

3. Otras disposiciones

CONSEJERÍA DE TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA, INDUSTRIA, CONOCIMIENTO Y UNIVERSIDADES

Orden de 6 de julio de 2021, por la que se establece la regulación del procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

El Decreto del Presidente 3/2020, de 3 de septiembre, de la Vicepresidencia y sobre reestructuración de Consejerías, en su artículo 8 y el Decreto 117/2020, de 8 de septiembre, por el que se regula la estructura orgánica de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, en su artículo 1.1.j) disponen que le corresponde a este departamento, dentro del marco de las competencias atribuidas a la Comunidad Autónoma por el artículo 58.1.1.º del Estatuto de Autonomía para Andalucía, la relativa al comercio, ejerciéndola mediante la planificación, la ordenación, la promoción y el desarrollo de la misma, en el marco de las competencias atribuidas a la Comunidad Autónoma de Andalucía por el artículo 51.3 de la Constitución.

El comercio configura en gran medida los espacios urbanos, convirtiéndose en una actividad que va más allá de su mero componente económico, es un modelo cultural y social, de estilos de vida y planificación del espacio físico.

El fomento del asociacionismo comercial y el desarrollo del sector del comercio minorista en Andalucía se configuran como objetivos básicos de la política de comercio interior que viene desarrollando la Administración de la Junta de Andalucía.

El modelo de Centro Comercial Abierto es una fórmula de colaboración público-privada de organización comercial que favorece una distribución de la actividad comercial territorialmente equilibrada y que responde perfectamente a la conexión entre comercio y ciudad.

Actualmente, Andalucía es la única Comunidad Autónoma que otorga un reconocimiento específico a los Centros Comerciales Abiertos, mediante un procedimiento que fue establecido hace ya más de una década mediante Orden de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, de 7 de mayo de 2010, por la que se establece el procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía. Actualmente existen en Andalucía treinta y ocho Centros Comerciales Abiertos que cuentan con el reconocimiento de la Administración de la Junta de Andalucía al amparo del citado procedimiento.

Esta apuesta por los Centros Comerciales Abiertos en Andalucía es, a día de hoy, si cabe, más necesaria todavía, debido a la pérdida de identidad y competitividad comercial de los centros urbanos como consecuencia de la gentrificación turística y el aumento cada vez mayor de locales inactivos en las zonas comerciales.

Entre las prioridades de la Comunidad Autónoma de la Junta de Andalucía en el ámbito de las competencias de promoción del comercio minorista, se considera primordial seguir avanzando en modelos de cooperación público-privada como el de los Centros Comerciales Abiertos, que ha demostrado ser una fórmula exitosa en la organización comercial de los centros urbanos, y que requiere de un mayor impulso y apoyo desde la Administración.

Las lecciones aprendidas en los once años transcurridos desde su implementación, así como los diversos cambios que han afectado al comercio, en particular los derivados de la introducción de las nuevas tecnologías, que han modificado sustancialmente tanto los hábitos de consumo como las formas de comunicación existentes entre las personas consumidoras y las personas comerciantes hacen aconsejable adaptar la regulación existente a las nuevas circunstancias.

A todo ello se suman las diversas modificaciones legales acontecidas en este período, especialmente las relativas al Procedimiento Administrativo Común introducidas por la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y otra normativa de desarrollo como en el caso de Andalucía, el recientemente aprobado Decreto 622/2019, de 27 de diciembre, de administración electrónica, simplificación de procedimientos y racionalización organizativa de la Junta de Andalucía, que agilizarán la tramitación y comunicación con las entidades promotoras de Centros Comerciales Abiertos.

Mediante Orden del Consejero de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de fecha 28 de noviembre de 2019, se aprobó el VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2019-2022, con el que se pretende avanzar en la adaptación del modelo comercial andaluz a la nueva economía digital y ofrecer apoyo a las personas autónomas y a la pequeña y mediana empresa del sector comercial para su modernización y para la renovación de sus establecimientos, como formas de consolidación comercial y aumento de su competitividad. El Objetivo Estratégico 2 está dirigido a «Potenciar una ordenación comercial racional y equilibrada», que a su vez incluye entre sus líneas estratégicas una destinada al impulso de la mejora y la adecuación urbanístico-comercial, que contempla la Medida 2.1.3 dirigida a la «Promoción y fomento de los Centros Comerciales Abiertos» con varias actuaciones específicas para el formato.

Una de las actuaciones previstas en el Plan, la actuación 2.1.3.1. tiene por objeto la modernización del modelo de los Centros Comerciales Abiertos, mediante la modificación de su normativa reguladora, con el fin de aproximarla a los nuevos modelos de gestión público-privada emergentes. Además, contempla la actuación 2.1.3.7. destinada a la creación y puesta en marcha de una marca identificativa para los Centros Comerciales Abiertos reconocidos.

Con la nueva regulación del procedimiento previsto en esta orden se pretende avanzar en la consolidación del modelo, fomentando una mayor colaboración público-privada en la gestión del espacio urbano de los Centros Comerciales Abiertos.

En razón de todo lo expuesto, esta disposición satisface plenamente los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia que el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, exige cumplir en el ejercicio de la potestad reglamentaria. En orden a consignar su justificación, cabe decir, en primer lugar, que la razón de interés general que motiva la aprobación de esta norma es la conveniencia de impulsar medidas de promoción del comercio de proximidad y apoyo al movimiento asociativo.

En la medida en que en el procedimiento se ha fomentado la reducción de cargas para las personas y entidades interesadas, la agilización de trámites y la implementación de la administración electrónica, se constata que no existen otras medidas menos restrictivas de derechos, o que impongan menos obligaciones, para alcanzar tales fines, siendo su impacto claramente positivo, mejorando con ello la eficacia y la eficiencia en el funcionamiento de la Administración. En cuanto a la seguridad jurídica y transparencia, la orden incluye una descripción detallada de la forma en que se van a valorar los proyectos y los méritos alegados por las entidades participantes.

Por último, y atendiendo al principio de transparencia, se ha posibilitado el acceso a la documentación propia del proceso de elaboración de la norma, así como la participación activa de las personas y entidades potencialmente interesadas.

En virtud de lo expuesto anteriormente, a propuesta de la persona titular de la Secretaría General de Empresa, Innovación y Emprendimiento, y en uso de las atribuciones conferidas por el artículo 26.2.a) de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía, y los artículos 44.2 y 46.4 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía,

DISPONGO**CAPÍTULO I****DISPOSICIONES GENERALES****Artículo 1. Objeto.**

La presente orden tiene por objeto regular el procedimiento por el que se otorga el reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía y sus efectos, así como su revisión y su revocación.

Artículo 2. Concepto de Centro Comercial Abierto de Andalucía.

A los efectos de la presente orden se entiende por Centro Comercial Abierto de Andalucía a un área urbana delimitada en una zona con tradición comercial, que es gestionada profesionalmente, en coordinación público-privada, por una organización empresarial que representa a empresas del sector comercial y a una oferta diversa de servicios, ocio y cultura que cooperan entre sí, compartiendo una imagen y una estrategia común, con el fin de prestar servicios comunes y desarrollar acciones conjuntas para crear un espacio en la ciudad diferenciado, identificable y accesible, en el que las personas usuarias puedan disfrutar de una serie de actividades variadas y complementarias a las compras.

La organización empresarial debe evitar la adopción de decisiones y recomendaciones, cualquiera que sea su forma, que tengan como objeto o por efecto una restricción de la competencia, velando en su actuación por el respeto de la normativa de defensa de la competencia.

Artículo 3. Entidades promotoras y requisitos.

1. Podrán promover el reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía de una determinada área urbana aquellas entidades, legalmente constituidas bajo cualquier forma jurídica, que agrupen a empresas que realizan una oferta comercial, de servicios, ocio o cultura.

2. Los requisitos mínimos que han de reunir las entidades para obtener el reconocimiento son:

a) Que el proyecto de Centro Comercial Abierto cuente con al menos cincuenta entidades asociadas a la entidad promotora dentro del área delimitada del mismo.

b) Que el proyecto se ubique en un área urbana delimitada territorialmente, compuesta por uno o varios ejes de marcado carácter comercial que concentran una oferta diversa e integrada de comercio, servicios, ocio y cultura.

c) Que la entidad cuente con una representatividad de al menos el 30% de los establecimientos del área delimitada. Para medir esta representatividad se estará a lo dispuesto en el artículo 5.

d) Que sea gestionada profesionalmente. A estos efectos, se entiende como gestión profesional, aquella desempeñada por una figura independiente del órgano directivo de la entidad promotora, que no sea asociada, en los términos indicados en el artículo 7.2.a).

e) Que cuente con una estrategia compartida para llegar a un determinado público objetivo. A estos efectos se exige que la entidad cuente con un instrumento de planificación, que puede ser plurianual, aprobado por el órgano competente para ello, y consensuado con el resto de agentes implicados en el ámbito de actuación del Centro Comercial Abierto, tanto públicos como privados.

f) Que su funcionamiento se base en la colaboración público-privada. Para considerar acreditado este requisito, se exigirá el establecimiento de una relación permanente con el Ayuntamiento, a través de algún instrumento de colaboración jurídicamente permitido, tales como la celebración de convenios específicos para actuaciones en el Centro Comercial Abierto, la elaboración conjunta de un Plan Estratégico del Comercio,

u otros instrumentos de planificación que demuestren contar con un proyecto conjunto de ciudad. En todo caso, esta relación de colaboración ha de dotarse de mecanismos de transparencia hacia el resto de operadores.

g) Que cuente con una imagen comercial única, que sea utilizada en las actividades conjuntas de promoción, publicidad y comunicación que lleven a cabo. La aplicación de la imagen ha de estar plasmada en un Manual de Identidad Corporativa, que servirá de soporte para su utilización en cualquier elemento de comunicación empleado.

3. Además de cumplir los requisitos indicados en el apartado anterior, la entidad ha de obtener una puntuación mínima de 50 puntos en la valoración realizada según los criterios objetivos establecidos en el artículo 6.

