

Guia

Estratègies i recursos per dinamitzar el comerç de proximitat

Impulsa:



**Eix de comerç
de proximitat**

Promou i finança:



COMUNITAT
URBANES



**economia
social**



Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa
i Treball



Índex

Associació de comerciants

Comunalitat de Manresa

Banc de recursos

Comunalitat La Florida s'Aveïna

Campanya de bonus descompte

Comunalitat de Badalona sud

Campanya de comunicació

Comunalitat Populus Labora (Ripollet)

Campanya de Nadal “No t’emboliques / No t’emboliquis”

Comunalitat L’Era d’Amposta

Campanya de promoció durant un festival d’arts en viu

Comunalitat La Descomunal (Lleida)

Campanya de reptes i premis diaris

Comunalitat de 9barris (Barcelona)

Campanya de reptes de Nadal

Comunalitat de Badalona sud

Càpsules formatives audiovisuals

Comunalitat de Poble-sec (Barcelona)

Catàleg d’autònoms i comerços socialment responsables

Comunalitat de Poble-sec (Barcelona)

Catàleg “DeCollserola”

Comunalitat La Transformadora de Collserola (Sant Cugat del Vallès)

Canal de comunicació interna entre comerç responsable

Comunalitat de Poble-sec (Barcelona)



Cromos del barri

Comunalitat de Poble-sec (Barcelona)

Diagnosi del teixit comercial i empresarial

Comunalitat de Badalona sud

Enquesta sobre formació digital

Comunalitat de Badalona sud

Grup de comerç responsable

Comunalitat de 9barris (Barcelona)

L'Escola es cuina al barri

Comunalitat de Vic

Mapatge

Comunalitat La Florida s'Aveïna

Obertura de locals buits per instal·lació artística "Artlocal"

Comunalitat l'Era d'Amposta

Qüestionari sobre pràctiques socialment responsables

Comunalitat de Poble-sec (Barcelona)

Servei a Domicili

Comunalitat de 9barris (Barcelona)

Visites a porta freda

Comunalitat La Florida s'Aveïna

Xarxa d'ajuda mútua "Comerç Enxarxat de la Florida CEF"

Comunalitat La Florida s'Aveïna

Xarxa de treball comunitari "Be Florida"

Comunalitat La Florida s'Aveïna



Benvingudes a la Guia d'estratègies i recursos per la dinamització del comerç de proximitat de les Comunalitats urbanes (2022-2024).

Les Comunalitats desenvolupen tot tipus d'estratègies i recursos per enfortir el múscol social del seu territori, recuperant xarxes de suport mutu o generant béns comuns urbans. En aquesta guia pots consultar les estratègies que estan adreçades a dur a terme aquesta tasca en l'àmbit del comerç de proximitat.

La guia neix de la necessitat de **posar en comú les idees, els processos i les valoracions** de les estratègies entomades durant aquest 2022-2024. Una iniciativa de l'Eix de Comerç de proximitat de la Xarxa de Comunalitats urbanes.

Esperem que aquesta guia esdevingui un repositori d'estratègies que inspiri altres Comunalitats i territoris. D'aquí la vessant pràctica de la guia, confeccionada des de la voluntat d'explicar, compartir i assenyalar els criteris claus per dur aquestes pràctiques a altres territoris. També hi trobareu alertes i consells que cal tenir en compte a l'hora de millorar aquestes pràctiques.

Generar una Guia sobre les nostres pràctiques també ha servit per aturar-se a pensar sobre com treballem i millorar la nostra tasca. Però també, a una escala major, sobre què podem fer des d'un programa com és Comunalitats urbanes. La resposta la trobareu entre els orígens, els processos, les governances i els consells que han aportat les Comunalitats en un total de 27 estratègies i recursos per dinamitzar el comerç de proximitat.

Associació de comerciants



Comerç local del barri

Manresa, barri de Saldes –
Plaça Catalunya

juny 2022 - juny 2023

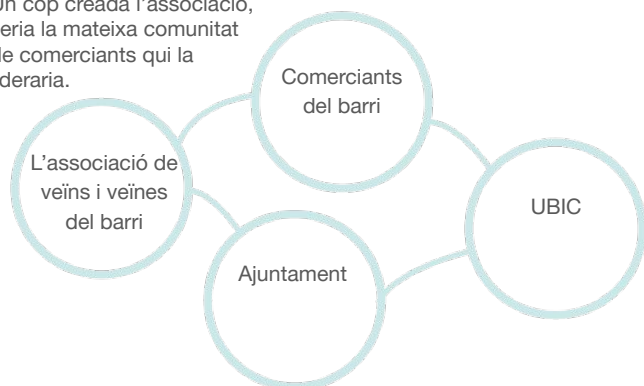
<https://comunalitatmanresa.cat/ambits/comerc-de-proximitat/>

En què consisteix?

Fomentar la intercooperació entre comerciants, reforçant pràctiques de solidaritat i ajuda mútua entre comerços i carrers i l'ampliació del teixit comercial organitzat. I, alhora, divulgar i fomentar els valors del petit comerç, el comerç just i el comerç de proximitat entre els veïns i veïnes del barri.

Qui ha participat i com s'ha governat?

Un cop creada l'associació, seria la mateixa comunitat de comerciants qui la lideraria.



Dedicació



persones

300

HORES

SETMANES

MESOS

-

PRESSUPOST

1

10 D'EFICIÈNCIA

D'on ha sorgit?

UBIC, l'Ajuntament de Manresa, Comunalitat de Manresa

Procés

1/ Reunió amb la tècnica de comerç de l'Ajuntament 2/ Reunió amb l'AVV de Saldes – Plaça Catalunya 3/ Reunió amb la UBIC 4/ Reunió amb altres comunalitats 5/ Aproximació als comerciants: ronda de presentació a una 40 aprox comerços i recollint informació 6/ Proposta de trobada amb comerciants, UBIC i AVV 7/ Difusió de la trobada: per correu, per whatsapp i presencial. Cartells físics al barri 8/ Trobada: retorn i passos a seguir

Resultat

No hi ha hagut continuïtat per falta d'engrescament per part dels comerciants. A la trobada s'hi van presentar només cinc persones, només dues de les quals eren comerciants.

Consell



Cal tenir coneixement del territori i analitzar bé si, amb els recursos econòmics i el temps disponible, el projecte pot tirar endavant. És necessària la disponibilitat de temps per poder aproximar-se als comerciants de manera presencial, o altres entitats, i fer un seguiment constant i guanyar-se la seva confiança. No és un procés fàcil ni lleuger.



Destaquem

La dificultat de fer participar els comerciants i la reorientació a una proposta de vessant més comunitari. Tenint en compte els recursos materials i temporals que es necessiten per dur-ho endavant una associació de comerciants, tal com està el barri, s'ha optat per una línia de sensibilització sobre comerç local.



Banc de recursos. Impuls i desenvolupament



Comerç de barri, en general.

La Florida, l'Hospitalet de Llobregat

Octubre 2022- Actualitat

<http://lafloridasaveina.cat/comerciants-enxarxats-de-la-florida/>

En què consisteix?

Una estratègia que respon a la següent pregunta: tenint en compte les necessitats dels comerciants del barri, què podem oferir com a Comunalitat?

D'on ha sorgit?

Un projecte clau per la Comunalitat de la Florida s'aveïna.

Procés

Les visites a porta freda, la base de dades i l'escolta activa ens han permès identificar les necessitats dels comerciants. Ara, cal convertir aquests inputs en solucions concretes (outputs). Per això, hem de saber quins recursos tenim i com podem oferir-los. Després de reflexionar, vam decidir: 1/ Oferir recursos directament, formant-nos per assessorar en els temes necessaris 2/ No redirigir completament als serveis locals sense acompanyament per evitar perdre'ls 3/ Teixir aliances amb projectes afins, com l'Ateneu La Col·lectiva.

Així, vam crear un banc de recursos per als comerciants, que inclou cursos de formació, revisió de factures i contractes, informació i acompanyament en subvencions, i intermediació amb l'ajuntament.

