



A Concellaría de Desenvolvemento Local e Emprego impulsou a creación do SAE-COMERCIO porque o comercio de proximidade é, en calquera cidade importante, un sector estratéxico que as administracións locais deben apoiar, xa que ten unha enorme capacidade para xerar actividade económica e ocupación. Obviamente Vigo non podía ser unha excepción: o pequeno e mediano comercio factura anualmente ó redor de 1.000 millóns de euros e ocupa a máis de 14.000 persoas.

De acordo co convenio de colaboración asinado o 12 de xuño de 2002 entre Caixanova e a Concellaría de Desenvolvemento Local e Emprego contratouse dous/dúas técnicos/as para conformar a estrutura técnica do SAE-Comercio e levar a cabo os traballos necesarios para a consolidación desta sección do Servizo de asesoramento a Emprendedores/as (SAE).

Como primeira medida, empezouse a traballar nun **estudio do comercio polo miúdo de Vigo**, para iso emprendéronse dúas accións:

Por una banda realizáronse estudos e recabáronse datos estatísticos publicados polas distintas organizacións, directa ou indirectamente relacionadas co sector: Secretaría de Estado de Comercio do Ministerio de Economía, Instituto Nacional de Estatística, Consellería de Innovación, Industria e Comercio, Instituto Galego de Estatística, Cámara de Comercio Industria e Navegación de Vigo, Concello de Vigo, Caixanova, La Caixa, e outras institucións de dereito público e privado.

E, por outra, realizáronse entrevistas coas distintas asociacións e federacións de comerciantes de Vigo co fin de analizar a problemática das diferentes zonas comerciais da cidade.

Do resultado de ambas as dúas actuacións, elaborouse un primeiro estudio da situación actual do comercio de Vigo e estableceuse a conveniencia de realizar, como primeira acción pública do SAE-Comercio, un **“Foro de debate”** no que participaron comerciantes das distintas zonas.

Paralelamente ao Foro de Debate, preparouse a **XORNADA DO COMERCIO DE VIGO** que tivo lugar o día 23 de xaneiro de 2003, coa que se pretendeu concienciar ao pequeno comercio de que, para a súa supervivencia, é imprescindible un maior grao de profesionalización, formación do/a comerciante e empregados/as, unha posta o día en novas tecnoloxías e, fundamentalmente, un maior grao de asociacionismo, como métodos fundamentais para poder competir nun mercado cada día máis complicado e esixente.

O equipo técnico do SAE-Comercio tamén desenvolveu outras accións como foron:

CAMPAÑA DE PUBLICIDADE

Dirixida a todos e todas os comerciantes/as de Vigo coa finalidade de implicalos/as como elementos clave na dinamización das distintas zonas ou barrios da cidade. A intención foi transmitirilles que eles/as van ser os/as protagonistas da revolución comercial que se vai producir no século XXI, e que a actividade comercial é motor e configurador da dinámica urbana e, polo tanto, a súa supervivencia repercute no benestar social.

A campaña, aínda que dirixida formalmente ó/á consumidor/a final, resaltando a diversidade do pequeno comercio urbano e a súa proximidade, tentou tamén que os/as propios/as comerciantes sintan o apoio do SAE-Comercio e, por ende, do Concello e Caixanova.

SEMINARIOS

Temas desenvolto:

- **Seminario: “Os centros comerciais abertos como obxecto para o comercio urbano”.**
- **Seminario: “A integración de diferentes tipos de oferta nun mesmo contorno urbano: mercado, ocio e comercio urbano de barrio”.**
- **Seminario: “Factores claves do éxito no comercio”.**

PRODUCTO FINANCEIRO

Elaborouse o anteproxecto dun microcrédito sen garantías adicionais que pretende cubrir o financiamento do activo circulante do primeiro ano de actividade da empresa, en substitución das subvencións a fondo perdido que ata agora se víñan concedendo por parte do Concello. Este novo instrumento financeiro permitirá, de ser aprobado, unha maior selección dos proxectos que hai que financiar, xa que só accederán a el os que realmente necesiten financiamento e, por outra banda, incrementarase o total de capital dispoñible.

Como primeiro test da bondade do proxecto, presentouse ao director de investimentos de UNIRISCO Galicia, SCR, S.A. para a súa análise crítica, quen emitiu unha opinión favorable tanto da idea como do sistema de análise de risco proposto, facendo especial fincapé na idea da necesidade de financiamento do capital circulante, que moitas veces é a causa primeira do fracaso dunha idea empresarial viable.