



**ACTA PLENO COMISIÓN 11 DE MARZO DE 2009**

El Pleno de la Comisión se celebró el miércoles 11 de marzo de 2009, a las 20´45 horas en el Salón de Actos del Centro Cultural Isabel la Católica, con el siguiente orden del día:

- 1. Aprobación acta anterior**
- 2. Últimas novedades sobre actividades y proyectos de Medina 21**
- 3. Situación del comercio y comercio del mueble de Medina del Campo**
- 4. Propuestas**

Asistentes:

- José Medina Romero
- Carmen Vara Lorenzo
- Susana Calderón Hernández
- Ana María Vázquez Vegas
- Francisco López Soto
- Alejandro Arias Conde
- Ana Isabel González de la Fuente
- Carmen de Dueñas Hernández
- Carlos Rodríguez Martín
- Carmen González Castanedo
- Javier Muñoz Pérez
- Jesús Vizcaíno Rodríguez
- Isabel Zancajo López
- Daniel Duarte Leyes
- Félix del Barrio Calvo
- Antonio García Ramos
- José Carlos Martín Gutiérrez
- José M<sup>a</sup> Cenarro Guerreiro
- Nicolás Rojo López
- Juan Vicente López Domínguez
- Javier Duque Lorenzo
- Antolín Gómez Martín
- José Tomás Alonso Carbajosa
- Nieves López García
- Fernando Vidal Pérez
- Paloma Gómez López
- Eduardo Presencio Sánchez
- Mari Carmen Ballesteros Sáez
- Palmira Martín González
- M<sup>a</sup> Jesús Carbajosa Gómez
- Teresa Casado Casado
- Manuela Navas Calabaza
- Carmen Alonso Domínguez
- Néstor Fernández Feroso
- Fernando Alonso Rodríguez
- Pilar Collado del Socorro
- Heliodoro Romero Fernández
- Fco. Javier Jiménez Écija
- Francisco Torre Manzano

## COMISIÓN CIUDADANA DE PARTICIPACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDINA 21

- Martín Hernández Díez
- Inmaculada Toledano Flores
- Rocío Pariente Lorenzo
- Crescencio Martín Pascual
- Antoni Peiret Carrera
- David Muriel Alonso

### 1. Aprobación acta anterior

Se aprueba el acta del Pleno de la Comisión Ciudadana de 30 de octubre de 2008.

### 2. Últimas novedades sobre actividades y proyectos de Medina 21

#### Proyectos prioritarios:

- **Área de Rehabilitación:** firmado el convenio de colaboración entre Ministerio de la Vivienda, Consejería de Fomento y Ayuntamiento de Medina del Campo a finales del pasado año, se ha entregado a la Junta de Castilla y León la memoria – proyecto en el mes de febrero, para su ejecución en 36 meses por un importe de 6.628.000 euros y para la rehabilitación de 300 viviendas del Centro Histórico y Comercial de Medina del Campo.
- **Plan de Movilidad Urbana:** aprobado el convenio de colaboración por el Ente Regional de la Energía para la elaboración del Plan de Movilidad de Medina del Campo durante el año 2009, con un presupuesto de 50.000 euros, de los que el 40% lo financia el Ayuntamiento y el resto entre el EREN y el IDAE.
- **Centro de Iniciativas Turísticas:** aprobado ya por la Junta de Castilla y León a finales del pasado año, se ha solicitado su adhesión a la Federación de CITs de Castilla y León.
- **Recuperación vías pecuarias:** elaborado un proyecto muy completo para su recuperación estructural, señalización y promoción por parte de uno de los equipos técnicos de trabajo y una persona voluntaria. Actualmente ya ha sido presentado a la Junta de Castilla y León y se están buscando vías de financiación.