RESULTAT Apropiar-se al comerç permet guanyar confiança i millorar la relació amb els comerciants. Això mostra que molts problemes són comuns i que l'organització pot ajudar a trobar solucions. Així, augmenta l'interès pel projecte i la voluntat de crear xarxa, convertint-se en un punt de referència per a necessitats i dubtes.

Qui ha participat i com s'ha governat?



Consell

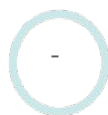


El banc de recursos ha de respondre a les necessitats dels comerciants, per tant, és important fer un diagnòstic previ al territori on es vol implementar.

Dedicació



persones



HORES
SETMANES
MESOS



PRESSUPOST



10 D'EFICIÈNCIA

Destaquem

La millora de la confiança amb els comerços. Ha generat que altres comerciants s'apropin a l'espai demanant informació i acompanyament (pel boca-orella). Augmenta la participació i involucració dels comerciants en el projecte!

Campanya de bonus descompte



Comerç d'alimentació, parades del Mercat, restaurants

Badalona sud

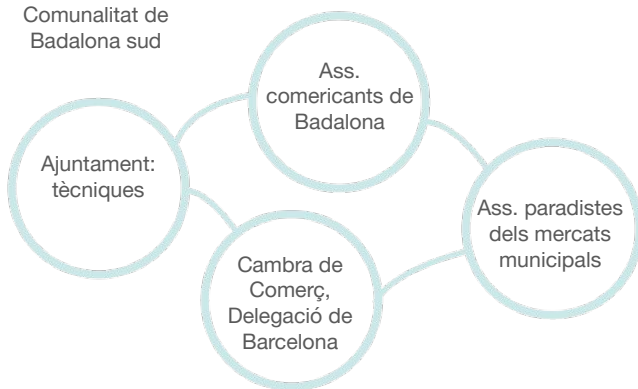
Maig i juny

En què consisteix?

Campanya destinada a ciutadans i ciutadanes majors de 18 anys, promoguda per l'Ajuntament de Badalona i la Cambra de Comerç, que va oferir un total de 91.000 bons amb un descompte de 4 € per cada 10 € de compra en els establiments adherits. L'adquisició d'aquests vals es podia fer des del web municipal.

Qui ha participat i com s'ha governat?

Comunalitat de Badalona sud



D'on ha sorgit?

La Comunalitat es va adherir a la campanya de l'Ajuntament.

Procés

1/ Comunalitat ho comenta amb parades del Mercat 2/ Es resolen dubtes amb la Cambra de comerç 3/ Reunió amb parades i expressen no veure-ho clar

Resultat

Molt baixa participació: 3 parades del Mercat. A Badalona, en canvi, en total 180 comerços, concentrats al centre de la ciutat, i majoritàriament perfumeries, roba, sabateries, estètica i restauració).

Consell



S'ha d'ajudar a la clientela que no es maneja amb les noves tecnologies per descarregar els bonus.

Dedicació


persones

20
HORES
SETMANES
MESOS

-
PRESSUPOST

4
10 D'EFICIÈNCIA



Destaquem

Aquesta campanya no és per el tipus de comerç ni de clientela dels barris de Badalona Sud. El temps de dedicació a la campanya NO va compensar. La campanya es va iniciar un mes més tard i no s'ha publicitat ni en els barris de Badalona i ni es va informar els parades. Per què aquesta campanya funcionés hauria d'haver estat la tècnica en un horari fix al mercat, ajudant als possibles clients a descarregar els seus bonus.

Campanya de comunicació. Sobre els valors de l'ESS



Comerç d'ESS, comerç amb consum conscient, ciutadania i usuàries Ripollet i la resta de Comunalitats
Desembre 23 - Febrer 24 recurrent

Enllaç a [Campanya a Instagram](#)

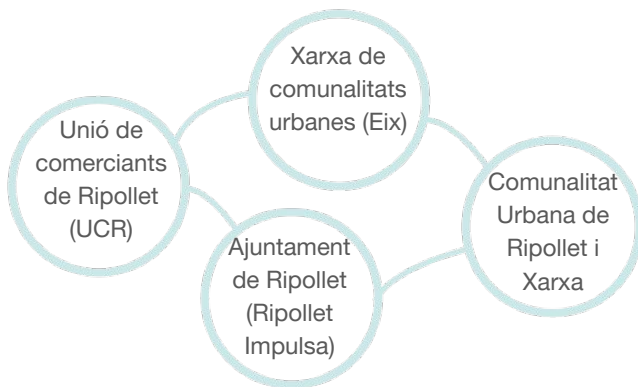
En què consisteix?

Campanya de promoció del comerç amb valors d'ESS a través de les xarxes socials.

D'on ha sorgit?

Comunalitat de Ripollet i l'eix de comerç de la Xarxa de Comunalitats urbanes de Catalunya.

Qui ha participat i com s'ha governat?



Procés

- 1/ Ideació de la campanya comunicativa
- 2/ Triatge dels comerços participants en la campanya
- 3/ Gravació i edició dels vídeos
- 4/ Publicació i difusió a les xss

Resultat

En el moment de redacció de la guia encara no s'havia llençat la campanya.

Consell



Explorar i tenir en compte les necessitats del comerç local. Parlar amb diferents agents (Ajuntament, agrupacions de comerciants, teixit associatiu, ciutadania). Preferiblement, contractar persones amb experiència en aquest tipus de campanya.



Destaquem

Encara no es pot fer una valoració final. La campanya està en procés.

Dedicació

sense dades

Campanya de nadal “No t’emboliques / No t’emboliquis”



Comerç i consumidor

Amposta

Període de festes de Nadal

<https://www.instagram.com/p/Ci0WaiPNWJ7/>

En què consisteix?

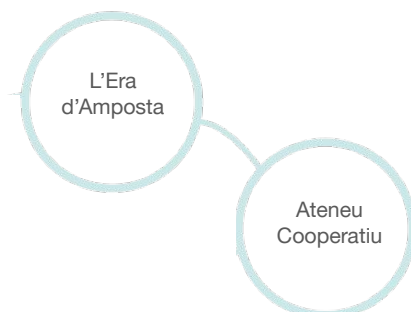
Campanya de sensibilització en el marc de les compres nadalenques per opcions més sostenibles i de proximitat.

D'on ha sorgit?

Acció de l'Eix de treball de consum conscient i de la coordinació amb l'Ateneu Cooperatiu.

Qui ha participat i com s'ha governat?

Cogovernat i cofinançat.



Procés

1/ Ideació 2/ Creació 3/ Execució

Resultat

La campanya gràfica del 2022 es pot trobar a l'instagram, i enguany es repetirà a xarxes i físicament amb cartelleria als carrers d'Amposta (tindrem noves imatges).

Consell



Pensar en missatges que incitin a un consum més racional i conscient sense dir obertament “no compris” per no posar els comerciants en contra. Potenciar el missatge de comprar de proximitat per implicar-los.

Dedicació



persones

2

HORES
SETMANES
MESOS

800€

PRESSUPOST

8

10 D'EFICIÈNCIA



Destaquem

Es tracta d'una acció que implica poca dedicació (h/€) i que té un impacte positiu quant a sensibilització i rebuda als comerços.

Campanya de promoció. Durant un festival d'arts en viu al carrer (Festival Enre9)



A tot el comerç present a un dels barris de la comunitat

La Mariola de Lleida

Maig del 2023 (un mes de duració)

En què consisteix?

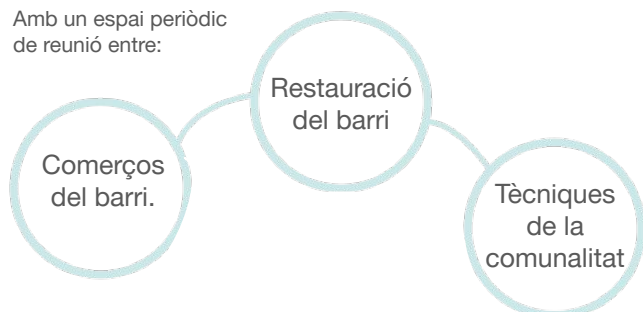
Aprofitant que se celebra un festival d'arts escèniques de carrer al barri, crear una petita campanya d'identitat, i promoció dels establiments de comerç, i restauració que es troben a la zona.

