Viajes
- 191 La Roca Viajes
- 192 Latitud Sur
- 193 Pasaente Viajes S.R.L.
- 194 Style Viajes
- 195 Sun Travel
- 196 Transatlántico S.R.L.

↑ Nacional / Pedestrian    ● Cajeros Link

== TURÍSTICO

Cultura



## Monumental Patrimonial

**CBA. CENTRO COMERCIAL A CIELO ABIERTO**

**Un lugar, mucho por conocer**  
*One place, a lot to learn*

**Iglesias Campanarias / Churches (Ib)**

- 1 IGLESIA SANTA CATALINA DE SIENA
- 2 CATEDRAL
- 3 IGLESIA CATEDRAL
- 4 MONASTERIO DE LA CARMELOSA DESCALZAS
- 5 IGLESIA DE LA COMPAÑIA DE JESUS
- 6 IGLESIA SAN FRANCISCO
- 7 IGLESIA DEL SANTISIMO SACRAMENTO SAN JORGE

**Museos / Museums**

- 9 Museo de Arte Religioso Juan Tardes
- 10 Museo del Banco Provincial de Córdoba
- 11 Museo Diego José Aramburu de San Martín
- 12 Museo de la Universidad Nacional de Córdoba
- 13 Museo del Teatro y la Música "Córdoba de Aguilar"
- 14 Museo Histórico del Colegio Monasterial

**Culturales, Históricas / Cultural (Ib)**

- 15 Academia Nacional de Ciencias
- 16 Salas Profundas
- 17 Teatro del Libertador General de San Martín
- 18 Teatro Real
- 19 Centro Cultural España Córdoba

**Facultades / Faculties**

- 20 Asociación Científica Miguel de Córdoba
- 21 Colegio Buenos Aires
- 22 Colegio Nacional de Monumental
- 23 Colegio San José
- 24 Colegio María Teresa de Jesús
- 25 Facultad de Ciencias Exactas Físicas y Naturales
- 26 Facultad de Derecho y Cs. Sociales
- 27 Facultad de Letras
- 28 Anexo de la Facultad de Lenguas
- 29 Facultad La Blanca

↑ Nacional / Pedestrian



Córdoba de las  
**Campanas**  
Distrito Cultural y Comercial

Organizada por rubros, siguiendo el formato de los folletos.

Facilita la búsqueda a los usuarios

Córdoba de las  
**Campanas**  
Distrito Cultural y Comercial

INICIO | CIRCUITO HISTÓRICO | CENTRO COMERCIAL Y

**Buscador de comercios**

Seleccione el o los items que desea conocer y luego haga clic en buscar para iniciar la búsqueda.

Comercio

Producto

Rubro  
-Todos-  
-Todos-  
COMERCIOS  
CULTURA  
GASTRONOMÍA  
SERVICIOS

USCAR

**Noticias y novedades**

**TAW**  
Travel and  
Tourism

INSCRÍBASE  
AHORA

# Tarjeta de beneficios



Esta tarjeta pertenece a Tarjeta JOVEN y es de uso personal e intransferible, debe ser usada en los establecimientos adheridos al programa de Beneficios. En caso de extraviar, por favor devolver a XXXXXX, dirección, Corrientes, Argentina.

BanCo



APICC



Gobierno  
Provincial

# Promociones y Animaciones Comerciales



# El sentido de un CCCA

## Objetivo General de un CCCA

Fortalecer el desempeño **competitivo** de PYMES dedicadas al comercio minorista y prestación de servicios jerarquizando la oferta comercial de la ciudad.

# Competitividad de las PyMEs

- Satisfacer adecuadamente necesidades de los clientes.
- Obtener rentabilidad.
- Generar condiciones de crecimiento del negocio.

# Las estrategias de desarrollo de un CCCA

- **Marco empresarial asociativo** (Asociaciones de comerciantes, Cámaras Empresarias)
- **Alianzas Estratégicas**
- Municipio (Convenios, Consorcios)
- Entidades financieras
- Empresas proveedoras
- Otras organizaciones

# Qué entendemos por ser competentes

- Competente *adj.* **1**-Que tiene las cualidades o conocimientos adecuados para hacer un trabajo o desempeñar una función. **2**-Se aplica a la persona o a la institución a la que competen o corresponden unas determinadas responsabilidades y obligaciones: las autoridades competentes.
- Diccionario Manual de la Lengua Española Vox.