#### Empleo e industria:

- **Empleomedina.com:** realizada campaña de promoción de la web de empleo y de sus servicios.
- **Domingo Abierto:** campaña de promoción realizada por la Asociación de Empresarios Centro Histórico Medina Comercial con la colaboración del Ayuntamiento en Valladolid a partir de la Feria INTUR, y que continua actualmente con la instalación de publicidad en buses de la capital.
- **Centro de Transporte:** iniciados los primeros pasos para establecer un área de transporte en el acceso de la Crta. De Olmedo a la A-6, en el Polígono Escaparate.
- **Apertura Vivero de Empresas:** la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid tiene previsto abrir en el mes de abril el vivero de empresas, para el que ya se están tramitando solicitudes. 25 empresas hasta la fecha han mostrado si interés por este espacio y 4 ya han formalizado su solicitud.
- **Jornada Recursos Humanos:** en relación con la actual situación económica, organizada el 10 de febrero por el Ayuntamiento, a la que asistieron las 12 empresas más importantes de la zona y unos 200 desempleados. Igualmente, se ha ampliado la oferta formativa durante los últimos meses.

#### Comercio y Turismo:

- **Centro Cultural San Vicente Ferrer:** abierto el Centro de Documentación en el Palacio Real Testamentario, el proyecto del nuevo edificio en la Calle Carreras está ya redactado y previsiblemente se iniciará la obra antes de que finalice el presente año.

#### COMISIÓN CIUDADANA DE PARTICIPACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDINA 21

- **Congreso Regional de Enoturismo de Castilla y León:** celebrado el 20 de noviembre con éxito de participación. Asistieron unos 100 profesionales del sector en la CCAA.
- **Feria del Mueble:** éxito de su primera edición en la mayor parte de los establecimientos participantes.
- **Agenda de Eventos 2009:** publicada con motivo de INTUR. Disponible en formato web y calendario en la Oficina de Turismo.

#### Habitabilidad y Participación Ciudadana:

- **Mi casa sostenible:** en marcha hasta junio este programa de educación ambiental, con una participación de 100 familias que han recibido un kit de ahorro para sus hogares, y que reanuda sus sesiones de trabajo en el mes de abril con las dedicadas a ahorro y consumo eficiente de energía. Se ha dividido a las familias participantes en 4 grupos en vez de los 2 iniciales para facilitar las tareas de asesoramiento. En el mes de febrero se participó en el Centro Nacional de Educación Ambiental de Segovia en unas jornadas de intercambio sobre esta iniciativa a nivel nacional.
- **Mi Ayuntamiento Sostenible:** se han instalado una serie de equipos de ahorro de agua y perlizadores en dependencias municipales con el objetivo de reducir el consumo de agua. Los lugares más significativos han sido los 2 polideportivos, el propio Ayuntamiento, la escuela de educación infantil y este Centro Cultural.
- **Medina 21 Escolar:** de cara al curso 2009/2010 se plantea trabajar en los colegios con los chavales en acciones concretas para mejorar su calidad de vida e implicarse también en los objetivos del Plan Estratégico.
- **Bolsa ecológica:** coincidiendo con la campaña de navidad, se repartieron 3.000 bolsas ecológicas por establecimientos comerciales de la villa.
- **Plan Avanza** inicio en el año 2009 con acciones de mejora los servicios de atención al ciudadano, especialmente vía Internet y los servicios turísticos, introduciendo nuevas tecnologías.
- **Voluntariado Ambiental:** novedad durante este año, existe una partida presupuestaria de 10.000 euros en el Ayuntamiento para apoyar propuestas relacionadas con este Plan Estratégico y en especial con cuestiones de educación ambiental por parte de Asociaciones y entidades.

### 3. Situación actual del comercio y comercio del mueble en Medina del Campo

Antoni Peiret, director del informe realizado por Círculo de Progreso en colaboración con el Ayuntamiento de la Villa, sobre el sector comercial y el comercio del mueble, a través de 600 encuestas a comerciantes y clientes, presente los principales resultados, que a continuación se resumen:

#### EL COMERCIO

Medina del Campo es un centro comercial de una larguísima tradición, con una zona de influencia directa que sirve a un total de 43 municipios, con una población de 21.256 residentes en Medina y 22.585 en los municipios cercanos, lo que supone un total de 43.841 habitantes. En este contexto, la estructura comercial que en 2007 contaba con un total de 503 establecimientos comerciales, de los que un 71% se dedican a equipamiento personal y del hogar, en tanto que otro 25% estaban especializados en alimentación, bebidas y tabacos, mientras que el restante 4% está formado por supermercados. Entre 2005 y 2007 se constata un incremento en el número de comercios del 10%.