4. Cuando en un mismo área urbana existan varias entidades interesadas en obtener el reconocimiento como Centro Comercial Abierto, el órgano instructor, una vez recibidas las solicitudes, y con anterioridad a su valoración, lo pondrá en conocimiento de todas las interesadas, otorgándoles un plazo de seis meses para que negocien, diseñen y consensúen un proyecto conjunto de Centro Comercial Abierto que las integre. Transcurrido dicho plazo, cada una de las entidades interesadas comunicará al órgano instructor el resultado de las negociaciones y su postura respecto a la solicitud inicialmente presentada, acompañando una nueva solicitud en el caso de que haya habido variaciones respecto a la inicialmente presentada. En caso de que no exista acuerdo, y todas las entidades sigan interesadas en la obtención del reconocimiento, se procederá a la valoración individual de cada uno de los proyectos individuales, otorgando el reconocimiento a la entidad que obtenga mayor puntuación. En este caso, se dictará, conforme al procedimiento establecido en el Capítulo II, una resolución única de otorgamiento en la que conste la puntuación obtenida por cada una de las entidades, que será notificada a todas ellas.

5. En el supuesto de que una entidad esté interesada en el reconocimiento de un Centro Comercial Abierto en una zona donde previamente exista ya otra entidad que ha obtenido el reconocimiento se procederá del mismo modo que lo previsto en el apartado anterior. En el procedimiento se dará trámite de audiencia a la entidad promotora del Centro Comercial Abierto preexistente para que aporte la documentación de valoración conforme a lo dispuesto en el artículo 17.

Artículo 4. Delimitación del Centro Comercial Abierto.

1. El Centro Comercial Abierto ha de estar delimitado territorialmente y concentrado en una zona o eje de mercado carácter comercial, existiendo continuidad entre las calles y plazas del mismo.

2. El proyecto ha de concretar con exactitud el perímetro del Centro Comercial Abierto y las calles y plazas que abarca la delimitación, indicando, en el caso de que comprenda calles incompletas, el número de la calle en que comienza y termina dicha delimitación.

3. La delimitación del Centro Comercial Abierto debe contar con el visto bueno del órgano de participación en materia de comercio del Ayuntamiento y estar incluida en los estatutos de la entidad gestora del mismo.

4. Una vez concedido el reconocimiento, podrá ampliarse la delimitación del Centro Comercial Abierto, siempre y cuando se considere preciso incorporar a la misma algún área limítrofe que reúna las condiciones para formar parte del mismo. Dicha ampliación habrá de ser aprobada por el órgano máximo de gobierno de la entidad gestora, formalizada en los estatutos y comunicada al Ayuntamiento. Una vez que se hayan cumplido dichos trámites se presentará solicitud de ampliación ante el mismo órgano ante el que se presentó la solicitud de reconocimiento, que lo tramitará conforme al procedimiento establecido en el capítulo II para el reconocimiento como Centro Comercial Abierto.

Artículo 5. Representatividad.

1. La representatividad de la entidad promotora del Centro Comercial Abierto informa sobre la proporción de empresas del sector comercial, de servicios, ocio y cultura existentes en su delimitación que pertenecen a la asociación.

2. El porcentaje de representatividad de la entidad promotora es el cociente resultante de dividir el número de establecimientos comerciales, de servicios, ocio y cultura asociados a la misma entre los establecimientos de esas mismas categorías en activo en las calles incluidas en la delimitación territorial del Centro Comercial Abierto a la fecha de presentación de la solicitud.

3. Para medir la representatividad se tomará en consideración el número de establecimientos existentes en los sectores del comercio, servicios, ocio y cultura en el área delimitada del Centro Comercial Abierto, en base a los datos del último Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía, publicado a la fecha de la solicitud del reconocimiento, que serán facilitados por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

4. La entidad promotora ha de velar porque no existan limitaciones injustificadas a la incorporación a la Asociación de nuevas empresas que se encuentren dentro del área delimitada del Centro Comercial Abierto.

Artículo 6. Criterios objetivos de valoración.

1. La valoración del proyecto de Centro Comercial Abierto se realizará en base a una serie de criterios objetivos agrupados en los tres aspectos que lo definen como tal, que son: la gestión, la estrategia y el urbanismo comercial. Los criterios a valorar en cada uno de estos aspectos son los siguientes:

a) Criterio de gestión, con los que se valoran los aspectos relativos al funcionamiento interno de la entidad promotora y la estrategia de colaboración público-privada con la que cuenta. Este criterio se puntuará con un máximo de 60 puntos conforme a lo dispuesto en el artículo 7, en base a los siguientes subcriterios:

1.º Recursos de los que dispone la entidad, valorado con un máximo de 20 puntos.

2.º Gestión profesionalizada de la entidad promotora, por el que se otorgarán un máximo de 15 puntos.

3.º Servicios generales ofrecidos a las personas asociadas, aspecto por el que se podrá otorgar hasta 5 puntos.

4.º Negociaciones y Acuerdos, otorgando una puntuación máxima de 10 puntos.

5.º Colaboración público-privada, por lo que se puntuará con un máximo de 10 puntos.

b) Aspectos que valoran la estrategia común de la entidad promotora, a través de las herramientas de planificación con las que cuenta y las actuaciones conjuntas que desarrolla. A este criterio se le otorgará una puntuación máxima de 30 puntos, en base a los siguientes subcriterios:

1.º Calidad de las herramientas de definición de la estrategia del Centro Comercial Abierto, que se valorará con un máximo de 5 puntos conforme a lo dispuesto en el artículo 8.

2.º Actuaciones de Imagen y Comunicación del Centro Comercial Abierto, que se valorará con un máximo de 10 puntos conforme a los aspectos descritos en el artículo 9.

3.º Dinamización Comercial, que se puntuará con un máximo de 15 puntos en base a los aspectos descritos en el artículo 10.

c) Urbanismo comercial. Se valora la adecuación del espacio común para el proyecto, otorgándole una puntuación máxima de 10 puntos, conforme a lo establecido en el artículo 11, tomando en consideración los siguientes subcriterios:

1.º Accesibilidad del tráfico, transporte público y aparcamiento.

2.º La señalización comercial.

3.º Funcionalidad de la trama urbana.

4.º Equipamiento y mobiliario urbano.

2. Estos subcriterios servirán de base para la valoración del proyecto en el momento del otorgamiento del reconocimiento debiendo obtener una puntuación mínima de 50 puntos sobre 100. También servirán de base para la revocación del reconocimiento. En el Anexo I de la presente orden se incluye una tabla resumen con todos los criterios de valoración y la puntuación máxima otorgable a cada uno de ellos.

Artículo 7. Gestión del Centro Comercial Abierto.

1. En la valoración de la gestión del Centro Comercial Abierto se tendrán en cuenta, en primer lugar, los recursos con los que cuenta la asociación promotora en base a los siguientes aspectos:

a) Se valora el disponer de una Oficina técnica de gestión del Centro Comercial Abierto que se constituye en un espacio físico con recursos técnicos y humanos para atender a las empresas asociadas, con un horario de atención establecido, otorgándose al respecto un máximo de 2 puntos por ello. Se acreditará mediante descripción incluida en la solicitud.

b) Representatividad. Se valora la representatividad de la entidad gestora, según lo dispuesto en el artículo 5, otorgando un máximo de 6 puntos. Se otorgarán 4 puntos a aquellas que cuenten con una representatividad de entre el 30% y el 50% y 6 puntos a las que tengan más del 50%.

c) Viabilidad económico-financiera del proyecto. Para valorar este aspecto se tendrá en cuenta la existencia de un equilibrio presupuestario entre ingresos y gastos, pudiendo obtener como máximo 8 puntos. Se valorará con 4 puntos a aquellos proyectos que cuenten con un presupuesto de ingresos suficiente para financiar los gastos de estructura de la entidad gestora. Se otorgarán 8 puntos a aquellos proyectos que cuenten con un presupuesto de ingresos que supere en al menos un 20% el presupuesto de los gastos de estructura de la asociación. A los efectos de efectuar esta valoración se consideran gastos de estructura los derivados de la gestión profesionalizada, ya sean gastos salariales, en caso de contratación laboral, o los derivados de contratación mercantil del servicio y los gastos asociados a la oficina técnica, tales como alquileres o suministros. A los efectos de medir la viabilidad, únicamente se tendrá en cuenta en el presupuesto de ingresos el procedente de las cuotas de las empresas asociadas, las posibles aportaciones de entidades privadas a través de patrocinios u otras fórmulas, el generado por el desarrollo de actividades propias y las aportaciones o subvenciones provenientes de la Administración local, quedando excluidas de este concepto las subvenciones procedentes de otros organismos u administraciones públicas destinadas a la financiación de actuaciones concretas. Se acreditará con la aportación de las últimas cuentas anuales aprobadas u otro documento acreditativo con validez legal.

d) Pertenencia a asociaciones profesionales de gestión de centros urbanos, o a federaciones de asociaciones gestoras que tengan por objeto la gestión de centros urbanos, ya sea de ámbito provincial, regional o nacional. Se valorará con 2 puntos por cada asociación a la que pertenezcan, con un máximo de 4 puntos.

2. Gestión profesionalizada de la entidad promotora. Este subcriterio valorará la gestión de la asociación realizada de modo profesional, para lo cual se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

a) Contar con una gerencia profesional. Se otorgarán un máximo de 8 puntos a los proyectos que cuenten con una gerencia profesionalizada del Centro Comercial Abierto, entendiéndose como tal la desempeñada por una persona o un equipo de profesionales, que realice las funciones de gestión del Centro Comercial Abierto, en base a la estrategia que se defina para el mismo. La gerencia profesional puede ser propia, desempeñada con medios propios de la entidad o bien externa, utilizando medios ajenos a la misma. En el caso de contratación laboral, la categoría o categorías profesionales han de corresponderse con las funciones a desempeñar por este tipo de puestos. En cuanto a la puntuación, se otorgarán 8 puntos en el caso de contratación laboral de la persona o el

equipo que conforme la gerencia y 4 puntos en el caso de que se contrate a una empresa externa.

b) La dedicación de la gerencia. Se otorgarán 4 puntos a los proyectos que cuenten con una gerencia a tiempo completo y 2 puntos en el caso de que la dedicación de la gerencia sea a tiempo parcial. En el caso de los Centros Comerciales Abiertos de poblaciones de menos de 50.000 habitantes se otorgará la máxima puntuación a la dedicación a tiempo parcial.

c) La cualificación de la gerencia. Se otorgarán como máximo 3 puntos a las gerencias que cuenten con formación especializada en Gestión de Centros Urbanos.