# Qué entendemos por competir

- competir *v. intr.* **1**-Luchar con otros para conseguir un mismo fin. contender, rivalizar. **2**-Igualar una cosa a otra en calidad o perfección: nada podía competir con su simpatía. **OBS** Se conjuga como *servir*.
- Diccionario Manual de la Lengua Española Vox

Actualmente, el comercio de calles y avenidas debe competir para mantener su categoría.

¿Contra quién compite?



¿Contra éste?



¿Y éste con quién rivaliza?



¿Será con éste?







Todos tienen un público a quién satisfacer



## Los símbolos representan a la gente



La gente disfruta la pertenencia que contiene la identidad



La identidad se fortalece con resultados y logros



Y todos quieren el triunfo que los representa



Pero hay que competir



Y la competencia es cada vez mayor



Entonces hay que prepararse



# Y la preparación se planifica



Y aparecen nuevas recetas

# 98 Ejercicios de Entrenamiento de Fútbol

*1 año de tareas de La Libreta del Mister*



## Y nuevas tecnologías



## Y técnicas para innovar



Para intentar ganar



Pero solo no se puede hay que jugar en equipo



# El comercio de calles y avenidas necesita competir



## Se compite con otros formatos comerciales



# Centros Comerciales Cerrados



# Hipermercados



# Hipermercados



# Comercio ilegal



# Qué ofrecen

## Calles comerciales

- Proximidad
- Relación Personal
- Diversidad
- Patrimonio histórico
- Ocio
- Pertenencia, Identidad
- Espectáculos
- Dependencias Públicas

## Shoppings

- Diseño arquitectónico
- Limpieza
- Climatización
- Información
- Seguridad
- Ocio
- Animación
- Servicios

# Peatonal Florida



# Patrimonio Cultural



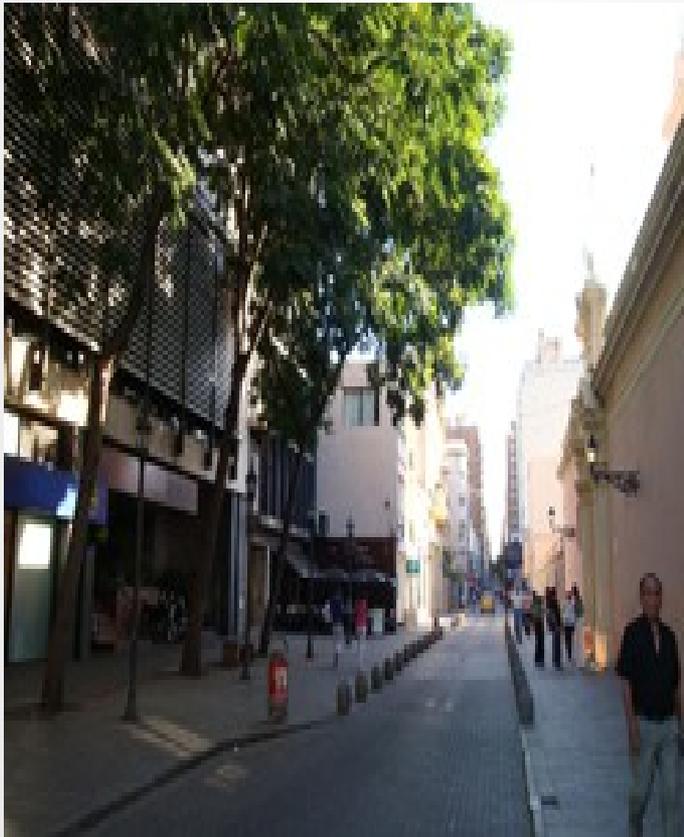
## Calles históricas



## Calles con Identidad



# Calles para pasear



Tenemos argumentos para competir, pero hay que jerarquizarlos



# VALOR PATRIMONIAL, CULTURAL, SOCIAL Y TURISTICO

El área central es un centro turístico receptivo de valor patrimonial, comercial, recreativo y cultural.



A.

**Circuito Patrimonial – Turístico**



**Circuito Natural - Cultural.**



**Circuito de Compras – Institucional - Administrativo**



El sentido de competir es lograr espacios comerciales agradables al público



El Sentido de competir desde un CCCA, es mantener la jerarquía y categoría de los comercios que lo conforman



# El proceso de desarrollo de un CCCA

## El Desarrollo de un CCCA

- Acuerdo Institucional entre el Sector Privado y Público
- Delimitación territorial del CCCA
- **Organizar la Dirección y Gestión del CCCA**
- Propiciar la participación Empresarial
- Generar el ámbito adecuado de tratamiento de todos los temas inherentes al CCCA
- Informar y comunicar avances y acciones

# Características

- El desarrollo del CCCA es un proceso Social de mejora continua.
- Requiere compromisos políticos y asistencia técnica/profesional.