Medina del Campo se caracterizaría por tanto como una ciudad de servicios, donde el comercio al por menor suponía en 2007 casi el 20% de las empresas locales y un 14% de los empleos directos.

#### CLIENTES

El **perfil del cliente del comercio** de Medina, se corresponde al de una mujer, de 35 a 44 años, asalariada y con unos estudios en Formación Profesional. Un perfil que hay que matizar, en la medida que el comercio medinense actúa como centro de mercado de una extensa zona y que hace que entre los clientes que provienen de otros municipios predominen los hombres.

## COMISIÓN CIUDADANA DE PARTICIPACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDINA 21

Las **unidades familiares** a las que se sirve, tienen en su mayoría de dos a cuatro componentes. Siendo unidades en las que a menudo son más de dos quienes aportan ingresos económicos; de forma que casi la mitad de las familias cuentan con rentas familiares medias de entre 1.000 y 1.499 €uros mensuales.

El análisis de los **hábitos y horarios de compra**, indica que casi un 20% de los clientes, aprovechan la mañana del domingo para adquirir productos de alimentación perecederos o, vestidos, calzados y artículos de piel; y entre un 10 y un 15%, adquieren otros productos.

Por otro lado, se observa en el sector de vestidos, calzados y artículos de piel un nivel de **fuga comercial** que afecta al 21% de los clientes, que se desplazan hasta la ciudad de Valladolid para surtirse de estos géneros. Los productos de Ocio, cultura y deportes, tienen una fuga significativa en la medida que un 25% prefiere desplazarse a Valladolid y otros municipios. Y ello frente a los productos de equipamiento del hogar, para los que un 45% de los clientes compra en los establecimientos del Centro de Medina, frente a poco más de un 10% que prefiere Valladolid para efectuar sus compras.

El comercio de Medina destaca según la **opinión de los clientes** por la calidad de sus productos y la variedad de la oferta, a la que valoran con nota, al igual que los cuestiones de accesibilidad y precios, que presentan una buena valoración. En tanto que horarios comerciales, atención al cliente y campañas de promoción, concitan un menor nivel de aprobación.

La **opinión de los consumidores respecto del entorno comercial** valora especialmente el entorno urbano en el que se desarrolla y que hacen del mismo, una marca del comercio de Medina. Marca que se apoya en otros dos aspectos altamente valorados como la oferta hostelera y los recursos turísticos, por su complementariedad, si bien son aspectos susceptibles de mejoras. Así mismo, la apertura del comercio en domingos y la ubicación actual del mercadillo, aparecen como cuestiones valoradas positivamente, en la medida que son una seña de identidad, del comercio de Medina. Lo que no significa que tal vez no pudieran ser replanteadas, bien la ubicación del mercadillo, bien la contraprestación que supone el cierre del jueves. En tanto que las facilidades de aparcamiento son motivo de queja; cuestión que deberá ser revisada tras la construcción del aparcamiento de la Plaza Mayor.

### COMERCIANTES

El **perfil del comerciante** de Medina responde a una mujer de mediana edad, con más de 10 años de experiencia. Si bien hay que señalar que en el factor edad se combinan la experiencia de los hombres, en la medida que un 60% de ellos cuenta con más de 20 años de experiencia y el empuje de las mujeres, ya que un 35% tiene entre 25 y 35 años.

Es la mayor parte de los casos se trata de un **comercio tradicional** y asentado, en la medida que casi la mitad de los establecimientos tienen más de 30 años de antigüedad, frente a un 40% abiertos a partir del año 2000. Así mismo, casi un tercio cuenta con una superficie comercial útil inferior a 50 m<sup>2</sup>, si bien la media esta entre 50 y 99 m<sup>2</sup>. Más de la mitad de los comercios, ha realizado reformas en los últimos años.

El ámbito de **procedencia de los clientes**, es en casi un 70% de los comercios principalmente local; frente al resto de establecimientos en los que provienen principalmente de otros municipios, por lo que el comercio actúa como factor dinamizador de la economía local.

Más de la mitad del comercio de Medina está asociado, buscando con ello el tener más fuerza como colectivo, obtener información, o estar incluidos en campañas de promoción conjuntas.