3. Servicios generales ofrecidos a las empresas asociadas. Para la valoración de este aspecto se tendrán en cuenta los servicios de asesoramiento general, el servicio de formación y la información periódica sobre temas de interés. La evaluación de cada uno de estos aspectos se realizará del siguiente modo:

a) El servicio de asesoramiento general a las empresas asociadas se valorará con un máximo de 1 punto, otorgándose 0,25 puntos por cada una de las ofertas prestadas directamente desde la Oficina Técnica del Centro Comercial Abierto, tales como cuestiones propias de la actividad comercial, información sobre ayudas a las que pueden acceder, novedades de la normativa de aplicación, y otras similares. También se valorarán los servicios de asesoramiento más especializado prestados de forma indirecta a través de empresas expertas en cuestiones jurídicas, fiscales, mercantiles, económicas u otras materias de interés para las empresas asociadas.

b) El servicio de formación ofrecido desde la oficina técnica se valorará con un máximo de 2 puntos. En este apartado se otorgará 0,5 puntos por el servicio de información permanente sobre la oferta formativa, jornadas y seminarios o los procedimientos de acreditación de competencias que se convoquen de interés para el sector. Este servicio puede ser prestado a través de la página web del Centro Comercial Abierto o a través del resto de herramientas de comunicación interior de que disponga. También se valorará con 0,25 puntos cada acción formativa o jornada o seminario sobre temas de interés desarrollada directamente por el Centro Comercial Abierto en el último año. Por último, se valorará con un máximo de 1 punto las actuaciones de asesoramiento a las empresas asociadas sobre la formación programada por las empresas y la actuación como gestor administrativo o entidad organizadora de la misma, en el marco de lo dispuesto por la Ley 30/2015, de 9 de septiembre, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral, y el Real Decreto 694/2017, de 3 de julio, que la desarrolla, o normativa que la sustituya.

c) La información periódica a las empresas asociadas se valorará con un máximo de 1 punto, otorgando 0,5 puntos por cada una de las vías utilizadas, tales como boletines internos periódicos, ya sea en formato papel o electrónico, la utilización de redes sociales, vías electrónicas como el e-mail o portal web, mensajería instantánea o similares. La entidad deberá acreditar las vías utilizadas y la periodicidad de su utilización.

d) La oferta a sus empresas asociadas de información relativa a la clientela habitual del Centro Comercial Abierto obtenida a través de herramientas tales como CRM (customer relationship management). Se valorará con un máximo de 1 punto.

4. Negociaciones y acuerdos. En este aspecto se valoran los acuerdos suscritos con entidades financieras, los acuerdos con proveedores diversos que aporten ventajas o descuentos para las empresas asociadas. Estos aspectos se valorarán con un máximo de 10 puntos siguiendo las siguientes reglas:

a) Se valorará con 1 punto cada acuerdo firmado por la entidad promotora con una entidad financiera que aporte algún tipo de ventaja a las personas o empresas asociadas.

b) Se valorará con 0,25 puntos cada convenio suscrito con alguna empresa proveedora de servicios o suministros que otorgue ventajas o descuentos a las personas o empresas asociadas.

5. Colaboración público-privada. En este apartado se valorarán las gestiones de la entidad promotora para implicar a todos los agentes que se interrelacionan en el espacio físico del Centro Comercial Abierto, tanto públicos como privados. Se otorgarán un máximo de 10 puntos por este criterio, otorgando 0,5 puntos por cada colaboración o participación acreditada en los siguientes ámbitos:

a) Se valorará la colaboración específica con la Administración Local con el objeto de coordinar las acciones de gestión del espacio urbano que ocupa el Centro Comercial Abierto, que puede abordar aspectos diversos como urbanismo comercial, limpieza, seguridad, mejoras de la trama urbana, normalización de bajos comerciales u organización conjunta de eventos culturales, turísticos o deportivos. También se valorará la cesión de espacios destinados a los usos del Centro Comercial Abierto, tales como el local para la oficina técnica del CCA. Se valorará tanto la suscripción de convenios de colaboración específicos al amparo de los que se haya llevado alguna actuación en el último año, como los instrumentos de participación en los que esté presente la administración local, tales como las mesas locales del comercio o similares.

b) La participación de la gerencia del Centro Comercial Abierto en los órganos, comités, foros u otros agentes privados del sector comercial, tales como asociaciones o federaciones de comerciantes, cámaras de comercio, mercados municipales o mercados ambulantes, donde se traten cuestiones relativas al desarrollo del comercio y del centro urbano, con el fin de establecer vías de colaboración conjunta.

c) La relación del Centro Comercial Abierto con el sector servicios, conducente a mejorar la convivencia en el espacio público, entre los que se encontrarían el sector de la hostelería, el ocio y el turismo, las entidades financieras, los despachos profesionales, los servicios de cuidado e imagen y otros similares.

d) Se valorará asimismo la interrelación con las asociaciones cívicas, tales como asociaciones vecinales, de consumidores y usuarios, asociaciones de voluntariado y otras, a través de la participación y colaboración con estas.

e) Por último, se tendrán en cuenta las relaciones de la asociación promotora con otros agentes que presten servicios públicos, tales como el servicio de taxi o vehículos de turismo con conductor (VTC), el transporte público, las empresas prestadoras de servicios de aparcamiento o los centros educativos.

La acreditación de los apartados c), d) y e) se realizará mediante declaración responsable de la persona representante del Centro Comercial Abierto en la que se relacionen las actuaciones en las que ha participado en el último año.

Artículo 8. Estrategia común de la entidad promotora.

1. El Centro Comercial Abierto ha de contar con una estrategia común plasmada en un documento escrito que incluya un planteamiento sobre el espacio y que cuente con el mayor consenso posible, no sólo entre las personas asociadas sino también con todos los agentes públicos y privados implicados en el espacio público del Centro Comercial Abierto.

2. Esta estrategia común ha de traducirse en un instrumento de planificación que puede ser anual o plurianual, en el que se concreten las actuaciones a desarrollar a medio, corto y largo plazo, indicando al menos para cada una de ellas, los medios humanos y materiales necesarios para su implementación, así como el calendario de ejecución y los costes y la financiación prevista para llevarlas a cabo.

3. Es requisito para obtener el reconocimiento, contar con la definición de la estrategia en un documento consensuado y por escrito. Pero además, se valorará la calidad de las herramientas estratégicas de la entidad, con un máximo de 5 puntos, en base al grado de consenso alcanzado con el resto de agentes en su elaboración, conforme a los siguientes aspectos:

a) Si el documento estratégico ha sido consensuado con el Ayuntamiento se otorgarán 2 puntos.

b) Se puntuará con un máximo de 2 puntos si en la elaboración del documento se le ha dado participación al resto de agentes intervinientes en el espacio, otorgando 1 punto por cada agente que haya participado, como por ejemplo otras asociaciones empresariales, cívicas, de prestación de servicios públicos o similares.

c) Se valorará con 1 punto si la entidad dispone de una herramienta digital para la planificación estratégica.

Artículo 9. Imagen y Comunicación del Centro Comercial Abierto.

1. El Centro Comercial Abierto ha de contar con una imagen corporativa que lo identifique como un espacio comercial diferenciado, que permita establecer un vínculo visual en todas las acciones de comunicación que realice, ya sea a través de acciones de promoción y dinamización o a través de las acciones de comunicación en cualquier soporte.

2. En la valoración de este subcriterio por el que se otorgarán hasta un máximo de 10 puntos, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

a) Disponer de un Plan de Comunicación del Centro Comercial Abierto, que incluya todas las acciones de comunicación previstas, con una planificación de las campañas, comunicaciones e inserciones en medios y también los recursos, responsables y presupuesto para su implantación. Se valorará con un máximo de 2 puntos.

b) Contar con un portal web que ofrezca información actualizada tanto al público en general como a las personas asociadas sobre la actividad del Centro Comercial Abierto, sus servicios y ventajas, así como los eventos programados y la difusión de sus actividades, que se valorará con 1 punto.

c) Contar con perfiles en redes sociales como herramienta de soporte a las actuaciones de comunicación. Se valorará con un máximo de 1 punto en base a su utilización, seguidores y visitas.

d) Realizar acciones de comunicación a través de medios tradicionales como prensa, radio y televisión. Se valorará con un máximo de 1 punto por las acciones realizadas en el último año.

e) Se valorará con un máximo de 1 punto la aplicación de la imagen del Centro Comercial Abierto, tanto a nivel interno entre las empresas asociadas, como a nivel externo para darlo a conocer a la clientela, en las campañas de promoción, en las actividades de animación comercial, en los elementos de señalización tanto peatonal como de vehículos, y en el resto de acciones de comunicación como el portal web y las redes sociales.

f) Identificación común de los establecimientos. Se valorará con un máximo de 2 puntos la implantación de elementos identificativos de los establecimientos adheridos al Centro Comercial Abierto, tales como placas, pegatinas, alfombras o sistemas similares, que permitan a la clientela identificar fácilmente aquellos establecimientos que ofrecen las ventajas promocionales y de fidelización.

g) Otras actuaciones de comunicación. Se valorarán con un máximo de 2 puntos actuaciones tales como publicación de estadísticas de evolución de la actividad económica en la zona (observatorio semestral o anual) que pueden ser de interés para los comerciantes pero también para el público en general, comunicación en otro idioma distinto al español, actuaciones de realidad aumentada o realidad virtual o cualquier otra actuación de comunicación.

Artículo 10. Dinamización comercial.