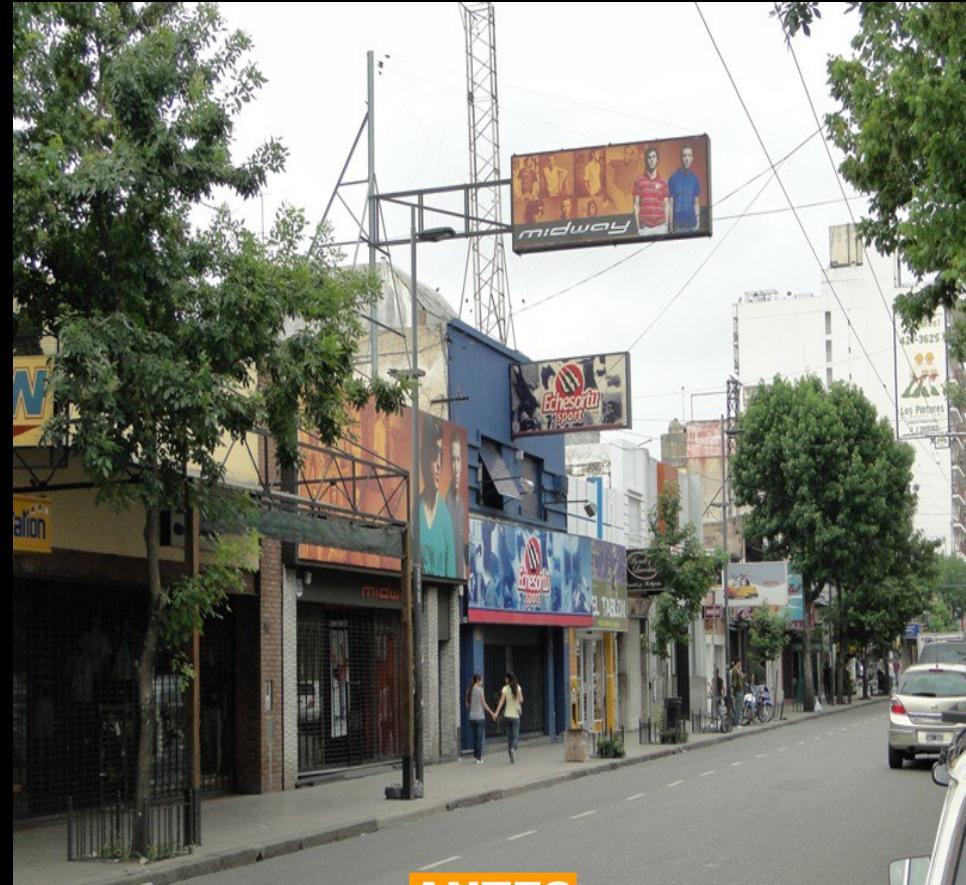
una PROPUESTA para el CAMBIO

# Eliminar la publicidad urbana: carteles bandera, marquesinas, pasacalles



ORDEN

**DESPUES**



**ANTES**

una PROPUESTA para el CAMBIO