D'on ha sorgit?

Per una banda, de la necessitat de trobar una acció motivadora que permeti que els diferents comerços del barri es coneguin, cohesionin. I treballin conjuntament. Per altra, per donar a conèixer l'oferta comercial, i de restauració de la zona.

Qui ha participat i com s'ha governat?

Amb un espai periòdic de reunió entre:



Procés

1/ Identificació i coneixement dels establiments. 2/ Creació d'un espai de trobada per construir el projecte. 3/ Desenvolupament del projecte amb recursos humans i econòmics. 4/ Gestió tècnica del projecte. 5/ Recollida de materials i reunió de valoració conjunta.

Resultat

Molt positius! Establiments treballant conjuntament per primera vegada, amb la possibilitat de consolidar una xarxa a llarg termini.

Consell



Utilitzeu esdeveniments ja consolidats com a excusa per enxarxar establiments. Feu-ho de forma més pausada si es pot.

Dedicació



persones

1

HORES
SETMANES
MESOS

3.000€

PRESSUPOST

8

10 D'EFICIÈNCIA

Destaquem

És un projecte que permet "trencar el gel" i iniciar col·laboracions en un barri amb dinàmiques socials estancades.

Campanya de recepta de Nadal



Comerç d'alimentació, parades del Mercat, restaurants

Badalona sud

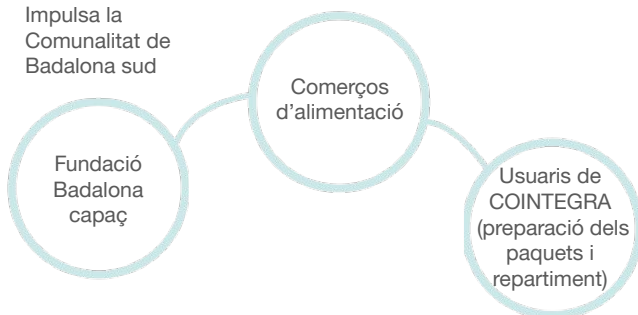
Octubre - desembre 2022

En què consisteix?

Campanya de dinamització comercial que va consistir a visitar als comerciants del sector d'alimentació i la restauració dels barris de Badalona Sud perquè ens donessin una recepta elaborada amb productes que ells venen en els seus establiments. Les receptes es van editar i es van posar en cada establiment en un expositor juntament amb un altre expositor amb consells d'alimentació saludable que ens va redactar un farmacèutic. També es van fer unes bosses reutilitzables amb el logo "Teixint xarxa, fent ciutat".

Qui ha participat i com s'ha governat?

Impulsa la Comunitat de Badalona sud



Dedicació



D'on ha sorgit?

De la necessitat de sensibilitzar i acompanyar al teixit empresarial.

Procés

1/ Redacció de la campanya i disseny dels materials gràfics 2/ Visites personals als establiments d'alimentació dels barris del Congrés, Sant Roc i Artigues 3/ Contacte amb l'associació de paradistes del Mercat de Sant Roc 4/ Contacte amb establiments de restauració del Badalona Sud.

Resultat

Alta participació: 15 parades del mercat, 9 botigues d'alimentació, 3 restaurants i 1 farmàcia.

Consell



Es una campanya per un mercat o per carrers comercials amb concentració de comerç d'alimentació.

La dedicació de temps va ser molt intensiva perquè la majoria dels botiguers van tardar en enviar les receptes i en molts casos, enviaban audios via Whatsapp.



Destaquem

Va tenir molt bon acolliment entre els paradistes del Mercat Municipal (van participar totes les parades). Les bosses reutilitzables amb els logos de la Comunitat encara circulen pels carrers. I les botigues d'alimentació del barri de Congrés i dos d'Artigues. El més important, es va crear una relació de confiança amb els tècnics i usuaris de la Fundació Badalona Capaç.

Campanya de reptes i premis diaris.

Pel consum al comerç de proximitat a través de la moneda REC



- Per la ciutadania
- Barris de Ciutat Meridiana, Torre Baró, Roquetes, Trinitat Vella, Trinitat Nova, Baró de Viver, Bon Pastor, Verneda, Besòs Maresme
- Novembre 2023

<https://www.instagram.com/recbarcelona/>

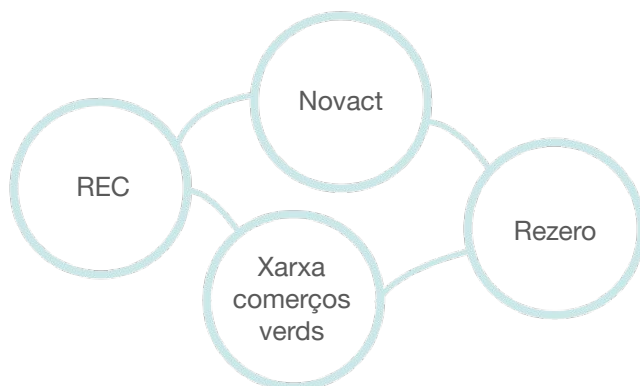
En què consisteix?

Promocionar l'ús de la moneda REC a través de reptes diaris i premis en RECS a aquelles persones consumidores que utilitzin la moneda. Aquests premis són una bonificació en RECS i una càpsula informativa sobre algun aspecte interessant relacionat amb la sostenibilitat mediambiental.

D'on ha sorgit?

De Novact, entitat gestora de la moneda ciutadana REC en el marc d'un projecte finançat per l'Ajuntament de Barcelona.

Qui ha participat i com s'ha governat?



Procés

- 1/ Desenvolupament tecnològic de funcionalitats de reptes i premis dins l'app del REC
- 2/ Disseny del contingut dels reptes
- 3/ Planificació de reptes segons pressupost i recursos disponible
- 4/ Definició de la comunicació (xarxes socials, web...)
- 5/ Seguiment i anàlisi de les transaccions realitzades amb REC

Resultat

Impacte econòmic al comerç local: amb 700€ de pressupost, l'impacte al comerç acaba sent d'uns 5.000€

Sensibilització: la difusió de la campanya a través de xarxes amb un format atractiu fa que nous públics s'acostin al comerç local i entenguin la importància del rol del comerç al territori.

Consell



La iniciativa és perfectament replicable a qualsevol territori de la ciutat de Barcelona. La moneda és una eina que es pot fer servir a qualsevol comerç de la ciutat que el vulgui acceptar com a eina de pagament.

Dedicació



persones

2

HORES
SETMANES
MESOS

700€

PRESSUPOST

7

10 D'EFICIÈNCIA

Destaquem

La col·laboració amb altres entitats i el treball presencial augmenten l'impacte de l'iniciativa REC. A Roquetes, amb difusió presencial i un sorteig al mercat, s'ha aconseguit un impacte notable.

Càpsules formatives audiovisuals

Pel comerç de proximitat i per persones autònomes socialment responsables



Per persones autònomes i comerç responsable

Barri del Poble-Sec de Barcelona

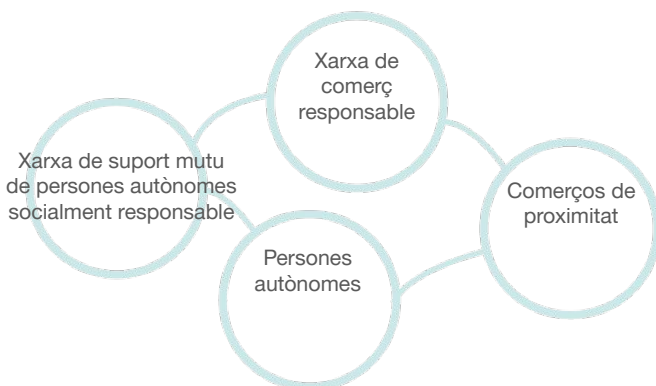
En què consisteix?

Identificar temes que volem transmetre a comerços i persones autònomes i crear un contingut virtual breu, accessible i que es pugui fer arribar virtualment per un canal que fan servir sovint com són les aplicacions de missatgeria instantània o les xarxes socials.

D'on ha sorgit?

