



**DOSSIER**

# INDICE

**1. INTRODUCCIÓN**

**2. CREACIÓN DE LA ASOCIACIÓN**

**3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA AGRUPACIÓN  
BILBAOCENTRO**

**4. COLECTIVO QUE LA CONSTITUYE**

**5. LINEAS DE ACTUACIÓN**

**5.1 RELACIONES INSTITUCIONALES Y URBANISMO**

**5.2 ANIMACION Y PROMOCION COMERCIAL**

**5.3 ASOCIADOS, SERVICIOS Y PLAN ZONAL**

**5.4 COMUNICACION**

# 1. INTRODUCCIÓN

## ¿QUÉ ES LA AGRUPACIÓN COMERCIAL BILBAOCENTRO?

La Agrupación Comercial BilbaoCentro, es una entidad que agrupa a los comercios y empresas de servicios, con el fin de organizar actuaciones conjuntas destinadas a promover al distrito de Abando como zona de servicios, comercial y de ocio, al mismo tiempo colaborar con cada asociado para la mejora y modernización de su negocio.

El sector de la distribución en el cual estamos inmersos es un tema complicado, complejo, evolutivo, y con interdependencia directa con un entorno social que va mucho más lejos de nuestra propia ciudad y nuestro sector. Por ello, deseamos implicar a cuantas empresas comparten nuestro interés por el desarrollo de tan destacada zona.

Promover la Agrupación no es fácil. Nuestro éxito estriba precisamente en el contenido de nuestra Agrupación, la gestión de la empresa actual debe ser permanentemente activa y esto se debe reflejar en la Agrupación en la que cada uno debe colaborar en el funcionamiento global.

### ¿QUÉ PRETENDE LA AGRUPACIÓN COMERCIAL BLBAOCENTRO?

El objetivo primordial es la promoción y difusión de la oferta comercial y de ocio, para aumentar la capacidad competitiva y el atractivo del conjunto del comercio y servicios establecidos en el centro de Bilbao, a través del impulso de campañas de animación y difusión comercial, dirigidas a mantener y captar nuevos clientes para el comercio de Abando.

Al mismo tiempo promover actividades internas dirigidas a la mejora de la información, formación, servicios, modernización de los negocios, etc...

### ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA PARTICIPACIÓN DE LOS COMERCIOS EN ESTE PROYECTO?

Porque para conseguir este objetivo es preciso la participación de todos y cada uno de las empresas de Abando.

Porque el éxito del desarrollo de este Proyecto, radica en el grado de implicación y participación de los empresarios, que a través de su Agrupación, darán fuerza y razón para ejecutar nuestros fines.

Porque todo aquel empresario que no realice el esfuerzo de modernización y renovación necesario para adecuarse a las nuevas exigencias del mercado, en el futuro verá disminuir capacidad competitiva.

## **2. CREACIÓN DE LA ASOCIACIÓN.**

La Asociación hoy denominada "Agrupación Comercial BilbaoCentro" y fundada en Febrero de 2.004, es fruto de la unión de las dos Asociaciones de Comerciantes que operaban en las zonas de Indautxu y Ensanche, en el distrito de Abando. BilbaoCentro recoge las inquietudes que llevaron a un grupo de empresarios, hace ya varios años, a crear estas dos asociaciones con el fin de fortalecer y dinamizar sus zonas como espacios comerciales y de ocio.

Asimismo, se quiere desarrollar las sinergia de la zona de Indautxu y del Ensanche, para atraer al mayor número de consumidores dentro de un entorno más atractivo y confortable.

## **3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA AGRUPACIÓN BILBAOCENTRO**

- Promocionar nuestra zona como un lugar de comercio y de ocio de calidad.
- Mejorar la atención al asociado.
- Colaborar en la capacidad competitiva de nuestras empresas.
- Mejorar nuestra representatividad.

## **4. COLECTIVO QUE LA CONSTITUYE**

Al constituirse la Agrupación Comercial BilbaoCentro se compone de 400 empresas, representando múltiples actividades localizadas en el área del centro de Bilbao. Está gestionada por una Junta Directiva de 13 miembros, todos ellos gerentes de diferentes empresas de la zona.

## **5. LINEAS DE ACTUACIÓN**

### ***5.1 RELACIONES INSTITUCIONALES Y URBANISMO***

La filosofía que debe impregnar todo el área de relaciones institucionales es la de acudir a todos aquellos foros en los que se debatan temas que de manera directa o indirecta afecten al sector empresarial a nivel general, a las empresas que forman parte del mismo de manera concreta y/o al área de Abando entendida como espacio con implicaciones sociales, urbanísticas y administrativas sobre el que se desarrolla la actividad empresarial de los establecimientos pertenecientes a la agrupación.

Todo ello desde una postura proactiva que implique la percepción por parte del resto de agentes con responsabilidades tanto en el sector como en la ciudad, de una imagen asociativa en términos de:

- colaboración,
- planteamiento no solo de problemas, sino también de posibles soluciones, y la intención de trabajar en común por la mejora

del comercio y la zona de Abando con todas las connotaciones que ello conlleva de apoyo a la modernización y desarrollo por ende de la propia ciudad.