Se entiende por acciones de dinamización comercial a aquellas que tienen por objeto atraer al público, tanto habitual como potencial, al Centro Comercial Abierto, contribuyendo a que elijan este espacio como lugar para realizar sus compras y disfrutar de su tiempo de ocio frente a otras opciones. Estas actuaciones pueden ser planificadas y desarrolladas directamente por la asociación promotora o bien apoyando iniciativas o colaborando con

otros agentes públicos o privados. Para valorar este criterio se tendrán en cuenta las actuaciones desarrolladas en el último año en base a los siguientes aspectos:

a) Campañas de promoción conjunta, ya sean periódicas u ocasionales, consistentes en acciones de comunicación encaminadas a informar de la oferta y los valores añadidos que supone la realización de las compras en el Centro Comercial Abierto, ya sea en épocas de mayor interés comercial como las rebajas, la campaña de navidad o bien campañas ocasionales o esporádicas, coincidiendo con días o eventos especiales en el municipio tales como las fiestas locales, ferias temáticas, concursos gastronómicos, eventos culturales o deportivos u otros similares. Se valorará con 0,25 puntos por cada campaña con un máximo de 4 puntos.

b) Acciones de animación comercial de las calles, tales como pasacalles, actuaciones infantiles, animaciones musicales, etc. Se otorgarán 0,25 puntos por cada acción con un máximo de 2 puntos. En el caso de actuaciones que vayan acompañadas de promociones en los establecimientos, la puntuación otorgada por cada una de ellas será de 0,50 puntos.

c) Publicidad y marketing. Se valorará la comunicación de las actividades desarrolladas en el Centro Comercial Abierto y las campañas en los diversos medios, tanto de prensa escrita como radio y televisión, así como a través de las redes sociales o a través de la web. También se valora el uso de herramientas de geolocalización para las campañas de marketing digital, que permiten contactar con la clientela que está en la zona. Se valorará con 0,25 puntos por cada actuación con un máximo de 3 puntos.

d) Actuaciones de fidelización de clientes, tales como vales por la compra de productos, bonos descuento para aparcamiento, tarjetas de fidelización, tarjetas de crédito del Centro Comercial Abierto y otras acciones destinadas a dicho fin. Se valorará con 0,5 puntos por cada actuación con un máximo de 2 puntos.

e) Servicios adicionales a la clientela. Se valorarán los servicios que se presten de forma conjunta a la clientela del Centro Comercial Abierto, ya sea en fechas señaladas o de forma permanente, tales como ludotecas, servicio de reparto a domicilio, puntos de recogida de pedidos on-line, entre otras. Se valorará con 0,5 puntos cada servicio con un máximo de 2 puntos.

f) Seguimiento de las actuaciones. Se valorará con un máximo de 2 puntos si la entidad elabora estadísticas periódicas de seguimiento de participación en las acciones de dinamización comercial.

Artículo 11. Urbanismo comercial.

1. A los efectos de esta orden, se entiende por urbanismo comercial al conjunto de actuaciones o intervenciones sobre el espacio público en el área de delimitación del Centro Comercial Abierto, dirigidas a mejorar la accesibilidad, la circulación peatonal o la apariencia del espacio con el objeto de convertirlo en una zona más confortable que mejore la experiencia de compra y ocio de los usuarios.

2. El urbanismo comercial incluye los siguientes aspectos:

a) Accesibilidad del tráfico, transporte público y aparcamiento. El Centro Comercial Abierto ha de ser accesible utilizando tanto el transporte público como el individual, ya sea a través de vehículo de motor o medios más sostenibles, tales como bicicletas, patinetes u otros. En el diseño del paisaje urbano han de tenerse en cuenta todos estos aspectos de accesibilidad al centro, mediante una oferta adecuada de transporte público, la facilidad de acceso y aparcamientos suficientes, tanto de vehículos de motor como del resto de vehículos sostenibles.

b) La señalización comercial, que refuerza su imagen, aumentando su atractivo y favoreciendo la movilidad, orientación e información de los usuarios en el espacio comercial. Incluye tanto la señalización del espacio dirigida a los vehículos como la señalización peatonal, con elementos tales como hitos o puertas de entrada, directorios comerciales, banderolas y otros elementos similares. Los elementos de señalización

deben incluir la imagen corporativa del Centro Comercial Abierto. Se valora tanto la señalización fija como la digital.

c) Funcionalidad de la trama urbana. Este aspecto valora la facilidad para la circulación peatonal en las zonas comerciales, otorgándoles prioridad sobre la circulación rodada. Su objetivo es configurar el área para que el acto de compra sea más cómodo, seguro y atractivo para la clientela, a través de actuaciones tales como peatonalización, diseño de calles de coexistencia, eliminación de barreras arquitectónicas, ensanchamiento de aceras, pavimentación singular, restricción y regularización del tráfico rodado y otras actuaciones similares.

d) Equipamiento y mobiliario urbano. Este aspecto valora la normalización estética y homogeneización de los elementos de mobiliario urbano, tales como bancos, papeleras, jardineras, contenedores, farolas, kioscos, marquesinas de paradas de autobús y otros.

3. Dado que la ejecución de las acciones de urbanismo comercial dependen en exclusiva de la Administración Local, se valorará la labor proactiva del Centro Comercial Abierto a través de las propuestas e iniciativas elevadas al Ayuntamiento en esta materia, otorgando un máximo de 10 puntos en base a los siguientes aspectos:

a) Puesta en común entre los agentes privados intervinientes en la zona (comercios, servicios, hostelería, asociaciones vecinales, transportistas y otros) de las necesidades detectadas en materia de accesibilidad, mobiliario, situación del acerado y pavimento. Se valorará con un máximo de 2 puntos, otorgando 0,5 por cada reunión promovida desde el Centro Comercial Abierto o por la participación de este en los foros pertinentes para abordar estas cuestiones.

b) Realización de un estudio o análisis del paisaje urbano comercial del área del Centro Comercial Abierto, ya sea a través de medios propios o bien contratado a alguna empresa especializada, con el objeto de contar con un documento o memoria con propuestas de intervención en el espacio con el fin de mejorar su aspecto y accesibilidad, que se pueda elevar al Ayuntamiento. Se valorará con 2 puntos.

c) Estudios sobre tráfico rodado y accesibilidad al centro urbano a través de transporte público, vehículo de motor y otros medios sostenibles y sobre la existencia de bolsas de aparcamientos tanto de coches como de bicicletas y otros medios individuales. Se valorará con 1 punto la elaboración tanto si es con medios propios o ajenos.

d) Estudios sobre la limpieza y el sistema de recogida de basuras en la zona comercial con propuestas concretas de mejora. Se valorará con 1 punto.

e) Se valorará con un máximo de 4 puntos la puesta en común con el Ayuntamiento de las propuestas relativas a la mejora del urbanismo comercial, otorgando 2 puntos por la propuesta elevada al Ayuntamiento y 2 puntos si se han consensuado en un documento las actuaciones a desarrollar en esta materia con un calendario concreto.

Artículo 12. Efectos.

La obtención del reconocimiento, producirá los siguientes efectos jurídicos:

a) Otorgará los siguientes derechos a las entidades que obtengan el reconocimiento:

1.º La asociación promotora podrá hacerlo constar en las acciones de promoción que efectúe.

2.º Podrá ser incluido en las acciones promocionales que sobre esta materia realice la Administración de la Junta de Andalucía.

3.º Será incluido en la Relación de Centros Comerciales Abiertos de la Administración de la Junta de Andalucía, que será publicada en la página web de la Consejería con competencia en materia de comercio.

4.º Podrá identificarse como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

5.º Podrán participar, tanto la asociación promotora como el respectivo Ayuntamiento, en las convocatorias de subvenciones que se convoquen para Centros Comerciales Abiertos.

6.º Participación en los premios de comercio que organice el centro directivo con competencias en materia de comercio en la categoría específica para los Centros Comerciales Abiertos.

b) Con la obtención del reconocimiento, la entidad promotora del Centro Comercial Abierto asume las siguientes obligaciones:

1.ª A incluir en su imagen esta circunstancia, con las indicaciones de identidad corporativa que desde la Consejería con competencia en materia de comercio se den, en los términos indicados en el artículo siguiente.

2.ª A presentar una memoria de las actuaciones llevadas a cabo por la asociación en los términos y con los contenidos indicados en el artículo 14.

Artículo 13. Utilización de la denominación Centro Comercial Abierto de Andalucía y de su imagen.

1. Los Centros Comerciales Abiertos que obtengan el reconocimiento están obligados a utilizar, como complemento a su propia imagen, la imagen común que desde la Administración de la Junta de Andalucía se establezca. Esta utilización se realizará en particular en los elementos de señalización común del mismo, tales como los directorios y puertas de entrada y también en la cartelería y elementos de comunicación que realicen.

2. La Consejería competente en materia de comercio facilitará las instrucciones precisas para la utilización de la imagen diseñada.

Artículo 14. Memoria del Centro Comercial Abierto.

1. Los Centros Comerciales Abiertos de Andalucía que cuenten con el reconocimiento oficial de la Administración de la Junta de Andalucía deberán presentar ante la Delegación Territorial correspondiente, con carácter bianual, una memoria que refleje todas las actuaciones llevadas a cabo durante los dos años anteriores. Esta memoria, que se presentará en el primer trimestre del año natural siguiente a la fecha en que haya vencido el plazo de dos años desde la fecha del reconocimiento, ha de contar con el siguiente contenido mínimo:

a) Datos identificativos del Centro Comercial Abierto, que incluirá información actualizada sobre las personas que ocupan los puestos de dirección y gestión del mismo, dirección y datos de contacto, página web del Centro Comercial Abierto y datos identificativos de los perfiles en las redes sociales.

b) Información sobre la planificación estratégica del Centro Comercial Abierto en base al Plan de acción vigente y a los convenios u otras herramientas de colaboración público-privada vigentes con el Ayuntamiento.

c) Datos de gestión profesional del Centro Comercial Abierto. Equipo de gestión, especificando tipo de contratación y dedicación, oficina gestora de atención a las personas asociadas, horario de atención, número de asociados, ingresos anuales, fecha de presentación de las cuentas anuales y del presupuesto.

d) Servicios prestados por el Centro Comercial Abierto durante los dos años anteriores. Servicio de asesoramiento ofrecido, indicando en su caso número de atenciones, circulares informativas, boletines, mailings, o cualquier otra publicación periódica. Formación ofrecida a las personas asociadas, ya sea directa o indirectamente. En caso de contar con una central de servicios, descripción del funcionamiento de la misma. Relación de acuerdos y negociaciones con entidades financieras y proveedores vigentes.

e) Imagen y Comunicación del Centro Comercial Abierto. Información sobre el manual de imagen corporativa vigente, acciones de identificación de los establecimientos adheridos puestas en marcha y número de establecimientos que cuentan con la identificación del Centro Comercial Abierto, acciones de comunicación y promoción en medios.

f) Campañas de promoción conjunta realizadas, ya sean campañas de promoción periódica, ocasionales, acciones de animación u otras actividades similares, indicando fechas, actuaciones desarrolladas, resultados obtenidos y financiación.

g) Fidelización de clientes. Descripción de las actuaciones de fidelización de clientes implementadas y principales resultados de las mismas.

h) Urbanismo comercial. Se incluirán las mejoras llevadas a cabo en el urbanismo comercial durante los dos ejercicios anteriores.

2. Podrá incluirse además la descripción de alguna actuación que estime que puede ser considerada buena práctica, llevada a cabo en el periodo objeto de la memoria.