## ACERCA DE LOS VEHICULOS y las PERSONAS

# REPINTAR LAS SENDAS PEATONALES



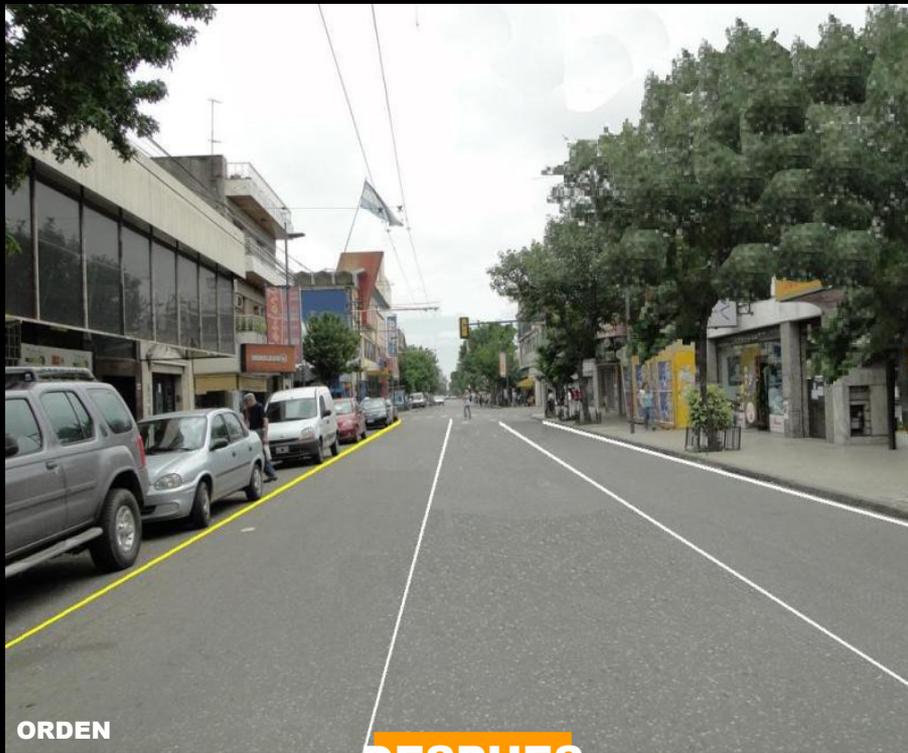
**DESPUES**



**ANTES**

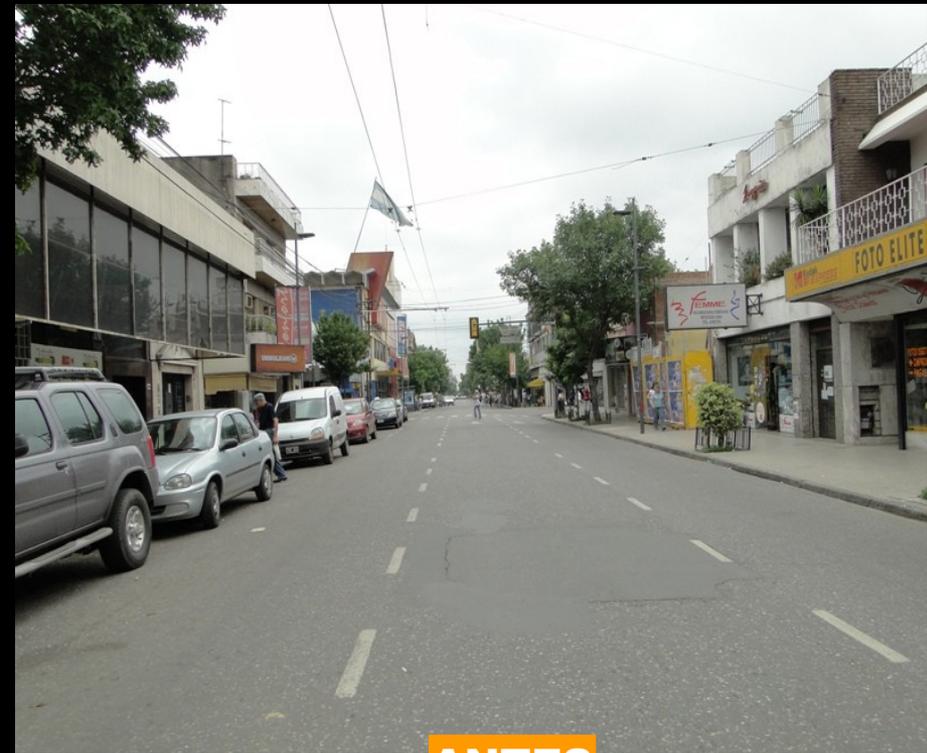
## ACERCA DE LOS VEHICULOS y las PERSONAS