Para ello se impone la intervención directa en los siguientes foros que actualmente se encuentran abiertos:

- Bilbao Dendak. Plenario y comisiones varias.
- CECOBI. Comité Ejecutivo, Junta Directiva y comisiones varias.
- Cámara de Comercio. Pleno y Comisión de Comercio Interior.
- Consejo de Distrito. Comisión técnica.
- Ayuntamiento de Bilbao. A través de las reuniones necesarias para transmitir a los responsables municipales aquello que se considere oportuno, y en relación a las Concejalías y/o Áreas que sean pertinentes.
- Gobierno Vasco. Idem respecto a los distintos Departamentos que componen el mismo y que de una u otra manera desarrollen competencias en temas que afecten al sector.

## **5.2 ANIMACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL**

Siendo ésta una de las principales áreas de actuación de la asociación por su incidencia directa en las empresas asociadas y la alta valoración que para las mismas merece, se impone elaborar un calendario de actuaciones de animación y promoción comercial que asegure la organización de, al menos, dos campañas anuales que de

manera estable coincidan con las temporadas de primavera y otoño, además de otras acciones que se determinen en exclusiva y directamente para hacer coincidir con la campaña de la Navidad.

Estas actividades deberán tener como objetivo conseguir hacer de la zona Abando un área atractiva para el consumidor, aunando en la misma la promoción comercial, del ocio, la cultura y la gastronomía; y configurando de esta manera el mix más completo posible:

### **Campañas Promocionales**

#### **Campaña de Primavera: cultura y ocio**

#### **Campaña de Otoño: sorteo-promoción**

#### **Campaña de navidad**

### **5.3 ASOCIADOS, SERVICIOS Y PLAN ZONAL**

#### **5.3.1 ASOCIADOS**

Para el desarrollo y consolidación del tejido empresarial de la zona centro de Bilbao, es necesario contribuir a que las empresas asociadas cuenten con todas las herramientas posibles para lograr un mejoramiento continuo de la gestión de sus negocios, facilitando la consecución de las condiciones más favorables para la práctica mercantil diaria.

Bajo esta perspectiva se impone la realización de una serie de acciones.

Se mantendrá a los asociados continuamente informados, a través de Circulares explicativas de todos aquellos temas que se considere revisten interés alguno para el sector teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Personalizados
- Rigurosos
- De calidad
- Permanentes

#### *5.3.2. SERVICIOS*

Se facilitará la gestión de cuantos servicios sean necesarios para la desarrollo de la actividad empresarial con los siguientes objetivos:

- Generar más valor para el asociado
- Aumentar la eficacia de gestión del asociado
- Diseñar una oferta atractiva

#### *5.3.3. PLAN ZONAL*

Al hablar de Plan Zonal se hace referencia a todas aquellas acciones encaminadas a trabajar la zona física o geográfica en la que se ubican las empresas asociadas con la intención de fomentar el mejoramiento de la misma desde un punto de vista también físico o material, por entender que el contar con unas óptimas condiciones del

entorno urbano contribuirá a que se produzca también una mejoría continua en el desarrollo de la actividad empresarial.

- Definición de los ejes comerciales
- Descripción de necesidades y actividades por zonas
- Información zonal (directorios)
- Consolidación de la marca BilbaoCentro en todas las zonas

## **5.4 COMUNICACIÓN**

### **Presencia en medios.**

➤ Habrá de procurarse la presencia constante en los medios de comunicación de Bilbao y área de influencia para avanzar en la consolidación paulatina de la marca "Bilbaocentro", a través de dos variantes:

.- Conseguir cobertura de todos los eventos, manifestaciones y actuaciones auspiciadas desde la asociación, rentabilizando al máximo la publicidad directa e indirecta que esta repercusión ofrece, tanto a la propia asociación como a las empresas integrantes de la misma.

.- Erigirse en referente de consulta obligado respecto a todos aquellos temas que afecten y/o preocupen al sector y a la zona, atendiendo así las llamadas de los medios para responder a preguntas, intervenir en debates, etc.

### **Página web**

Dada la realidad empresarial y social de nuestros días, que se desarrolla con el apoyo incuestionable de las nuevas tecnologías, presentamos una página web de contenidos propios, encaminada a dar a conocer las actividades de la asociación, a difundir la

imagen corporativa de nuestra empresas y herramienta de comunicación con clientes y asociados.

*Si usted está interesado en asociarse puede acercarse hasta nuestra oficina sita en la **C/ Alameda de Urquijo, 30 (Galerías) 1º, Dpto. 8**, o bien llamarnos a los siguientes números :*

*Teléfono Asociación BilbaoCentro: **94-416 66 66**.*

*Teléfono de atención al Asociado: **94-410 31 41**.*

*E-mail: **info@bilbaocentro.com***

*Nuestro horario es de 9,00H a a14,00H. y de 16,00H a 19,00H.*

Atentamente,

**BILBAOCENTRO**



Nº SOCIO .....

REF. BAN .....

FECHA DE ASOCIACIÓN ...../...../.....

### **FICHA DE ASOCIADO**

#### **DATOS COMERCIALES**

ESTABLECIMIENTO .....

TITULAR .....

PERSONA DE CONTACTO .....

DIRECCIÓN .....

CODIGO POSTAL ..... MUNICIPIO .....

TELEFONO ..... GREMIO .....

FAX ..... SUBGREMIO .....

E - MAIL ..... C.I.F .....

Nº EMPLEADOS ..... EPIGRAFE – IAE .....

M2 SUPERFICIE DE VENTA .....

#### **DATOS BANCARIOS**

DOMICILIO DE PAGO .....

CODIGO DE ENTIDAD .....

CODIGO DE OFICINA .....

CODIGO DE CONTROL .....

Nº DE CUENTA .....