Artículo 15. Visitas de seguimiento.

Durante la vigencia del reconocimiento, personal de las Delegaciones Territoriales correspondientes o de la Dirección General con competencias en materia de comercio realizará visitas de seguimiento in situ al Centro Comercial Abierto, con el objeto de comprobar el funcionamiento y recursos del mismo.

Artículo 16. Órganos competentes.

1. La instrucción del procedimiento de reconocimiento, así como la de su pérdida será realizada por la Delegación Territorial de la Consejería competente en materia de comercio correspondiente al domicilio del Centro Comercial Abierto para el que se solicite el reconocimiento.

La valoración de la solicitud se llevará a cabo por el Servicio con competencias en materia de comercio de la respectiva Delegación Territorial, realizando las funciones de instrucción del expediente. La persona titular de la Delegación Territorial correspondiente, en base al informe de valoración, suscribirá una propuesta motivada de resolución que elevará al órgano competente para resolver.

2. La competencia para resolver recae en la Dirección General con competencia en materia de comercio.

CAPÍTULO II

PROCEDIMIENTO DE RECONOCIMIENTO COMO CENTRO COMERCIAL ABIERTO

Artículo 17. Solicitudes y documentación.

1. El procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía se inicia con la presentación de la solicitud por la entidad interesada.

2. Las solicitudes se cumplimentarán obligatoriamente en el modelo incluido en el Anexo II de esta orden, que habrá de incluir, además del contenido mínimo del artículo 66.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, la información relativa a todos los aspectos del Proyecto que ha de valorarse. La solicitud debidamente cumplimentada junto con la documentación acreditativa que se especifica en el apartado siguiente habrá de presentarse a través del Registro Electrónico de la Administración de la Junta de Andalucía, al que se podrá acceder a través de la página web de la Consejería con competencia en materia de comercio. Asimismo, podrán presentarse en cualquier de los registros electrónicos a los que se alude en el artículo 16.4.a) de la Ley 39/2015, de 1 de octubre. Para utilizar el medio de presentación electrónico, se considerarán válidos a efectos de firma cualquiera de los sistemas indicados en el artículo 10.2 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre. Cuando las personas interesadas utilicen un sistema de firma de los previstos en dicho artículo, su identidad se entenderá ya acreditada mediante el propio acto de la firma.

3. Las solicitudes deberán ir acompañadas de la siguiente documentación:

a) Estatutos de la entidad, escrituras de constitución o documentación constitutiva, debidamente inscrita en el registro correspondiente.

- b) Acreditación del Poder de representación con el que actúa el representante.
 - c) Justificación documental acreditativa de que la presentación de la solicitud ha sido aprobada por el órgano competente de la entidad.
 - d) Plano con la delimitación del Centro Comercial Abierto.
 - e) Documento acreditativo de la comunicación al Ayuntamiento de la delimitación del Centro Comercial Abierto.
 - f) Relación de empresas asociadas a la entidad promotora, especificando para cada una de ellas el sector de actividad.
 - g) Instrumento de Planificación del Centro Comercial Abierto que puede ser un Plan estratégico del Centro Comercial Abierto, Plan de acción o similar.
 - h) Documentación acreditativa de la relación permanente con el Ayuntamiento, según lo dispuesto en el artículo 3.2.f).
 - i) Manual de identidad corporativa.
 - j) Copia de las últimas cuentas anuales aprobadas o documento acreditativo con validez legal.
 - k) Acreditación con evidencias gráficas o documentales de cada uno de los criterios alegados en la solicitud:
 - 1.º. Documentación acreditativa de la gestión profesionalizada de la entidad promotora para acreditar los aspectos alegados según lo dispuesto en el artículo 7.2., que justifiquen la pertenencia a asociaciones profesionales de gestión de centros urbanos, la contratación laboral o externa de la gerencia profesionalizada o la cualificación de la gerencia.
 - 2.º. Documentación acreditativa de los servicios generales ofrecidos a las empresas asociadas alegados según lo previsto en el artículo 7.3.
 - 3.º. Relación y copia de los acuerdos suscritos con entidades y proveedores para acreditar el aspecto negociaciones y acuerdos contemplado en el artículo 7.4.
 - 4.º. Documentación acreditativa de la colaboración público-privada, según lo dispuesto en el artículo 7.5.
 - 5.º. Documentación acreditativa del grado de consenso del Instrumento de planificación con el resto de agentes públicos y privados, y en su caso de la herramienta digital para la planificación, según lo previsto en el artículo 8.3.
 - 6.º. Documentación acreditativa de cada uno de los aspectos relativos a la imagen y comunicación incluidos en el artículo 9.2. que alegue la entidad en su solicitud.
 - 7.º. Documentación acreditativa de las actuaciones de dinamización desarrolladas en el último año incluidas en el artículo 10 que alegue la entidad en su solicitud.
 - 8.º. Documentación acreditativa que sirva para valorar la labor proactiva del Centro Comercial Abierto en materia de urbanismo comercial, según lo previsto en el artículo 11.3.
4. Las personas responsables de la entidad que suscriban la solicitud se responsabilizarán de la veracidad de la información contenida y la documentación adjunta, pudiendo la Administración requerir la exhibición del documento original para el cotejo de la copia presentada.
5. Las personas solicitantes tienen derecho a no presentar documentos que ya se encuentren en poder de las Administraciones Públicas o que hayan sido elaborados por éstas, siempre que se indique el día y procedimiento en que los presentó, cumplimentando para ello el apartado correspondiente de la solicitud.
6. Las solicitudes podrán presentarse en cualquier momento, a partir del día siguiente a la publicación de la presente orden en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Artículo 18. Subsanación de las solicitudes.

Si en la solicitud se advierten defectos o falta de documentación, la Delegación Territorial correspondiente, como órgano instructor del procedimiento, requerirá a la entidad interesada, otorgándole un plazo de diez días, contados a partir del día siguiente a la recepción de la notificación, para enmendar las faltas o aportar la documentación

preceptiva, con la indicación expresa de que, si así no lo hiciese, se le tendrá por desistida de su petición, previa resolución que deberá ser dictada en los términos previstos en el artículo 21 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre.

Artículo 19. Valoración de las solicitudes.

1. La valoración de las solicitudes consistirá en la comprobación del cumplimiento de los requisitos exigidos, evaluando los distintos criterios objetivos según lo dispuesto en el Capítulo I.

2. En las tareas de valoración, como complemento a la revisión documental del expediente, el órgano instructor podrá realizar una visita in situ de comprobación al Centro Comercial Abierto, con el fin de constatar el cumplimiento de los requisitos y criterios de valoración y las prácticas de gestión alegadas en la solicitud. La entidad promotora del Centro Comercial Abierto colaborará con la Administración en la organización de la visita y facilitará cualquier documentación requerida para acreditar el cumplimiento de los requisitos. La presentación de la solicitud comporta el consentimiento de la entidad a esta visita de comprobación, debiendo indicar la persona responsable y encargada de facilitar las tareas de comprobación y valoración.

3. El resultado de la valoración efectuada se plasmará en un informe motivado en el que se refleje el grado de cumplimiento de cada uno de los requisitos y la puntuación otorgada.

4. El plazo máximo para efectuar la valoración de las solicitudes y formular la propuesta de resolución es de dos meses, contados a partir del día siguiente a la presentación de la solicitud.

Artículo 20. Propuesta de reconocimiento.

A la vista del informe motivado del Servicio con competencias en materia de comercio, la persona titular de la Delegación Territorial correspondiente, elevará al órgano competente para resolver la propuesta de resolución que se pronunciará sobre la procedencia de otorgar o denegar el reconocimiento como Centro Comercial Abierto.

Artículo 21. Resolución del procedimiento.

1. La persona titular de la Dirección General con competencia en materia de comercio resolverá el procedimiento, otorgando o denegando el reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

2. El plazo máximo para resolver y notificar el procedimiento es de tres meses desde la entrada de la solicitud en el Registro Electrónico de la Administración de la Junta de Andalucía. Transcurrido dicho plazo sin haberse practicado la notificación, podrá entenderse estimada la solicitud.

3. La resolución, que será motivada, contendrá al menos las condiciones de utilización del reconocimiento las obligaciones de la entidad y las causas de pérdida del reconocimiento.

4. En caso de denegación del reconocimiento no podrá volver a solicitarse hasta que transcurra un periodo de al menos un año.

Artículo 22. Notificación electrónica.

1. La notificación de las resoluciones y los actos administrativos del procedimiento se practicará únicamente por medios electrónicos, en los términos previstos en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre.

2. La notificación se efectuará mediante el Sistema de notificación electrónica de la Administración de la Junta de Andalucía Notific@, disponible en la sede electrónica de la Junta de Andalucía a través de la dirección <https://www.juntadeandalucia.es/notificaciones> para lo cual habrán de darse de alta en el mismo.

3. Las notificaciones por medios electrónicos se entienden practicadas en el momento en el que se produzca el acceso a su contenido.

4. La notificación se entenderá rechazada cuando transcurran diez días naturales desde la puesta a disposición de la persona interesada sin que se acceda a su contenido.

Artículo 23. Régimen de Recursos.

La resolución sobre el otorgamiento o denegación del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía no pone fin a la vía administrativa y contra la misma podrán interponerse los siguientes recursos:

a) Recurso de alzada ante el órgano superior jerárquico del órgano que la dictó, según lo previsto en el artículo 121 y siguientes de la Ley 39/2015, de 1 de octubre. El recurso podrá interponerse ante el órgano que dictó el acto que se impugna o ante el competente para resolverlo en el plazo de un mes, a contar desde el día siguiente a su notificación, si esta fuera expresa. Si la resolución no fuera expresa, el solicitante y otros posibles interesados podrán interponer recurso de reposición en cualquier momento a partir del día siguiente a aquel en el que la resolución tendría que haber sido dictada.

b) Recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, en el plazo de dos meses contados desde el día siguiente al de la notificación de la resolución, si esta fuera expresa.

CAPÍTULO III

PÉRDIDA DEL RECONOCIMIENTO

Artículo 24. Causas de pérdida del reconocimiento.

1. Serán causas de pérdida del reconocimiento las siguientes:

a) La falta de presentación de la memoria a la que hace referencia el artículo 14.
b) La pérdida de alguno de los requisitos exigidos para la obtención del reconocimiento previstos en el artículo 3.

c) El incumplimiento de las obligaciones derivadas de la aplicación del artículo 13.

d) A petición de la entidad promotora.

