2000-2020

CENTROS COMERCIALES ABIERTOS

La FCCA, adherida a CAME, promueve el desarrollo de las ciudades a través de la revitalización de sus áreas comerciales urbanas.

CCA CENTROS COMERCIALES ABIERTOS

20 AÑOS | 150 CIUDADES

CAME
Confederación Argentina de la Mediana Empresa

FCCA
FEDERACIÓN DE CENTROS COMERCIALES A CIELO ABIERTO, CASCOS URBANOS Y CENTROS HISTÓRICOS

20 AÑOS – 150 CIUDADES

En el año 2000, la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), lanzó el Programa de Fortalecimiento del Comercio Minorista (PROCOM). Así comenzaba en Argentina la era de los Centros Comerciales Abiertos (CCA).

Este formato innovador transforma la gestión de las pymes comerciales de áreas urbanas y genera beneficios para las comunidades a las que pertenece. No sólo fortalece la competitividad del sector: también pone en valor los atributos que forman parte del corazón y la identidad de una ciudad.

La Federación de Centros Comerciales a Cielo Abierto, Cascos Urbanos y Centros Históricos (FCCA) –adherida a CAME–, por medio de la gestión institucional de sus dirigentes y las capacidades de un equipo multidisciplinario de profesionales, impulsa estos proyectos y brinda asistencia técnica para su concreción y desarrollo.

La misión de la FCCA es **crear condiciones y oportunidades que hagan posible el desarrollo del comercio y los servicios de ciudades en todo el país.**

Facilita la articulación de las entidades empresarias con los gobiernos locales para la identificación de mejoras urbanísticas, visuales, comunicacionales y de promoción comercial, que contribuyan directa o indirectamente a mejorar el acceso y la permanencia del público (potenciales consumidores) en las áreas comerciales. **El objetivo es potenciar los factores de atracción de las ciudades.**

LOGROS

- Proyectos de CCA en más de 150 localidades de todo el país.
- Más de 50 seminarios regionales de capacitación.
- 12 seminarios internacionales sobre CCA.
- 10 visitas a Centros Comerciales Abiertos españoles (300 participantes).

Las experiencias impulsadas por CAME y la FCCA alcanzan distintos grados de desarrollo y consolidación. En varias se concretaron obras de mejora urbanística. Y todas ellas implementan estrategias comerciales con foco en las cambiantes exigencias del consumidor del Siglo XXI.

Los primeros 20 años del programa representan no sólo un camino de hitos y logros, sino también de aprendizaje, transmisión de conocimiento e intercambio de experiencias para diseñar las estrategias acordes a cada realidad urbano–comercial.

La identidad local (cultura, historia, recursos naturales, idiosincrasia, vida cotidiana), **es el punto de partida en todos los CCA.** La respetamos y la nutrimos para que sea el principal valor diferencial en el proceso de posicionamiento de cada ciudad y su comercio.

CLAVES

- **Mejora continua y progresiva:** los CCA son procesos planificados (y permanentes), para consolidar la calidad del comercio y el desarrollo sostenido del ámbito urbano–comercial.

- **Asociatividad:** toda estrategia de jerarquización del comercio urbano se basa en el trabajo conjunto enfocado en el consenso para alcanzar objetivos.

- **Articulación público-privada:** trabajamos con entidades gremiales empresarias, municipios y gobiernos provinciales para impulsar proyectos locales a partir del involucramiento activo de todos los sectores.

- **Compromiso y participación:** vínculos sólidos y permanentes entre comerciantes, instituciones y vecinos, que comparten la responsabilidad sobre el CCA.

- **Sustentabilidad:** un CCA prioriza el cuidado del medio ambiente y la preservación de la salud de las personas. Las prácticas sociales y comerciales sustentables integran sus valores fundamentales.

- **Comunidad:** la transformación social y económica que generan los CCA favorece a la comunidad toda. Nace de la planificación que permite trazar objetivos de desarrollo sostenido y previsible.

- **Actualización:** la capacitación (desde estrategias comerciales hasta el diseño de vidrieras), y las herramientas técnicas (acciones promocionales, branding, nuevas tecnologías), son recursos fundamentales para una gestión profesionalizada de los CCA y sus comercios, acorde a las tendencias que marcan el rumbo en el sector.