La **opinión de los comerciantes**, sitúa la calidad de los productos y la atención a los clientes, como los aspectos mejor valorados, situando los precios y la variedad de la oferta comercial, en un segundo nivel. Mientras que accesibilidad y horarios aparecerían en un tercer nivel de aprobación.

Otras cuestiones, donde los comerciantes muestran mayor divergencia, son la oferta hostelera. La ubicación actual del mercadillo, los recursos turísticos disponibles y la situación del entorno urbanístico, merecen un menor nivel de aprobación.

### CLIENTES DEL MUEBLE

El **perfil del cliente del comercio del mueble** en Medina del Campo responde a un hombre de edad media, con la condición laboral de asalariado y estudios de formación profesional, cuya unidad familiar esta formada por entre dos y tres componentes y unas rentas mensuales de entre 1.000 y 1.499 €uros.

## COMISIÓN CIUDADANA DE PARTICIPACIÓN Y SEGUIMIENTO DE MEDINA 21

Las **características que se busca en el mueble son** coste y funcionalidad, mientras que robustez o diseño, tienen una menor importancia.

Su **conocimiento del mueble de Medina** proviene de haber visitado ya estos establecimientos, o por medio de los medios de comunicación, en especial de la campaña "Medina Ciudad del Mueble", además de aquellos que ya han comprado en otras ocasiones. Se trata de clientes que casi en la mitad de los casos han realizado compras en el sector durante los últimos dos años. Casi la mitad de ellos, ha realizado compras en Medina, lo que evidencia la capacidad de atracción del sector del mueble de Medina.

El **principal interés** se dirige a la compra de muebles de cocina, seguidos en importancia por dormitorios, tresillos y butacas, o sillas, además de comedor y baño, mientras que el resto de las topologías de muebles presentan un menor interés.

Son **clientes** que valoran especialmente la calidad de los productos y variedad de la oferta. Precios y accesibilidad de los establecimientos, concitan también un alto nivel de aprobación, mientras que atención al cliente, horarios y campañas de promoción, se sitúan en un segundo nivel.

### COMERCIANTES DEL MUEBLE

El **perfil del comerciante del mueble** de Medina responde al de un hombre con más de 10 años de experiencia en el sector y estudios de grado medio.

Es un comercio basado en un **sistema de venta tradicional**, siendo muy pocos los que utilizan internet como forma de venta.

Se trata de comercios con gran experiencia ya que una cuarta parte de ellos cuenta con más de 30 años de antigüedad, frente a un tercio que abrió sus puertas a partir del año 2000, lo que evidencia su dinamismo.

Cuentan con una superficie de venta superior a los 500 m<sup>2</sup>. En tanto que el número de establecimientos que han realizado reformas asciende a casi dos tercios. El **origen de los muebles** comercializados en las tiendas de Medina, se distribuye prácticamente según tercios entre los fabricados en Medina, los producidos en España y los importados.

El **origen de los clientes** proviene en un tercio de los comercios principalmente de Medina y su comarca. Mientras que casi en otro tercio de establecimientos, el grupo principal reside en otras provincias de Castilla y León, viniendo en el resto de establecimientos de otras comunidades.

El **asociacionismo** entre los comerciantes del Mueble, es elevado, casi tres cuartas partes de los establecimientos lo están.

La **opinión sobre la oferta comercial** por parte de los comerciantes, sitúa la calidad de los productos, como el aspecto más valorado, seguido de la atención a los clientes, la variedad de la oferta, precios y horarios, que suscitan una opinión bastante positiva. Cuestiones como la Accesibilidad y Campañas de promoción se situarían en un tercer nivel de aprobación.

La **opinión de los comerciantes** en relación a otros aspectos que apoyan el desarrollo del sector, tiende a ser positiva en relación a la ubicación actual del mercadillo y la oferta hostelera, al igual que la apertura en domingos, y los recursos turísticos. En tanto que en lo referido al cierre de los jueves y las facilidades de aparcamiento, concita opiniones más negativas.

Se comenta la organización de reuniones de trabajo con comerciantes para, a partir del análisis de los resultados obtenidos, realizar propuestas de futuro.

En Medina del Campo, a 11 de marzo de 2009.  
La Secretaría de Medina 21.