2. En los supuestos previstos en las letras a), b) y c) del apartado anterior, la Delegación Territorial correspondiente dictará Acuerdo de Inicio del expediente de pérdida del reconocimiento y lo notificará a la entidad promotora, poniendo de manifiesto las causas concurrentes y otorgándoles un plazo de diez días para que alegue y presente los documentos y justificaciones que estime pertinentes.

3. Recibida la petición de la entidad en el supuesto previsto en el apartado 1.d) o realizado el trámite de audiencia en los supuestos previstos en el apartado anterior, la Delegación Territorial realizará una propuesta de resolución motivada, especificando la causa que concurre para la declaración de la pérdida del reconocimiento, que será elevada a la Dirección General con competencia en materia de comercio.

Artículo 25. Resolución de la pérdida del reconocimiento.

1. La Dirección General con competencia en materia de comercio, a la vista de la propuesta efectuada por la Delegación Territorial correspondiente, dictará, en el plazo máximo de dos meses desde la fecha del acuerdo de iniciación, o de la petición efectuada por la entidad promotora, la resolución declarando la pérdida del reconocimiento.

2. De no dictarse resolución en el plazo establecido, se producirá la caducidad del procedimiento. En este caso, la resolución que declare la caducidad ordenará el archivo del expediente de pérdida del reconocimiento, con los efectos previstos en el artículo 95 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, manteniéndose vigente el reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

3. Con la declaración de la pérdida del reconocimiento decaerán los efectos previstos en el artículo 12.

4. La entidad promotora o el Ayuntamiento habrán de realizar las actuaciones precisas conducentes a dejar sin efectos lo previsto en el artículo 13.

Disposición transitoria única. Centros Comerciales Abiertos reconocidos.

1. Los Centros Comerciales Abiertos que cuenten con un reconocimiento en vigor a la fecha de la publicación de esta orden mantendrán dicho reconocimiento.

2. En un plazo máximo de dos años desde la entrada en vigor de la presente orden todos los Centros Comerciales Abiertos han de presentar la memoria prevista en el artículo 14. En el caso de aquellos Centros Comerciales Abiertos ya reconocidos, cuya vigencia finalice con anterioridad al plazo de los dos años habrán de presentar la citada memoria en la fecha de vencimiento del reconocimiento.

3. Los Centros Comerciales Abiertos existentes disponen de un periodo de un año para adecuar sus elementos identificativos a la imagen determinada por la Administración de la Junta de Andalucía, según lo dispuesto en el artículo 13.

4. El incumplimiento de lo dispuesto en los apartados 2 y 3 conllevará la pérdida del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía, según lo previsto en el Capítulo III.

Disposición derogatoria única. Derogación normativa.

Quedan derogadas todas aquellas disposiciones de igual o inferior rango en lo que contradigan o se opongan a lo dispuesto en la presente orden y, en particular, la Orden de la Consejería de Comercio, Turismo y Deporte, de 7 de mayo de 2010, por la que se establece el procedimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

Disposición final primera. Habilitación para el desarrollo.

Se faculta a la persona titular de la Dirección General competente en materia de comercio para dictar cuantas resoluciones, instrucciones y circulares sean necesarias para la correcta aplicación e interpretación de la presente orden.

Disposición final segunda. Entrada en vigor.

La presente orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Sevilla, 6 de julio de 2021

ROGELIO VELASCO PÉREZ
Consejero de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades

ANEXO I. CRITERIOS DE VALORACIÓN

CRITERIO	SUBCRITERIO	ASPECTO	PUNTUACIÓN	SUBTOTAL	TOTAL	
GESTIÓN (art. 7)	RECURSOS	OFICINA TÉCNICA DE GESTIÓN DEL CENTRO COMERCIAL ABIERTO	2	20	60	
		REPRESENTATIVIDAD	6			
		VIABILIDAD ECONÓMICO FINANCIERA DEL PROYECTO	8			
		PERTENENCIA A ASOCIACIONES PROFESIONALES	4			
	GESTIÓN PROFESIONALIZADA	GERENCIA PROFESIONAL	GERENCIA PROFESIONAL	8		15
			DEDICACIÓN	4		
			CUALIFICACIÓN	3		
	SERVICIOS GENERALES	ASESORAMIENTO GENERAL	ASESORAMIENTO GENERAL	1		5
			FORMACIÓN	2		
			INFORMACIÓN PERIÓDICA	1		
			INFORMACIÓN CLIENTELA HABITUAL (CRM)	1		
	NEGOCIACIONES Y ACUERDOS	ACUERDOS CON ENTIDADES FINANCIERAS	ACUERDOS CON ENTIDADES FINANCIERAS	1		10
			ACUERDOS CON PROVEEDORAS SERVICIOS O SUMINISTROS	0,25		
	COLABORACIÓN PÚBLICO PRIVADA	CON LA ADMINISTRACIÓN LOCAL	CON LA ADMINISTRACIÓN LOCAL	0,5		10
			PARTICIPACIÓN EN ÓRGANOS DEL SECTOR COMERCIAL	0,5		
			PARTICIPACIÓN SECTOR SERVICIOS	0,5		
PARTICIPACIÓN ASOCIACIONES CÍVICAS			0,5			
SERVICIOS PÚBLICOS			0,5			
ESTRATEGIA COMÚN (art. 8 a 10)	HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN	CONSENSUADA CON EL AYUNTAMIENTO	2	5		
		PARTICIPACIÓN AGENTES	2			
		HERRAMIENTA DIGITAL	1			
	IMAGEN CONJUNTA Y COMUNICACIÓN	DISPONER DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN	DISPONER DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN	2	10	
			CONTAR CON PORTAL WEB	1		
			UTILIZACIÓN REDES SOCIALES	1		
			MEDIOS TRADICIONALES (PRENSA, RADIO Y TV)	1		
			APLICACIÓN IMAGEN CENTRO COMERCIAL ABIERTO	1		
			IDENTIFICACIÓN COMÚN ESTABLECIMIENTOS	2		
			OTRAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN	2		
	DINAMIZACIÓN COMERCIAL	CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN CONJUNTA	CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN CONJUNTA	4	15	
			ACCIONES DE ANIMACIÓN COMERCIAL	2		
			PUBLICIDAD Y MARKETING	3		
			FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	2		
			SERVICIOS ADICIONALES	2		
SEGUIMIENTO DE LAS ACTUACIONES DE DINAMIZACIÓN			2			
URBANISMO COMERCIAL (art. 11)	ACCIONES DE PARTICIPACIÓN	PUESTA EN COMÚN CON ASOCIACIONES DE HOSTELERÍA, VECINALES, COMERCIO.	2	10		
	ESTUDIO DEL PAISAJE URBANO COMERCIAL	ELABORACIÓN POR MEDIOS PROPIOS O AJENOS	2			
	ESTUDIO DE TRÁFICO RODADO Y ACCESIBILIDAD	ELABORACIÓN POR MEDIOS PROPIOS O AJENOS	1			
	ESTUDIO SOBRE LIMPIEZA Y RECOGIDA DE BASURAS	ELABORACIÓN POR MEDIOS PROPIOS O AJENOS	1			
	PUESTA EN COMÚN CON EL AYUNTAMIENTO	PROPUESTA ELEVADA AL AYUNTAMIENTO	2		4	
		PROPUESTA CONSENSUADA CON EL AYUNTAMIENTO	2			

JUNTA DE ANDALUCÍA

CONSEJERÍA DE TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA, INDUSTRIA,
CONOCIMIENTO Y UNIVERSIDADES**MODELO DE SOLICITUD DE RECONOCIMIENTO COMO CENTRO COMERCIAL ABIERTO DE ANDALUCÍA
(Código de procedimiento: 24687)**

de de de (BOJA nº de fecha)

1 DATOS DE LA ENTIDAD SOLICITANTE Y DE LA PERSONA REPRESENTANTE							
RAZÓN SOCIAL/DENOMINACIÓN:							NIF:
DOMICILIO:							
TIPO DE VÍA:	NOMBRE DE LA VÍA:						
NÚMERO:	LETRA:	KM EN LA VÍA:	BLOQUE:	PORTAL:	ESCALERA:	PLANTA:	PUERTA:
ENTIDAD DE POBLACIÓN:			MUNICIPIO:		PROVINCIA:	PAÍS:	CÓD. POSTAL:
NÚMERO TELÉFONO:		CORREO ELECTRÓNICO					
APELLIDOS Y NOMBRE DE LA PERSONA REPRESENTANTE/RAZÓN SOCIAL/DENOMINACIÓN:						SEXO:	DNI/NIE/NIF:
						<input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> M	
ACTÚA EN CALIDAD DE:							

2 DATOS DEL CENTRO COMERCIAL ABIERTO							
DENOMINACIÓN DEL CENTRO COMERCIAL ABIERTO:							
AYUNTAMIENTO EN EL QUE SE UBICA:							
DISPONE DE OFICINA TÉCNICA: <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO							
DOMICILIO DE LA OFICINA TÉCNICA:							
TIPO DE VÍA:	NOMBRE DE LA VÍA:						
NÚMERO:	LETRA:	KM EN LA VÍA:	BLOQUE:	PORTAL:	ESCALERA:	PLANTA:	PUERTA:
ENTIDAD DE POBLACIÓN:			MUNICIPIO:		PROVINCIA:	CÓD. POSTAL:	
NÚMERO TELÉFONO:		CORREO ELECTRÓNICO:					
DIRECCIÓN PÁGINA WEB:							
REDES SOCIALES (Indique las que tiene)							
<input type="checkbox"/>	FACEBOOK	Perfil:					
<input type="checkbox"/>	TWEETER	Perfil:					
<input type="checkbox"/>	INSTAGRAM	Perfil:					
<input type="checkbox"/>	LINKEDIN	Perfil:					
<input type="checkbox"/>	OTRAS	Enumerar:					

3 NOTIFICACIÓN ELECTRÓNICA OBLIGATORIA	
Las notificaciones que proceda practicar se efectuarán por medios electrónicos a través del sistema de notificaciones de la Administración de la Junta de Andalucía y se tramitará su alta en caso de no estarlo (1).	
Indique un correo electrónico y, opcionalmente, un número de teléfono móvil donde informar sobre la notificación practicada en el sistema de notificaciones.	
Correo electrónico:	Nº teléfono móvil:
(1) Debe acceder al sistema de notificaciones con su certificado electrónico u otros medios de identificación electrónica; puede encontrar más información sobre los requisitos necesarios para el uso del sistema y el acceso a las notificaciones en la dirección: https://www.juntadeandalucia.es/notificaciones .	

PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA



003289W

00195564



4	DECLARACIONES
DECLARO , bajo mi expresa responsabilidad, que la persona o entidad solicitante:	
<input type="checkbox"/> Se comprometo a cumplir las obligaciones exigidas por la normativa de aplicación	
5	DERECHO DE OPOSICIÓN
El órgano gestor va a consultar los siguientes datos, en el caso de que no esté de acuerdo, manifieste su oposición (artículo 28 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre):	
<input type="checkbox"/> ME OPONGO a la consulta de los datos de identidad de la persona representante a través del Sistema de Verificación de Datos de Identidad, y aporto copia del DNI/NIE.	
6	DOCUMENTACIÓN
Presento la siguiente documentación:	
<input type="checkbox"/> Tarjeta de Identificación Fiscal (NIF). <input type="checkbox"/> Estatutos de la entidad, escrituras de constitución o documentación constitutiva, debidamente inscrita en el registro correspondiente. <input type="checkbox"/> Acreditación del poder de representación con el que actúa la persona representante. <input type="checkbox"/> Justificación documental acreditativa de que la presentación de la solicitud ha sido aprobada por el órgano competente de la entidad. <input type="checkbox"/> Plano con la delimitación del Centro Comercial Abierto. <input type="checkbox"/> Documento que acredita la comunicación al Ayuntamiento de la delimitación del Centro Comercial Abierto. <input type="checkbox"/> Relación de empresas asociadas a la entidad promotora, especificando para cada una de ellas el sector de actividad y calle de la delimitación del CCA en la que se encuentran. <input type="checkbox"/> Instrumentos de planificación. Plan estratégico del Centro Comercial Abierto, Plan de acción u otros. <input type="checkbox"/> Documentación acreditativa de la relación permanente con el Ayuntamiento, según lo dispuesto en el artículo 3.2.f). <input type="checkbox"/> Manual de identidad corporativa. <input type="checkbox"/> Últimas cuentas anuales aprobadas. <input type="checkbox"/> Acreditación con evidencias gráficas o documentales de cada uno de los criterios alegados en la solicitud: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 1º. Documentación acreditativa de la gestión profesionalizada de la entidad promotora para acreditar los aspectos alegados según lo dispuesto en el artículo 7.2. que justifiquen la pertenencia a asociaciones profesionales de gestión de centros urbanos, la contratación laboral o externa de la gerencia profesionalizada o la cualificación de la gerencia. <input type="checkbox"/> 2º. Documentación acreditativa de los servicios generales ofrecidos a las empresas asociadas alegados según lo previsto en el artículo 7.3. <input type="checkbox"/> 3º. Relación y copia de los acuerdos suscritos con entidades y proveedores para acreditar el aspecto, negociaciones y acuerdos contemplado en el artículo 7.4. <input type="checkbox"/> 4º. Documentación acreditativa de la colaboración público privada, según lo dispuesto en el artículo 7.5. <input type="checkbox"/> 5º. Documentación acreditativa del grado de consenso del instrumento de planificación con el resto de agentes públicos y privados, y en su caso de la herramienta digital para la planificación, según lo previsto en el artículo 8.3. <input type="checkbox"/> 6º. Documentación acreditativa de cada uno de los aspectos relativos a la imagen y comunicación incluidos en el artículo 9.2. que alegue la entidad en su solicitud. <input type="checkbox"/> 7º. Documentación acreditativa de las actuaciones de dinamización desarrolladas en el último año incluidas en el artículo 10 que alegue la entidad en su solicitud. <input type="checkbox"/> 8º. Documentación acreditativa que sirva para valorar la labor proactiva del Centro Comercial Abierto en materia de urbanismo comercial según lo previsto en el artículo 11.3. 	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
<input type="checkbox"/> Otro. Especificar:	
Y en el caso de haber ejercido mi derecho a oposición en el apartado 5:	
<input type="checkbox"/> Copia del DNI/NIE	

PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

6 DOCUMENTACIÓN (Continuación)			
DOCUMENTOS EN PODER DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA			
Ejercer el derecho a no presentar los siguientes documentos que obran en poder de la Administración de la Junta de Andalucía o de sus Agencias, e indicar a continuación la información necesaria para que puedan ser recabados:			
Documento	Consejería/Agencia y Órgano	Fecha de emisión o presentación	Procedimiento en el que se emitió o en el que se presentó
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
DOCUMENTOS EN PODER DE OTRAS ADMINISTRACIONES			
Ejercer el derecho a no presentar los siguientes documentos que obran en poder de otras Administraciones Públicas, e indicar a continuación la información necesaria para que puedan ser recabados:			
Documento	Administración Pública y Órgano	Fecha de emisión o presentación	Procedimiento en el que se emitió o en el que se presentó
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
7 INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO			
En este apartado se incluirá la información y los datos necesarios para valorar el cumplimiento de los requisitos y criterios establecidos en la Orden.			
7.1 POBLACIÓN DEL AYUNTAMIENTO (Según datos del último Padrón municipal publicado) (Requisito artículo 3.2.a))			
Nº de habitantes			

003289W

00195564



PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

003289W

7	INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO (Continuación)			
7.2	DELIMITACIÓN DEL CENTRO COMERCIAL ABIERTO (Requisito artículo 3.2.b), artículo 4)			
RELACIÓN DE CALLES Y PLAZAS QUE ABARCA				
NOMBRE CALLE/PLAZA	CALLES INCOMPLETAS		ESTABLECIMIENTOS EXISTENTES EN LA DELIMITACIÓN ¹ (Nº establecimientos por actividad)	
	Nº INICIO	Nº FIN	COMERCIO	SERVICIOS, OCIO Y CULTURA
TOTAL				
(Si es necesario más campos añadir listado como documentación complementaria)				
¿La delimitación territorial está incluida en los estatutos de la entidad? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO				
¿La delimitación ha sido comunicada al Ayuntamiento? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO				
¹ Puede aportarse estimación realizada por el CCA. La valoración se realizará en base a la información facilitada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA).				
7.3	REPRESENTATIVIDAD (Requisito artículo 3.2.c), artículo 5)			
	Nº ESTABLECIMIENTOS COMERCIO	Nº ESTABLECIMIENTOS SERVICIOS, OCIO, CULTURA	TOTAL	
EXISTENTES EN LA DELIMITACIÓN ⁽¹⁾				
ASOCIADOS				
% REPRESENTATIVIDAD				
¹ Puede aportarse estimación realizada por el CCA. La valoración se realizará en base a la información facilitada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA).				

00195564



PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

003289W

7	INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO (Continuación)		
7.4	GESTIÓN DEL CENTRO COMERCIAL ABIERTO (Artículo 7)		
7.4.1	DESCRIPCIÓN OFICINA TÉCNICA		
HORARIO DE APERTURA DE ATENCIÓN A LAS EMPRESAS ASOCIADAS			
RECURSOS HUMANOS CON QUE CUENTA (nº personas)			
RECURSOS MATERIALES DE LA OFICINA (descripción del espacio físico y recursos técnicos que pone a disposición de las empresas asociadas. Puede acompañarse de fotografías)			
7.4.2	RECURSOS (Artículo 7.1)		
VIABILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERA DEL PROYECTO (datos referidos al año anterior a la solicitud)			
PRESUPUESTO DE GASTOS	IMPORTE	PRESUPUESTO DE INGRESOS	IMPORTE
GESTIÓN PROFESIONALIZADA		APORTACIONES EMPRESAS ASOCIADAS	
GASTOS OFICINA TÉCNICA		APORTACIONES ENTES PRIVADOS	
		ACTIVIDADES PROPIAS	
		APORTACIONES ENTIDAD LOCAL	
TOTAL		TOTAL	
PERTENENCIA A ASOCIACIONES PROFESIONALES (art. 7.1.d)			

00195564

PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

003289W

7	INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO (Continuación)			
7.4.3	GESTIÓN PROFESIONALIZADA (Requisito artículo 3.2.d), artículo 7.2)			
¿El CCA cuenta con una gerencia profesional? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO				
En caso afirmativo completar los siguientes datos:				
TIPO GERENCIA: <input type="checkbox"/> PROPIA (Contrato laboral) <input type="checkbox"/> EXTERNA (Contrato mercantil)				
Personal que componen la gerencia profesional:				
PERFIL (Gerente, administrativo, dinamizador/a)	SEXO (H / M)	CATEGORÍA LABORAL	FECHA CONTRATACIÓN	DEDICACIÓN (nº horas semanales)
Cualificación específica de la gerencia. (Indicar la formación especializada en Gestión de Centros Urbanos con que cuenta el personal de la gerencia).				
7.4.4.	SERVICIOS GENERALES (Artículo 7.3)			
Enumerar los distintos servicios ofrecidos a las empresas asociadas. Acompañar de la documentación acreditativa de todos los servicios enumerados.				
SERVICIOS DE ASESORAMIENTO GENERAL				
SERVICIOS DE FORMACIÓN				

00195564



PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

7 INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO (Continuación)																	
INFORMACIÓN PERIÓDICA																	
<p>¿OFRECE EL CCA A LAS EMPRESAS ASOCIADAS INFORMACIÓN RELATIVA A LA CLIENTELA HABITUAL DEL CCA OBTENIDA A TRAVÉS DE HERRAMIENTAS TALES COMO CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO</p> <p>En caso afirmativo, indicar cuáles:</p>																	
<p>7.4.5 NEGOCIACIONES Y ACUERDOS (Artículo 7.4)</p> <p>Enumerar las distintas negociaciones y acuerdos suscritos en vigor. Acompañar de la documentación acreditativa de todos los acuerdos enumerados.</p> <p>ACUERDOS CON ENTIDADES FINANCIERAS (enumerar)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Fecha del acuerdo</th> <th>Entidad financiera</th> <th>Ventaja para las empresas asociadas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>			Fecha del acuerdo	Entidad financiera	Ventaja para las empresas asociadas												
Fecha del acuerdo	Entidad financiera	Ventaja para las empresas asociadas															

003289W

00195564

(Página 8 de 16)

ANEXO II

PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

003289W

7 INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO (Continuación)		
ACUERDOS CON PROVEEDORES DE SERVICIOS O SUMINISTROS (enumerar)		
Fecha del acuerdo	Proveedor	Servicio o suministro ofrecido a las empresas asociadas