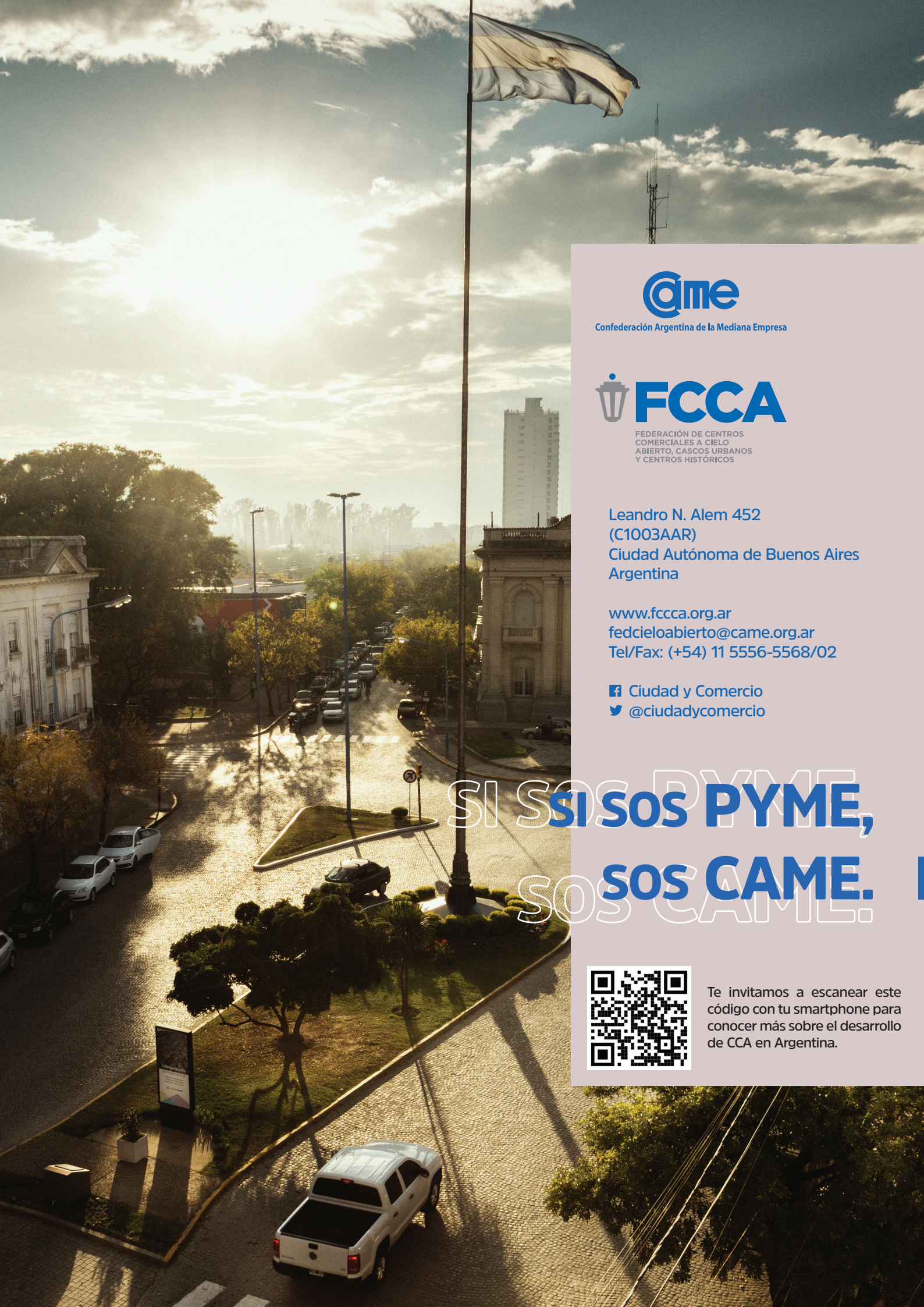
DESAFÍOS DEL PRESENTE Y VISIÓN A FUTURO

Cuando nació el programa, los principales competidores del comercio tradicional eran los hipermercados y las grandes superficies, cuya proliferación actuaba en detrimento del comercio urbano y los negocios de proximidad.

Pero durante los últimos años, **la creciente injerencia de la tecnología en la vida cotidiana modificó radicalmente el mundo del comercio minorista.** Nuevos actores digitales, consumidores hiperconectados, venta online, medios de pago electrónicos y otras innovaciones forman parte de la realidad que el comerciante vive todos los días.

Sin embargo, esos factores –y sus resultados en forma de nuevos hábitos de consumo–, no deben ser considerados amenazas. Estamos convencidos de que el comercio físico tradicional y los CCA no desaparecerán. Pero es fundamental que transiten un proceso de adaptación a las nuevas exigencias del mercado y los perfiles del consumidor para seguir siendo competitivos.

La FCCA y CAME están listas para acompañarlos en la transformación digital y su integración con los atributos del comercio físico, que siguen siendo decisivos a la hora de configurar una atractiva experiencia de compra y esparcimiento. **Siempre en el marco de un modelo propio de gestión urbana y comercial sustentable.**



Confederación Argentina de la Mediana Empresa

FCCA
FEDERACIÓN DE CENTROS COMERCIALES A CIELO ABIERTO, CASCOS URBANOS Y CENTROS HISTÓRICOS

Leandro N. Alem 452
(C1003AAR)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Argentina

www.fccca.org.ar
fedcieloabierto@came.org.ar
Tel/Fax: (+54) 11 5556-5568/02

Ciudad y Comercio
@ciudadycomercio

Si sos PYME, sos CAME.

Te invitamos a escanear este código con tu smartphone para conocer más sobre el desarrollo de CCA en Argentina.