Davant de la maca de temps de comerciants i persones autònomes per assistir a sessions de formació, vam pensar que les càpsules formatives podrien ser una bona opció per fer-les arribar informació sobre els valors i pràctiques de l'ESS.

Qui ha participat i com s'ha governat?



Procés

1/ Identificació d'interessos 2/ Creació del contingut de manera que sigui senzill, accessible a la majoria de persones, breu i amè 3/ Gravació 4/ Distribució per canals interns que possibilitin un feedback 5/ Recollir feedback i continuar la formació sobre el tema.

Resultat

Hem produït una càpsula de vídeo amb consells sobre com ser un comerç responsable, involucrant els comerços de la xarxa perquè sigui atractiu i proper. Això enforteix els lligams i dóna visibilitat als nous comerços del projecte de la comunitat.

Consell



S'ha de fer un bon treball de producció perquè el dia destinat a gravar tothom estigui al cas. És una eina cara, però alhora molt atractiva com a eina de difusió. Tots els comerços consultats estaven disposats a participar. S'ha d'insistir per aconseguir un bon retorn, ja que la comunicació és virtual.

Dedicació



Destaquem

Molt útil quan no hi ha la possibilitat de trobar-se en grup de manera presencial. Forma senzilla per formar-se. El dubte recau en saber si els destinataris ho han gaudit o si s'ha assolit l'aprenentatge.

Catàleg

De persones autònomes i comerç responsable



persones autònomes i
comerç responsable

barri del Poble-Sec de
Barcelona

Abril 2023 - Desembre 2023

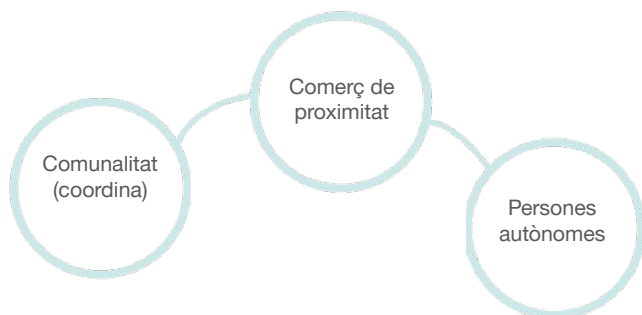
En què consisteix?

Elaboració d'un catàleg amb les pràctiques de sostenibilitat i de responsabilitat social que porten a terme els comerços de proximitat del barri i les persones autònomes.

D'on ha sorgit?

Voluntat d'impulsar i visibilitzar el comerç de proximitat i el treball de les persones autònomes.

Qui ha participat i com s'ha governat?



Procés

1/ Creació de camps essencials per la fitxa 2/ A partir d'un qüestionari, elaboració de la fitxa amb les pràctiques indicades 3/ Contrast amb comerç 4/ Sol·licitar fotografia o fer-les 5/ Maquetació per impressió i distribució física 6/ Creació d'un perfil d'Instagram per publicar totes les fitxes 7/ Distribució pel barri.

Resultat

Aquesta eina destaca els valors de l'economia social i solidària dels comerços i autònoms del barri, recollint les seves pràctiques de sostenibilitat i responsabilitat social. Fomenta la consciència i crea vincles, donant visibilitat als seus projectes.

Consell



Es requereix molta dedicació i sabers sobre sostenibilitat i responsabilitat social. També és necessari tenir habilitats de disseny i xarxes socials. Començar amb el qüestionari simplifica l'elaboració del catàleg, mentre que fer-lo directament necessita una contextualització clara de les pràctiques responsables.

Dedicació



Destaquem

És atractiva pels qui desenvolupen projectes econòmics, creant consciència sobre els valors de l'ESS. Amb l'augment de la importància de la sostenibilitat, la gent vol mostrar les seves pràctiques. Facilita la connexió entre entitats de l'ESS i el comerç, especialment si es treballa mitjançant visites personals.

Catàleg “DeCollserola”



Dirigida a comerços i restauració

Sant Cugat (Collserola)

Desembre - Actualitat

[DeCollserola](#)

En què consisteix?

La pagesia i les elaboradores han creat un catàleg per visibilitzar els productes i poder-se adreçar a comerços i restauradors

D'on ha sorgit?

La iniciativa ha sorgit d'un recull de necessitats que històricament s'havien posat sobre la taula. Fa temps que es buscava un segell o una marca que posés en valors a les productores i elaboradores de Collserola i a la vegada, resoldre altres necessitats per poder mancomunar la comercialització i la distribució.

Qui ha participat i com s'ha governat?

Gestió assembleària



Procés

1/ Identificació de productores i elaboradores 2/ Recull de necessitats 3/ Pla de treball 4/ Contractació de comercial 5/ Prospecció de comerços potencialment venedors de DeCollserola 6/ Recollida d'ítems del catàleg 7/ Visites a comerços i botigues per aconseguir vendes

Resultat

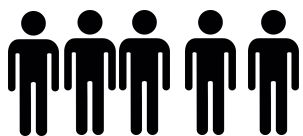
Actualment, s'ha aconseguit que 7 comerços i un restaurant vengui producte del catàleg DeCollserola. Cada mes s'està augmentant el percentatge de producte que es demana i el percentatge d'establiments que es sumen a la iniciativa.

Consell



Important fer una prospecció d'iniciatives similars al territori, planificar els recursos humans i econòmics disponibles, amb quin suport de comunicació i altres aliances es compten i sobretot, tenir un personal que faci de comercial per fer difusió del projecte.

Dedicació



persones

3

HORES
SETMANES
MESOS

5000€

PRESSUPOST

7

10 D'EFICIÈNCIA



Destaquem

Les petites iniciatives locals desitgen distribuir els seus productes al seu territori, però manquen de recursos per la difusió i adaptació als establiments. L'agrupació de productores els permet comercialitzar juntes, reforçant el producte local i la marca Collserola.

Cromos del barri. Per visibilitzar el comerç



Comerç de proximitat del barri de tots els sectors.

Barri Poble-sec

Desembre-2022-març 2023.

Xarxes socials: Hashtag #CromosPobleSec

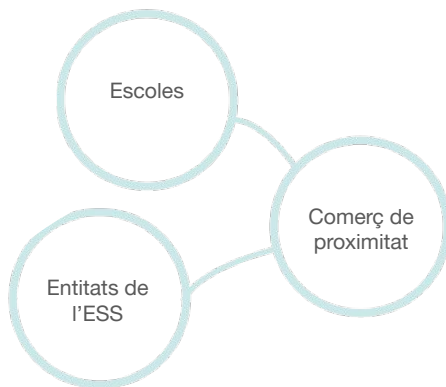
En què consisteix?

Oferir als comerços de proximitat de barri ser punt de distribució del joc cromos del barri

D'on ha sorgit?

Necessitat d'oferir una activitat des de les entitats de l'ESS que pogués ser d'interès pels comerços.

Qui ha participat i com s'ha governat?



Procés

1/ Utilitzar l'eina de joc de cromos del Poble-sec de Raons. 2/ Visitar comerços per presentar-los l'eina i explicar el rol de punt de distribució. 3/ Preparar un kit de materials per a cada comerç distribuïdor. 4/ Fer seguiment i promoció del joc en xarxes i altres espais comunitaris del barri.

Resultat

Una eina molt atractiva per a tothom, que facilita interaccions entre diferents grups d'edat i dona visibilitat al comerç. Fàcil d'implantar pels comerços.

Consell



Si no es disposa de l'eina (els cromos ja dissenyats) pot ser bastant complex crear-la, encara que pot ser una molt bona oportunitat per crear una eina de coneixement del territori. Si s'ha de crear, són necessaris recursos per a fer-ho.

Dedicació



Destaquem

Molt bona manera d'oferir una primera col·laboració amb una eina comprensible per a tothom, i fàcil d'aplicar.

Canal de comunicació interna

Entre el comerç responsable



Comerç de proximitat del barri de tots els sectors.

Barri del Poble-sec

Desembre-abril 2023. 5 mesos.

En què consisteix?