00195564

PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

003289W

7	INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO (Continuación)
7.4.6	COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA (Requisito artículo 3.2.f), artículo 7.5)
<p>Describir en este apartado la forma en la que el proyecto se encuentra consensuado con todos los agentes públicos y privados implicados, en particular, la forma en que se articula la relación permanente de la entidad promotora con el Ayuntamiento, especificando los instrumentos de colaboración utilizados, tales como la celebración de convenios específicos para actuaciones en el CCA, la elaboración conjunta de un Plan Estratégico del Comercio, u otros instrumentos de planificación que demuestren contar con un proyecto conjunto de ciudad.</p> <p>Describir también las gestiones de la entidad promotora para implicar a todos los agentes que se interrelacionan en el espacio físico del Centro Comercial Abierto, tanto públicos como privados en los términos descritos en el artículo 7.5.</p> <p>Acompañar de la documentación acreditativa de todos los instrumentos de colaboración enumerados.</p> <p>Acreditar cuando proceda mediante declaración responsable de la persona representante del CCA en los términos del artículo 7.5.</p>	

00195564

PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

003289W

7	INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO (Continuación)
7.5	ESTRATEGIA COMÚN (Artículos 8 a 10)
7.5.1	HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN (Requisito artículo 3.2.e), artículo 8)
INSTRUMENTO DE PLANIFICACIÓN CON EL QUE CUENTA:	
DENOMINACIÓN:	
FECHA DE APROBACIÓN:	VIGENCIA:
AGENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS CON LOS QUE SE HA CONSENSUADO (Describir los agentes públicos y privados con los que se ha consensuado la estrategia y la forma en que se ha llevado a cabo)	
<p>¿DISPONE DE UNA HERRAMIENTA DIGITAL PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO</p> <p>En caso afirmativo, indicar cuál:</p>	
7.5.2	IMAGEN Y COMUNICACIÓN DEL CCA (Requisito artículo 3.2.g), artículo 9)
¿El CCA cuenta con una imagen propia? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
¿Tiene un manual de identidad corporativa que sirve de soporte a la aplicación de la imagen? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO (Aportar copia del manual)	
¿Cuenta con un Plan de Comunicación del CCA? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO (Aportar copia del Plan)	
¿Tiene página web? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO (Indicar en el apartado 2)	
¿Tiene perfiles en las redes sociales? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO (Indicar en el apartado 2)	
ACCIONES DE COMUNICACIÓN Señalar las acciones de comunicación realizadas a través de medios tradicionales como prensa, radio y TV en el último año.	
<p>APLICACIÓN DE LA IMAGEN A NIVEL INTERNO Y EXTERNO Describir la aplicación de la imagen tanto a nivel interno en las acciones de comunicación con los asociados como a nivel externo entre los potenciales clientes, en campañas, actividades de animación, elementos de señalización, portal web y redes sociales (acompañar de un dossier fotográfico).</p>	

00195564

PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

003289W

7	INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO (Continuación)	
IDENTIFICACIÓN COMÚN DE LOS ESTABLECIMIENTOS		
Señalar los elementos identificativos de los establecimientos adheridos al CCA utilizados. Se acompañará con dossier fotográfico de todos ellos.		
<input type="checkbox"/> Placas <input type="checkbox"/> Pegatinas <input type="checkbox"/> Alfombras <input type="checkbox"/> Otros. Especificar:		
OTRAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN		
Señalar otras acciones de comunicación tales como la publicación de estadísticas de evolución de la actividad económica en la zona (Observatorio semestral o anual) que pueden ser de interés para los comerciantes pero también para el público en general, comunicación en otro idioma distinto al español, actuaciones de realidad aumentada o realidad virtual o cualquier otra actuación de comunicación realizada.		
7.5.3	DINAMIZACIÓN COMERCIAL (Artículo 10)	
Enumerar las distintas acciones de dinamización comercial llevadas a cabo en el último año. Acreditar con evidencias gráficas o documentales cada una de las acciones enumeradas.		
CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN CONJUNTA		
Campaña	Fecha	Breve descripción

00195564

PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

003289W

7 INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO (Continuación)	
ACCIONES DE ANIMACIÓN COMERCIAL EN LAS CALLES	
Fecha	Acción
PUBLICIDAD Y MARKETING	
ACTUACIONES DE FIDELIZACIÓN COMERCIAL	

00195564



PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

003289W

7	INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO (Continuación)
SERVICIOS ADICIONALES A LA CLIENTELA	
SEGUIMIENTO DE LAS ACTUACIONES	
7.6	URBANISMO COMERCIAL (Artículo 11)
Enumerar las distintas acciones llevadas a cabo. Acompañar de la documentación que acredite su realización.	
PUESTA EN COMÚN DE LAS NECESIDADES DETECTADAS EN MATERIA DE URBANISMO CON EL RESTO DE AGENTES DEL CCA	

00195564

PRESENTACIÓN EXCLUSIVAMENTE ELECTRÓNICA

003289W

7	INFORMACIÓN Y DATOS NECESARIOS PARA VALORAR EL PROYECTO (Continuación)
ESTUDIO O ANÁLISIS DEL PAISAJE URBANO COMERCIAL	
ESTUDIOS DE TRÁFICO RODADO Y ACCESIBILIDAD AL CENTRO URBANO	
ESTUDIOS SOBRE LIMPIEZA Y SISTEMA DE RECOGIDA DE BASURA	
PUESTA EN COMÚN CON EL AYUNTAMIENTO DE LAS NECESIDADES EN MATERIA DE URBANISMO COMERCIAL	

00195564

8 DECLARACIÓN, LUGAR, FECHA Y FIRMA

La persona abajo firmante **DECLARA**, bajo su expresa responsabilidad, que son ciertos los datos consignados en la presente solicitud, así como en la documentación adjunta, y **SOLICITA** el reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

En, a la fecha de la firma electrónica.

LA PERSONA REPRESENTANTE

Fdo.:

ILMO./A. SR./A. DELEGADO/A TERRITORIAL DE EMPLEO, FORMACIÓN, TRABAJO AUTÓNOMO, TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA, INDUSTRIA, CONOCIMIENTO Y UNIVERSIDADES EN

Código Directorio Común de Unidades Orgánicas y Oficinas:

INFORMACIÓN BÁSICA SOBRE PROTECCIÓN DE DATOS:

En cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos, le informamos que:

- El Responsable del tratamiento de sus datos personales es la Dirección General de Comercio cuya dirección es Américo Vespucio, 13, Edificio S3. Isla de la Cartuja. 41092-Sevilla y correo electrónico dgcomercio.cteicu@juntadeandalucia.es
- Podrá contactar con el Delegado de Protección de Datos en la dirección electrónica dpd.cteicu@juntadeandalucia.es
- Los datos personales que nos indica se incorporan a la actividad de tratamiento Reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía, con la finalidad de iniciar el procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía; la licitud de dicho tratamiento se basa en el artículo 6.1 c) del Reglamento General de Protección de Datos, en base a lo dispuesto en la Orden del Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades por la que se establece la regulación del procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.
- Puede usted ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión, portabilidad de sus datos, y la limitación u oposición a su tratamiento y a no ser objeto de decisiones individuales automatizadas, como se explica en la siguiente dirección electrónica: <http://juntadeandalucia.es/protecciondedatos>, donde podrá encontrar el formulario recomendado para su ejercicio.
- No están previstas cesiones de datos, salvo a posibles encargados de tratamiento por cuenta del responsable del mismo, o de las derivadas de obligación legal. La información adicional detallada, así como el formulario para la reclamación y/o ejercicio de derechos se encuentra disponible en la siguiente dirección electrónica: <http://www.juntadeandalucia.es/protecciondedatos/detalle/211333.html>

INSTRUCCIONES RELATIVAS A LA CUMPLIMENTACIÓN DEL PRESENTE FORMULARIO

1. DATOS DE LA ENTIDAD SOLICITANTE Y DE LA PERSONA REPRESENTANTE

La persona o entidad que presente este formulario deberá cumplimentar los datos identificativos que aquí se requieren.

Los datos relativos a la persona o entidad representante serán de cumplimentación obligatoria en el supuesto de ser ésta quien suscriba el formulario. En estos supuestos habrá de indicar a su vez en calidad de qué se ostenta la representación, por ejemplo, en caso de representante legal: presidente....

3. NOTIFICACIÓN ELECTRÓNICA OBLIGATORIA

Los datos de correo electrónico y, opcionalmente, el número de teléfono móvil que nos proporciona, son necesarios para poder efectuar el aviso de puesta a disposición de la notificación electrónica. Esta notificación se efectuará en cualquier caso, independientemente de que se hayan cumplimentado estos datos. En el caso de que desee modificarlos deberá dirigirse al órgano gestor del procedimiento.

Los datos relativos al correo electrónico y, opcionalmente, teléfono móvil, se utilizarán para efectuar el aviso de publicación sustitutiva de la notificación.

4. DECLARACIONES

Deberá marcar aquellas declaraciones que correspondan con su situación concreta.

5. DERECHO DE OPOSICIÓN

Cumplimentar únicamente si deseara oponerse a la consulta de los datos señalados, en cuyo caso deberá aportar la documentación acreditativa correspondiente que se indica.

6. DOCUMENTACIÓN

Los campos relativos a los documentos en poder de la Administración de la Junta de Andalucía o de otras Administraciones, solo procederá cumplimentarlos cuando ejerza su derecho a no presentar la documentación referida. En estos casos deberá aportar toda la información que se le solicita.

Marque tan solo la documentación que aporte efectivamente.

Cumplimente en los numerales correspondientes qué documentación presenta efectivamente, en caso de hacerlo.

En el caso de que se haya opuesto a la consulta de algún dato [o bien no haya prestado su consentimiento para su consulta], debe marcar y aportar la documentación requerida.

8. DECLARACIÓN, LUGAR, FECHA Y FIRMA

Deberá declarar que son ciertos cuantos datos figuran en el presente documento, y firmar el formulario.

9. DIR3. CÓDIGO DIRECTORIO COMÚN DE UNIDADES ORGÁNICAS

En el formulario aparece un desplegable con los códigos correspondientes a las ocho Delegaciones Territoriales. Habrá de seleccionar el que corresponda a la Delegación Territorial de su provincia.

003289W

00195564