

PARTICIPACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES EN LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EN ANDALUCÍA DE LOS CENTROS COMERCIALES ABIERTOS (CCAs)

Introducción.

El presente informe pretende analizar la participación de las organizaciones de consumidores en la estrategia de desarrollo de Centros Comerciales Abiertos (CCAs), promovida por la Junta de Andalucía, y valorar, en su caso, la necesidad de implementar en dicho proceso la intervención de las mismas, proponiendo determinadas formas de *participación y colaboración*.

En el III Plan Integral de Fomento de Comercio Interior de Andalucía 2007-2010 se recogía una serie de medidas para, entre otros fines, contribuir a la mejora de la calidad y de la competitividad de los pequeños y medianos comercios andaluces. En este sentido la Orden de 7 de mayo de 2010 de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte que pretende dar respuesta a dicho objetivo de mejora, regulando la figura de los Centros Comerciales Abiertos y el procedimiento para la obtención del reconocimiento como tal, y definiéndola como una fórmula de organización comercial que destinada a favorecer una distribución de la actividad comercial territorialmente equilibrada, responda a la “íntima” conexión entre comercio y realidad urbana, propiciando a su vez el asociacionismo empresarial.

Hasta la fecha de la redacción de este informe (1 de noviembre de 2011), han obtenido dicha acreditación los siguientes centros:

PROVINCIA	MUNICIPIO	CENTRO COMERCIAL ABIERTO
ALMERÍA	ALMERÍA	CCA ALMERÍA CENTRO
CÁDIZ	CÁDIZ	CCA CÁDIZ CENTRO COMERCIAL

CÁDIZ	JEREZ	CCA JEREZ CENTRO COMERCIAL
CÁDIZ	EL PUERTO DE STA. MARÍA	CCA EL PUERTO DE SANTA MARÍA
CÓRDOBA	POZOBLANCO	CCA POZOBLANCO, CIUDAD DE COMPRAS
GRANADA	LOJA	CCA COMERCIAL ABIERTO DE LOJA
GRANADA	GRANADA	CCA DE GRANADA, CENTRO ABIERTO
HUELVA	HUELVA	CCA CALLES DEL CENTRO DE HUELVA
JAÉN	ÚBEDA	CCA DE ÚBEDA
MÁLAGA	ÁLORA	CCA DE ÁLORA
MÁLAGA	NERJA	CCA DE NERJA
MÁLAGA	RONDA	CCA DE RONDA
MÁLAGA	MÁLAGA	CCA CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA
MÁLAGA	ANTEQUERA	CCA DE ANTEQUERA
GRANADA	MOTRIL	CCA DE MOTRIL
JAÉN	LINARES	CCA DE LINARES
CÓRDOBA	MONTORO	CCA DE MONTORO

Falta de participación de las organizaciones de consumidores en los CCAs.

A pesar del papel protagonista que ejercen los consumidores en el ámbito del sector comercial, dado que, sin su respaldo, cualquier iniciativa en este ámbito está condenada al fracaso, la puesta en marcha y funcionamiento, en nuestra Comunidad Autónoma, de los CCAs se ha desarrollado a espaldas de los intereses de los consumidores y usuarios y olvidando el papel que desempeñan sus legítimos representantes, las organizaciones de consumidores y usuarios.

Es cierto que la medida persigue el fomento del asociacionismo empresarial pero también lo es que su finalidad última se encuentra en la mejora de la calidad y la competitividad del sector comercial. Sin embargo, en la consecución de dicho objetivo último, se ha obviado toda participación de las organizaciones de consumidores y usuarias, tanto en la fase inicial de regulación, planificación e implantación de los CCAS, como en la posterior de desarrollo y evaluación de los mismos.

Se pretende captar la atención de los ciudadanos como potenciales clientes de los establecimientos ubicados en los CCAs mediante el aliciente de la mejora en la calidad que los mismos implican y se les presume. No obstante, los aspectos relativos a la protección de los derechos de los consumidores no se están teniendo en cuenta, dado que, hasta la fecha, no se ha puesto en marcha ni una sólo iniciativa al respecto, prevaleciendo, actualmente, de forma exclusiva, las actuaciones de interés empresarial.

Si acudimos a los distintos elementos o aspectos ligados a la actividad comercial y de atención al consumidor que son tenidos en consideración en el procedimiento de concesión del reconocimiento de Centro Comercial abierto, entre otros, tenemos los siguientes:

- Modelo común de funcionamiento y horarios
- Actividades conjuntas de promoción, publicidad y comunicación
- Señas comunes de identidad
- Urbanismo comercial: facilidad de acceso público y privado, estacionamiento de vehículos, señalización, etc...
- Comercios que cuentan con certificación de calidad UNE 175001
- Acciones de fidelización de clientes

Si atendemos por tanto a los elementos que son valorados y tenidos en consideración para el reconocimiento del proyecto presentado como Centro

Comercial Abierto, parece coherente que en el procedimiento de concesión, los consumidores, a través de sus organizaciones representativas, tuvieran voz así como que administraciones competentes en el ámbito de la protección de los consumidores y del comercio coordinaran sus actuaciones, evitando contradicciones tales como por un lado se promoció una actividad comercial que vulnera derechos básicos de los consumidores o que no habilita fórmulas de atención de sus posibles quejas.