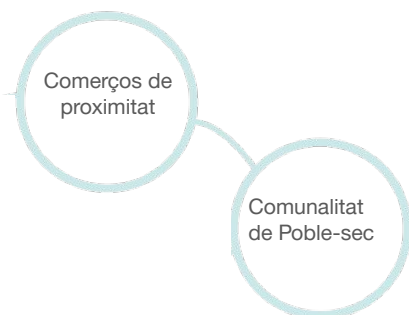
Creació d'un grup de Whatsapp amb els comerciants de proximitat del barri que han volgut ser part de la xarxa de comerços responsables. La finalitat del grup és crear un canal de comunicació entre comerciants amb valors afins i entre comerciants i entitats de l'ESS.

D'on ha sorgit?

De l'objectiu de la comunitat del Poble-sec de impulsar les relacions entre entitats de l'ESS i comerç de proximitat del barri.

Qui ha participat i com s'ha governat?

Administració:
Tècnica de la
Comunitat



Procés

1: Crear una base de dades amb comerços interessats en l'economia social. 2: Visitar els comerços per explicar els valors i accions de la comunitat. 3: Realitzar un qüestionari per conèixer les pràctiques dels comerços. 4: Establir un grup de WhatsApp amb els comerços interessats.

Resultat

Comunicació ràpida, accessible a la majoria obert i eficient amb potencial de ser també un canal d'intercanvi de recursos i productes, però de moment no es fa servir massa per part de les usuàries. Permet mantenir el lligam amb els comerços.

Consell



Cal tenir en compte, que l'eina "grup de missatgeria virtual" va lligada a l'estratègia de creació d'un grup de comerç responsable, que comporta tot un treball previ de coneixement del territori, aproximació i coneixement al col·lectiu que requereix molta més dedicació

Dedicació


persones

80

HORES
SETMANES
MESOS

-

PRESSUPOST

10

10 D'EFICIÈNCIA

Destaquem

És una eina fàcil d'acceptar per gairebé tothom, fàcil d'implantar i eficient, encara que no sempre hi hagi la resposta esperada per part de les usuàries pel que fa a la interacció, però dona la seguretat que reben les comunicacions.



Diagnosi del teixit comercial i empresarial.



Comerç, empreses de serveis, despatxos

Badalona sud

Setembre - novembre 2022

a
a

En què consisteix?

Actualització d'una guia de comerç del Consorci Badalona Sud. Visites personals a comerços dels barris, entrevistes amb professionals i representants del teixit associatiu. Reunions amb tècnics de serveis municipals.

D'on ha sorgit?

De la necessitat de sensibilitzar i acompanyar al teixit empresarial.

Qui ha participat i com s'ha governat?

Impulsa la Comunalitat de Badalona sud



Procés

1/ Consulta base de dades Reactivació Badalona 2/ Consulta Guia de comerços Consorci Badalona Sud 3/ Contactes representants d'associacions comercials i tècnics municipals 4/ Visites personals als establiments comercials.

Resultat

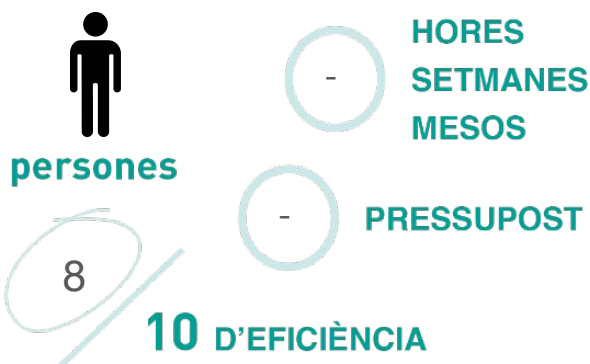
Tenim una diagnosi que possibilita establir aliances.

Consell



Penso que les visites personals s'han de fer, però abans és millor consultar documentació existents i tractar de contactar amb representants d'empreses i comerços. També: ens va faltar contactar amb representants de comerciants xinesos i d'altres nacionalitats.

Dedicació



Destaquem

Les visites en persona són imprescindibles per establir vincles de confiança i per poder transmetre informació als tècnics que assessoren a persones emprenedores.

Enquesta sobre formació digital



Petit comerç i entitats del barri

Barris de Roquetes i Verdum, districte de Nou Barris

Setembre - Desembre 2023

En què consisteix?

Passar una enquesta per tal de detectar necessitats digitals dels comerços i així més tard, poder impartir les formacions digitals adaptades a les necessitats dels comerços.

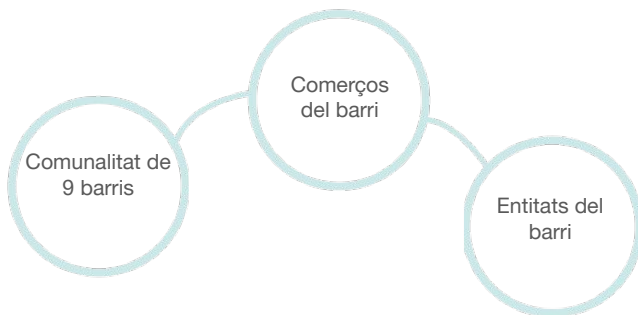
D'on ha sorgit?

Obrador digital i Comunalitat Urbana de 9 barris amb reunions en coordinació amb l'eix comercial 9 barris i entitats del territori.

Procés

1. Reunions amb eix de comerciants per tal de detectar la necessitat de formacions digitals.
2. Coordinacions amb IGOP, obrador digital i comunalitats 9b.
3. Confecció de les enquestes.
4. Confecció de llista de petits comerços i cooperatives del territori.
5. Coordinació amb dues persones de IGOP per tal de fer les enquestes pels comerços assignats.
6. Recull de les dades.
7. Confecció del material per tal de fer les formacions digitals presencials i online.

Qui ha participat i com s'ha governat?



Consell



Experiència en procés en el moment de redactar la guia.

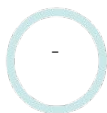
Dedicació



persones

5h
durant 3

HORES
SETMANES
MESOS



PRESSUPOST

en procés

10 D'EFICIÈNCIA



Destaquem

Experiència en procés en el moment de redactar la guia.

Grup de comerç responsable del barri



Comerç de proximitat del barri de tots els sectors.

Barri Poble-sec

01/09/2022-01/03/2023

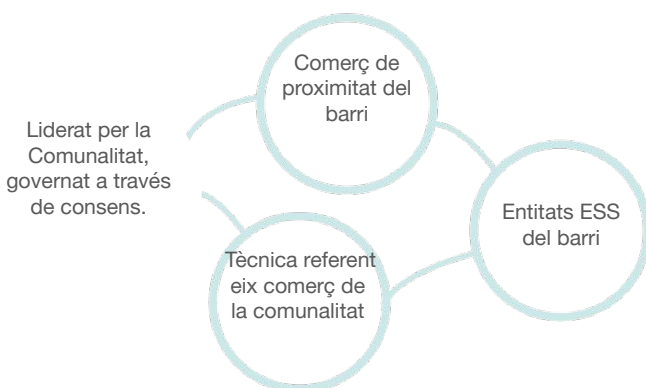
En què consisteix?

Crear un grup de comerç responsable d'intercanvi de recursos, coneixement i intercooperació

D'on ha sorgit?

Ve de l'objectiu de l'eix estratègic de comerç i serveis de la comunitat del Poble-sec: impulsar una línia d'intercooperació entre les entitats de l'Esss, el comerç de proximitat del Poble-sec i les persones en autònomes amb una mirada propera als valors de responsabilitat social.

Qui ha participat i com s'ha governat?



Procés

1/ Crear base de dades de comerços interessats en ESS, utilitzar mapes o bases de dades existents. 2/ Fer exploracions de camp. 3/ Enviar correus als comerços del barri i visitar-los per explicar el projecte. 4/ Aprofitar per fer qüestionaris per conèixer pràctiques. 5/ Actualitzar la base de dades.

Resultat

Hem creat un grup amb 11 comerços de proximitat interessat en els valors de l'economia social i solidària que es pot diferenciar d'altres grups de comerciants perquè visibilitzen i destaquen valors de l'ESS, especialment la sostenibilitat ambiental.