# REPINTAR CARRILES



ORDEN

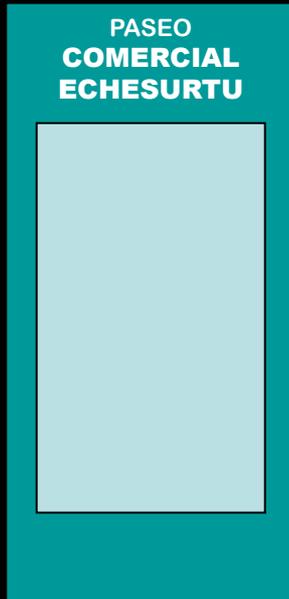
DESPUES



ANTES

una PROPUESTA para el CAMBIO

**Tomar una estrategia para señalar el centro comercial  
Donde comienza y donde termina  
ubicación de locales/marcas, etc.**



una PROPUESTA para el CAMBIO

## Cartelería

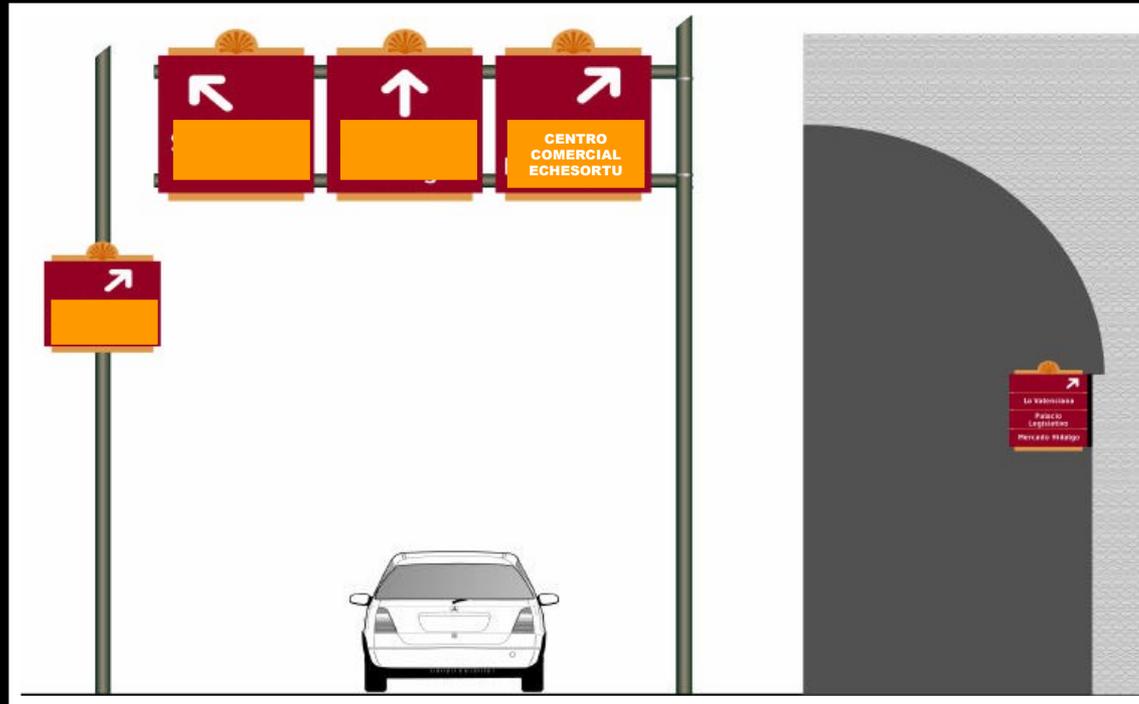
# Poner en practica las Normas Municipales Alinear marquesinas y carteles



RENDER

una PROPUESTA para el CAMBIO

# ORIENTAR HACIA EL CENTRO COMERCIAL DESDE LAS ARTERIAS PRINCIPALES



una PROPUESTA para el CAMBIO

# Reemplazar la Señalética existente



**DESPUES**



**ANTES**

# La gestión de un CCCA

## Gestión del CCCA

- Mantener concurrido el CCCA
- Generar promociones
- Realizar eventos de animación
- Mantener condiciones urbanas satisfactorias
- Concretar acuerdos estratégicos
- Mantener al CCCA relacionado con su público
- ¡Sorprender !



# Animación Esperanza



# Animación San Miguel



# Promociones y Animaciones Comerciales



Un CCCA exitoso es el resultado de una adecuada planificación y gestión



Las ciudades que jerarquizan su oferta comercial, que cuidan su identidad, su patrimonio histórico, su cultura, y el medio ambiente, son más seguras, más dinámicas, más alegres y más vivibles.

La verdad: es muy lindo este lugar para pasear, comprar y encontrarse





Estar seguro  
en un lugar  
atractivo

Agradezco a todos los que se interesan y pueden contribuir a que nuestras ciudades mantengan condiciones urbanas dignas que jerarquicen una mayor calidad de vida social en ellas, por nosotros y nuestros hijos.

Oscar Antonione