Esta ausencia de participación, no hace más que profundizar y ahondar en el necesario papel que los consumidores deben jugar en la modernización, mejora y desarrollo del comercio andaluz, como un comercio de calidad y competitivo, y valorado también por un alto nivel de protección y garantías de los consumidores, sobre todo cuando nos encontramos ante estrategias auspiciadas y financiada desde la Administración Pública andaluza.

Necesidad de implicar a las organizaciones de consumidores en el desarrollo de los CCAs.

La participación de las organizaciones de consumidores en la consecución de un modelo comercial eficaz y eficiente, que favorezca el desarrollo equilibrado de la actividad comercial y su adaptación a las demandas del mercado, finalidad del desarrollo y fomento de los CCAs, no es sólo un requisito de legitimación al tratarse de una iniciativa pública sostenida con fondos también públicos, sino que entendemos que los objetivos que se pretenden son difícilmente alcanzables si no se cuenta con la participación de los consumidores como agente activos de este proceso.

A tal efecto, difícilmente puede conseguirse que los CCAs puedan hacer frente a otras formas de distribución comercial ya consolidadas y que cuenten con un amplio respaldo de los consumidores, si no consideran la protección de los derechos de éstos como un pilar básico de la calidad de su servicio. Al mismo tiempo, parece incomprensible el obviar la opinión y participación de las organizaciones de

consumidores más representativas de Andalucía en esta materia, ya que entre sus principales cometidos se encuentra la de hacer valer los derechos de los consumidores y usuarios.

De hecho, esta falta de participación, hasta el momento, de las organizaciones de consumidores en la fundamentación y desarrollo de los CCAs ha devenido, como consecuencia inmediata, en una carencia en la regulación del procedimiento legal establecido para la obtención del reconocimiento como tal (Orden de 7 de mayo de 2010 de la consejería de Turismo, Comercio y Deporte), de una referencia expresa a mecanismos garantistas y de mejora en la protección de los derechos de los consumidores y que la mención a la calidad se realice sólo a través de un elemento valorativo, que no tiene carácter excluyente, como es el número de comercios adscritos al CCA que cuentan con la certificación de calidad UNE 175001.

Por otra parte, se debe tener en cuenta que, además de garantes del cumplimiento efectivo de los derechos de los consumidores, las organizaciones representativas de éstos podemos contribuir a un desarrollo eficaz y eficiente de los CCAs. Entre otros motivos, porque el trabajo que desarrollamos, en el seno de estas Federaciones, nos hace estar en permanente contacto con los consumidores y con la realidad del mercado y de las relaciones de consumo, y como consecuencia de ello, no permanecemos ajenos al devenir de las distintas fórmulas de distribución comercial, permitiéndonos valorar imparcial y objetivamente los cambios positivos y negativos que, para los consumidores, se producen en las mismas.

Además, consideramos que el sector empresarial que forma parte de los CCAs podría beneficiarse de esta experiencia si, realmente, dicho empresariado lo contempla como una herramienta que les permita adaptarse con facilidad a los cambios del mercado.

Por todo ello, creemos un grave error la falta de participación y de opinión de las organizaciones de consumidores en el desarrollo de los CCAs, fallo que, una vez iniciado el proceso, puede y debe cubrirse con la puesta en marcha de diferentes iniciativas en los centros ya en funcionamiento.

Propuestas de participación

Tras motivar la necesidad de implicar a las organizaciones de consumidores y usuarios en el desarrollo de los CCAs, se plantean las siguientes propuestas de participación:

- Debería habilitarse un procedimiento para que las organizaciones de consumidores tuvieran conocimiento de las solicitudes de reconocimiento como CCAs que se presenten y, al mismo tiempo pudieran realizar las alegaciones o sugerencias que consideraran oportunas.
- Suscripción de convenios de colaboración entre los diferentes CCAs y las distintas asociaciones de consumidores provinciales, que impulsarían la realización de actuaciones dirigidas a la mejora de la protección de los consumidores y usuarios como herramienta para incrementar la calidad del servicio que prestan estos centros. Entre dichas actuaciones podrían encontrarse:
 - Campañas informativas y formativas (ventas especiales, devoluciones, garantías, etc.)
 - Supervisión de la publicidad del CCAs dirigida a consumidores.
 - Formación sobre Mediación, Arbitraje, Hojas de Reclamaciones dirigida a los responsables y trabajadores de los comercios.
 - Al mismo tiempo, se debería establecer una comisión integrada por representantes de los empresarios y de las organizaciones de consumidores que, además de velar por el cumplimiento de los términos del acuerdo, sirva como cauce de interlocución permanente entre ambas partes.
 - Fomento de la adhesión de los comercios ubicados en los CCAs a sistemas de resolución extrajudicial de conflictos y en concreto al Sistema Arbitral de Consumo de la Junta de Andalucía, y de información a los consumidores sobre las ventajas de dichos Sistemas.

- Incorporación de criterios valorativos que fomenten la mejora de la calidad, la atención al cliente y la protección de los consumidores en la regulación actual de los CCAs.
- Previa a otorgar la calificación de CCAs, someterla a la valoración del Consejo Andaluz de Comercio a través de la Comisión que se determine.