Consell



1/ Requereix temps, motivació i empatia. 2/ Utilitzar un llenguatge accessible, evitant tecnicismes. 3/ Destacar els avantatges per al negoci en unir-se al grup i realitzar més d'una visita, considerant rebudes no sempre acollidores. 4/ Coneixement bàsic del sector de cada botiga visitada. 5/ Deixar clar que les propostes són opcionals i flexibles en la seva implicació.



Destaquem

Adquireixes coneixement de primera mà sobre la situació del comerç de proximitat del barri. Identifiques problemàtiques i necessitats comuns. Crees de lligams entre l'ESS i el comerç de proximitat. Es transmeten valors de l'ESS. És un primer pas, la base per col·laborar amb el comerç de proximitat.

Dedicació



L'escola es cuina al barri



Petit comerç d'alimentació, consumidores, infants

Vic

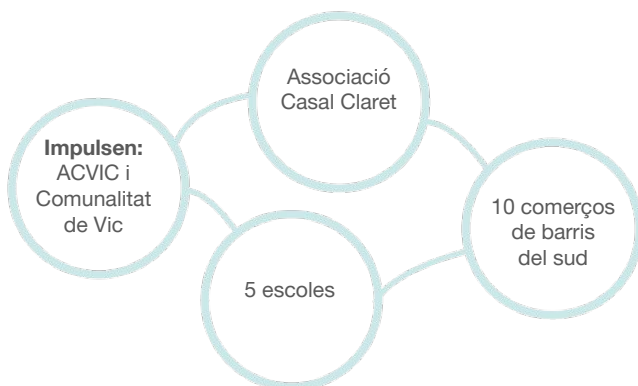
Novembre 2022 - Març 2023. Cinc mesos.

<https://www.acvic.org/ca/viver-de-projectes/3973-1%E2%80%99escola-es-cuina-al-barri>

En què consisteix?

Va consistir a dinamitzar el petit comerç dels barris del sud de la ciutat proposant un projecte multidisciplinari a les escoles de la zona i comptant amb diferents actors del territori. La finalitat última era crear, amb la complicitat de tots els actors, una gimcana oberta a tota la ciutadania per donar a conèixer el petit comerç i el projecte Dinem Plegats del Casal Claret.

Qui ha participat i com s'ha governat?



Dedicació



persones

5

HORES
SETMANES
MESOS

3600€

PRESSUPOST

6

10 D'EFICIÈNCIA

D'on ha sorgit?

Proposta impulsada per la Comunitat de Vic i ACVIC Centre d'Arts Contemporànies

Procés

Veure pàgina següent

Resultat

Enxarxament del comerç del barri amb escoles i entorn. Difusió de "Dinem Plegats" del Casal Claret a través [Vídeo-recepta](#). Ressò als mitjans de comunicació i força persones involucrades, però menys participació en la gimcana ciutadana: poc impacte.

Consell



En futurs cops, simplifiquem el disseny de la proposta: menys ingredients, ruta més curta i explicacions més senzilles. Considerarem les barreres culturals i comunicatives. Procurarem més diversitat d'origens entre comerciants participants. Definirem el pressupost aviat per evitar desviacions. Col·laborarem amb els actors involucrats per garantir una major implicació i difusió del projecte.



Destaquem

És un projecte que ha tingut un impacte positiu perquè ha aconseguit vincular actors diversos del barri per un fi comú. L'objectiu era arribar a la ciutadania per fer valdre el comerç de barri i de proximitat i també fer incidència a les escoles sobre la importància del petit comerç.

L'escola es cuina al barri



Petit comerç d'alimentació,
consumidores, infants

Vic

Novembre 2022 - Març
2023. Cinc mesos.

Procés

Dividim el projecte en 3 fases:

1/ Fase Inicial (novembre –desembre 2022):

- Creació de la proposta, definició dels objectius, recerca dels agents
- Reunions inicials amb ACVIC per madurar la proposta.
- Redacció conjunta del projecte.
- Invitació a les escoles a participar del projecte. Cada escola participant tria un grup classe.
- Prospecció de comerços candidats a participar. Invitacions presencials a porta freda.

Invitació al projecte Dinem Plegats del Casal Claret a formar-ne part.

Concreció de la recepta i definició de la gimcana en base als ingredient necessaris.

2/ Fase de desenvolupament (gener-març 2023): acompanyaments individualitzats, creació del material de suport...

- Un cop tenim les confirmacions, realitzem una ronda de visites a cada grup-classe per encarregar-los la missió de decorar els aparadors dels comerços. Paral·lelament es visita tots els comerços per informar-los de les diferents fases del projecte i per decidir l'espai on es realitzarà la intervenció artística.
- ACVIC realitza una segona visita a les escoles per fer un assessorament artístic a les escoles i començar a madurar les propostes.
- Enregistrament de les vídeo-receptes elaborades per les dones del Projecte Dinem Plegats.
- Setmana de decoració dels comerços segons les propostes treballades per cada escola.
- Roda de premsa per difondre el projecte
- Campanya de comunicació per xarxes socials. Difusió del vídeo del Casal Claret.
- Elaboració de merchandasing projecte i distribució (totebags, flyers i targetons)

3/ Fase Final (març-abril 2023): presentació pública, participació ciutadania

- Jornada de presentació pública del projecte amb les escoles i inici de la gimcana ciutadana.
- Exposició fotogràfica dels aparadors decorats al local de la Comunalitat (mesos de març i abril)
- Difusió i promoció per les xarxes socials

Mapatge. Del comerç del barri



Comerciants i entitats
d'Hospitalet.

La Florida, l'Hospitalet de
Llobregat

Abril 2022 - Actualitat

En què consisteix?

Una base de dades on es recull tota la informació objectiva dels comerciants: procedència, activitat econòmica, quantitat de treballadors, origen dels propietaris.

D'on ha sorgit?

Una base de dades on es recull tota la informació objectiva dels comerciants: procedència, activitat econòmica, quantitat de treballadors, origen dels propietaris.

Qui ha participat i com s'ha governat?



Consell



Augmentar la confiança amb els comerciants facilita l'obtenció d'informació valuosa, ja que les converses es tornen més informals i detallades. És essencial prendre notes detallades de totes les interaccions, incloent-hi informació aparentment banal, per comprendre millor les necessitats dels comerciants. És important digitalitzar la informació i introduir-la a la base de dades sense deixar que s'acumuli.

Dedicació



persones



HORES
SETMANES
MESOS



PRESSUPOST

10

10 D'EFICIÈNCIA



Destaquem

És una estratègia metòdica per efectiva. Si fas les visites a porta freda recomanem molt fer també ús d'una bona base de dades.

Mapatge.

Del comerç del barri



Comerciants i entitats
d'Hospitalet.

La Florida, l'Hospitalet de
Llobregat

Abril 2022 - Actualitat

Procés

És un procés que es paral·lel a les visites a porta freda, a més la informació s'extrau d'aquestes visites. I com ho fem?

1. Durant les visites a porta freda als comerços els hi fem les preguntes pertinents per omplir la nostra base de dades (aquestes preguntes variaran en funció de la informació que vulguis obtenir).
2. Després de cada visita escrivim en un quadern tota la informació que ens ha donat el comerciant.
3. Les dades que es puguin quantificar les desplace a un full de càlcul digital i la resta de informació qualitativa, com per exemple les seves històries d'emprenedoria, les posem a un document digital. La digitalització de la informació ens permet obtenir gràfics i altres recursos visuals amb les dades més quantitatives i tenir accés en qualsevol moment a la informació més qualitativa o explicativa.

RESULTAT

- Aquesta eina ens ajuda a comprendre els processos dels comerciants, organitzar les seves necessitats i respondre-hi amb recursos adequats. També facilita la informació sobre comerços visitats i col·laboració, garantint un bon traspàs d'informació per als tècnics del projecte.

Obertura de locals buits per instal·lació artística "Artlocal"



Comerç i consumidor

Amposta

Període de festes de Nadal

<https://www.instagram.com/p/CiOWaiPNWJ7/>

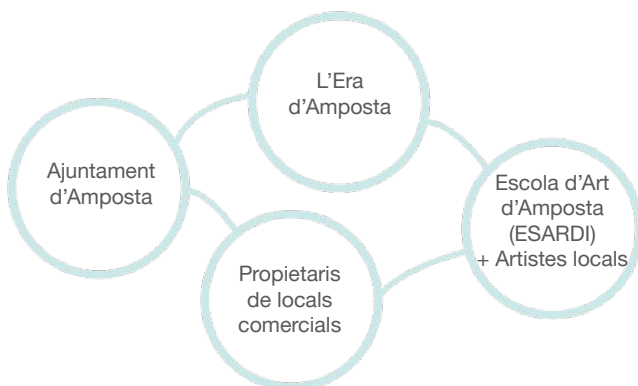
En què consisteix?

Obertura de locals comercials buits (cedits) i instal·lació d'obra artística. En definitiva, una exposició efímera situada a locals buits de la ciutat

D'on ha sorgit?

De l'impuls de la comunitat després de diagnosticar dos problemàtiques: 1/ ploriferació de locals comercials buits (per tancament i falta de relleu dels comerços) 2/ la falta d'enxarxament i connexió entre artistes locals.

Qui ha participat i com s'ha governat?



Procés

1/ Crida d'artistes, cerca de locals buits, contacte i enxarxament propietaris, dinamització i enxarxament artistes, cocreació del programa. 2/ Coordinació amb ESARDI i regidoria de comerç. 3/ Producció i dinamització de l'esdeveniment. Avaluació i millora

Resultat

La primera edició ha tingut una gran rebuda a la ciutat, entre propietaris i artistes. S'ha valorat molt positivament l'esdeveniment i ha sorgit la voluntat de repetir-se. Tot i que no ha servit per cohesionar tant com s'esperava la xarxa d'artistes.

Consell



És important cohesionar els i les artistes. És important visibilitzar els locals buits i la problemàtica. Molts locals buits no tenen lluny i cal la col·laboració de l'Ajuntament per poder agafar llum de la xarxa pública.

Dedicació



Destaquem

És una iniciativa molt visual i molt vistosa. Requereix molts esforços però és un exemple molt referent per poder explicar la col·laboració, l'enxarxament entre sectors. Es tracta d'una acció que ha aprofitat la comunitat a molta gent que no la coneixia.

Qüestionari sobre pràctiques socialment responsables



persones autònomes i comerç responsable

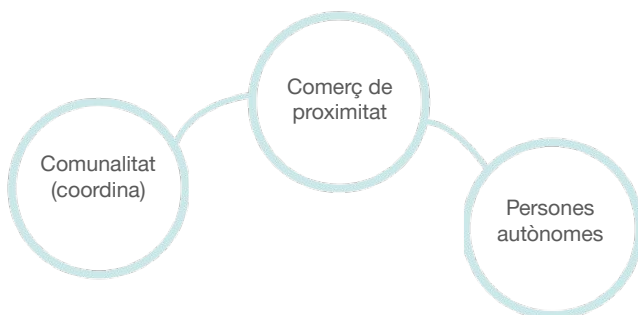
barri del Poble-Sec de Barcelona

Desembre 2022-Desembre 2023. 12 mesos

En què consisteix?

Passar un qüestionari d'informació i pràctiques responsables bàsiques als comerços de proximitat i un altre a les persones autònomes. (són dos qüestionaris semblants però adaptats a comerços i persones autònomes)

Qui ha participat i com s'ha governat?



Dedicació



D'on ha sorgit?

Està relacionat amb l'acció de per elaborar un catàleg de comerç i persones autònomes socialment responsables. És una primera aproximació per conèixer el funcionament i les característiques.

Procés

1/ Disseny del qüestionari 2/ Identificació del públic del qüestionari: comerços i persones 3/ Base de dades amb destinataris 4/ Fer arribar el qüestionari 5/ Seguiment telefònic o en persona 6/ Actualització de la base de dades 7/ Recollida dels qüestionaris omplerts 8/ Actualització de la base de dades.

Resultat

És una bona estratègia per conèixer i crear vincle amb els comerços i persones del barri que treballen de manera autònoma, si es fan visites en persona per passar el qüestionari, però requereix molt temps de dedicació.

Consell



Requereix temps i dedicació. L'enviament inicial del qüestionari és clau, però sovint es necessita seguiment personal per obtenir-ne les respostes. És crucial utilitzar un llenguatge senzill i tenir paciència, motivació i empatia durant el procés, especialment amb els comerciants ocupats.



Destaquem

Permet identificar necessitats i mancances en el sector local. El procés presencial requereix temps, així que ens centrem primer en els comerços potencialment interessats. És una eina qualitativa.

Servei a Domicili. Cooperació entre Mercat de Montserrat i Ecològica



- Per paradistes, comerç de proximitat i pel veïnat
- Nou Barris i Roquetes, Barcelona
- 2018 - Actualitat

<https://pamapam.org/directori/servei-domicili-periferica-9b/>

En què consisteix?

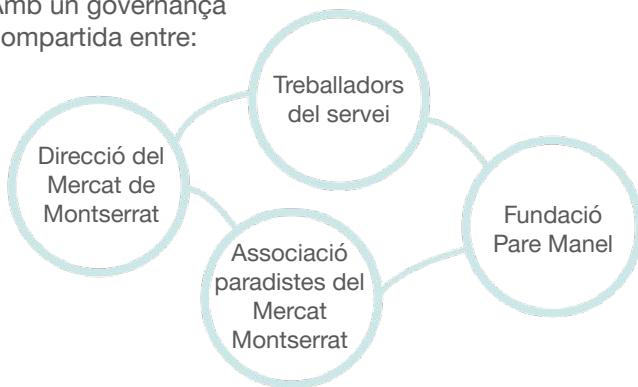
És un servei a domicili fins a la porta de casa de la compra dels clients del Mercat de Montserrat que formen part del projecte. Amb això, dona llocs de treball a persones que prèviament es troben excloses del mercat. Vol afavorir el comerç de proximitat i promoure el comerç del Mercat de Montserrat

D'on ha sorgit?

Es tracta d'un projecte d'inserció laboral per aturats de llarga durada, que s'ha consolidat en un servei del mercat.

Qui ha participat i com s'ha governat?

Amb un governança compartida entre:



Procés

La Perifèrica 9b promou l'economia social com a part del programa B-Mincome, nascuda de la Fundació Pare Manel al Mercat de Montserrat. Amb el suport de la Comunalitat Urbana de 9Barris i l'Ateneu Cooperatiu de Barcelona, vol convertir-se en una Cooperativa de Serveis.

Resultat

Estableix una relació positiva amb els clients, oferint un bon servei. Compta amb més de 600 sòcies.
Desenvolupa vincles amb altres agents com Paradistes i la direcció del Mercat.
Fomenta la intercooperació amb 20 col·legis del Districte.

Consell



Tingueu en compte: la formació, les aliances, el vincle amb entitats del barri, les relacions amb les persones i el bon registre dels usuaris i la informació.

Dedicació



persones

10

HORES
SETMANES
MESOS

-

PRESSUPOST

8

10 D'EFICIÈNCIA



Destaquem

Existeix una limitació en l'abast del servei a causa de l'autonomia del vehicle elèctric. També, la geografia del lloc fa difícil l'accés i repartiment. Atenció a la bretxa digital per part dels usuaris.

Visites a porta freda



Comerç de proximitat del barri en general.

La Florida, Hospitalet de Llobregat.

Juny 2022 - Actualitat

En què consisteix?

Visites als comerços, durant el seu horari d'obertura, per conèixer-los i donar-nos a conèixer. L'objectiu és establir una relació personal, per a que els nostres espais i entitats siguin de referència.

Qui ha participat i com s'ha governat?

Només han participat les tècniques de la Comunalitat.

D'on ha sorgit?

La iniciativa sorgeix de l'experiència de les entitats i tècniques de la Comunalitat a altres territoris.

Consell



- S'han d'invertir moltes hores i tenir molta paciència.
- S'ha de tenir molta capacitat per aprofitar els moments en els que la intensitat del interès i la participació dels comerciants sigui més alta.
- S'ha de poder oferir recursos i coneixements per atraure l'interès dels comerciants.
- Adaptar-se als tempos dels comerciants i ser flexible amb l'horari.
- Saber donar espai als comerciants: ser conscients de quan no et poden atendre pel volum de feina.
- Adquirir un llenguatge simple: no apropar-se amb paraules tècniques i desconegudes que puguin confondre al comerciant sobre l'objectiu del projecte.
- Apropar-se des d'una entitat arrelada al barri i que generi confiança, com per exemple una associació de veïns i veïnes o una entitat històrica del territori que tothom conegui.
- Explicar la vinculació del grup d'entitats que formen el projecte amb la administració pública. Saber que contem amb el suport de l'AP, genera molta confiança.
- Recomanem que el treball es faci amb 2 persones tècniques, ja que cadascuna connectarà millor amb diferents personalitats. Això farà el treball molt més fàcil i fluid.
- Conèixer eines i recursos que puguin ser d'interès dels comerciants, a més de poder derivar-los a espais on puguin accedir a informació, formació, etc.
- Tenir sensibilitat i estar concienciats amb les tasques que desenvolupen el comerciants i a més les obstacles de la llei d'estrangeria en el cas de que siguin estrangers.

Dedicació



persones

5h per setmana

HORES
SETMANES
MESOS

-

PRESSUPOST

6,5

10 D'EFICIÈNCIA

Destaquem

Es tracta d'una eina que requereix una gran inversió de temps i molta paciència. El més important és aprofitar l'oportunitat quan es presenta: adonar-nos de quan la intensitat de la participació i l'interès són més alts i iniciar projectes o accions en els quals puguin participar o que puguin sostenir amb suport continu.

Visites a porta freda



Comerç de proximitat del barri en general.

La Florida, Hospitalet de Llobregat.

Juny 2022 - Actualitat

Procés

- Abans de començar les visites a porta freda, vam fer una planificació per determinar els objectius als que esperàvem arribar mitjançant aquesta eina i quins mètodes utilitzaríem.
- Per nosaltres és molt important poder establir relacions entre els comerciants i les entitats d'ESS de la ciutat així com augmentar la base social de les nostres entitats i fomentar la necessitat d'autoorganització del comerciants infrarepresentants.
- Com es tracta d'un barri amb molta densitat i volum econòmic vam destinar dues tècniques per dur a terme aquesta eina. Vam començar a fer visites habituals als comerços del barri: dues visites setmanals a diferents
- comerços. Quan veiem que hi ha comerciants més involucrats els fem visites més recurrents, d'aquesta forma creem una zona de confort.
- La zona de confort està conformada per comerciants que coneixem i que ens coneixen, amb els que tenim bona relació i podem treballar conjuntament. Les visites es centren en ells durant un
- període de temps limitat que ve determinat en funció de les accions o projectes que vulguem
- dur a terme conjuntament.

RESULTAT

- La creació d'espais on dones comerciants comparteixen les seves experiències i sabers d'emprenedoria a veïns i veïnes.
- Edicions especial d'una revista de comerciants
- Un mapa de comerços
- Be Florida
- Acompanyament per a la creació de la CEF: Comerç Enxarxat de la Florida, xarxa de comerciants d'ESS del barri de la Florida.
- Acompanyaments i informació per la petició de subvencions, subministraments elèctrics etc.
- Una diagnosi del teixit comerciant del territori.
- 4 derivacions per a la creació de cooperatives a l'Ateneu amb acompanyament de la comunalitat.

Xarxa d'ajuda mútua

Comerç Enxarxat de la Florida

CEF



Comerç de proximitat del barri en general.

La Florida, l'Hospitalet de Llobregat

Febrer 2023 - Actualitat

<https://lafloridasaveina.cat/comerciants-enxarxats-de-la-florida/>

En què consisteix?

Una xarxa de comerciants i la Comunalitat amb diversos objectius. Pels comerciants: crear un espai d'ajuda mútua i aconseguir acompanyament i assessoria en determinats conceptes. Per la Comunalitat, difondre i fomentar hàbits d'ESS en el teixit comercial del barri. I per ambdues parts: fomentar el consum de proximitat i visibilitzar l'esforç d'emprenedoria i treball del barri.

Qui ha participat i com s'ha governat?

Governat entre ambdues parts amb processos participatius.



Dedicació



persones

12

HORES
SETMANES
MESOS

1200€

PRESSUPOST

9

10 D'EFICIÈNCIA

D'on ha sorgit?

Comerciants i la comunalitat de la Florida.

Procés

La primera etapa de la diagnosi (visites a porta freda i mapeig) va durar 3-4 mesos, involucrant diversos comerciants i creant una zona de confort. Tot i no funcionar completament, aquesta etapa va revelar dues coses: 1/ Necessitat d'organitzar-se, però sense autonomia per manca de temps i recursos. 2/ Solució en l'organització no formal: No es necessita una estructura formal per generar suport mutu. Poden comptar completament amb el suport de la Comunalitat. L'organització pot activar-se i desactivar-se segons les necessitats dels comerciants. La Comunalitat pot mantenir la xarxa quan estigui desactivada fins que els comerciants puguin fer-ho sols. Amb aquests aprenentatges, vam començar a crear conjuntament la xarxa de comerciants.

RESULTAT Mapa interactiu de comerços de la Florida (CEF). Jornades de comerciants: en les que ells són ponents i comparteixen experiències amb veïns i veïnes. Detecció de 4 comerços que volen fer-se cooperativa. Secció de la CEF a la revista del barri i fotonovela de la CEF. Treballant en una edició especial de revista de la CEF.

Consell



Si els comerciants poden assumir la implicació, encara que no sigui total i completa, es una bona forma per fomentar la seva organització.

Destaquem

Ha estat la solució més encertada per fomentar l'organització dels comerciants sense comprometre la seva activitat econòmica i per difondre l'ESS al teixit comercial. És crucial tenir una relació de confiança amb els comerciants per aconseguir-ho i tenir comerços que vulguin organitzar-se, recordant que la iniciativa neix de totes dues parts.

Xarxa de treball comunitari “Be Florida”



Comerç de proximitat i veïnes en cerca de feina

La Florida, l'Hospitalet de Llobregat

juny 2023 - Actualitat

<https://lafloridasaveina.cat/comerciants-enxarxats-de-la-florida/>

En què consisteix?

Una xarxa de treball comunitària on es troben la necessitat de cobrir un lloc de treball, amb la necessitat de trobar un lloc de feina per part de veïnes.

D'on ha sorgit?

Sorgeix de la CEF (Xarxa de comerciants de la Florida).

Procés

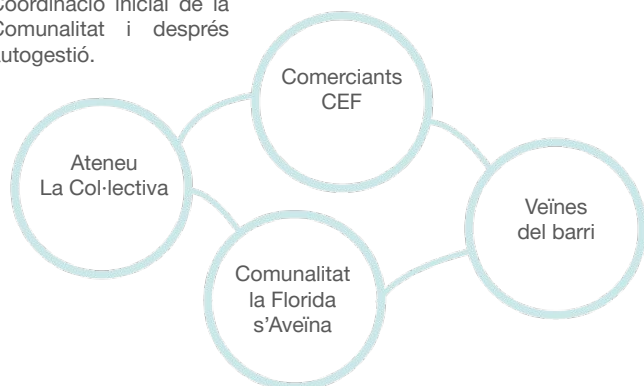
Des de la Comunalitat vam detectar dues coses:
1/ A Pomezia, el nostre espai de referència, s'apropen moltes persones sense feina amb ganes de trobar-ne
2/ Alguns comerciants tenen vacants que han de cobrir. A la CEF vam proposar una solució ràpida i senzilla per connectar aquestes persones amb els comerciants. Així va sorgir Be Florida per respondre a les necessitats del barri.

Resultat

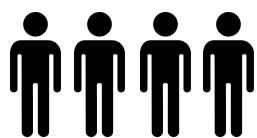
Creació de diferents llocs de treball.

Qui ha participat i com s'ha governat?

Coordinació inicial de la Comunalitat i després autogestió.



Dedicació



persones

10

HORES

SETMANES

MESOS

-

PRESSUPOST

10

10 D'EFICIÈNCIA



Per més informació
comunalitats.cat

Juliol 2024