

## LOCAL | Comercio-Hostelería

### Presentado un proyecto piloto para revitalizar el comercio local

Se basa en la participación de productores y consumidores en las nuevas formas de intercambios de productos

**Rafael Cobo Calmaestra**

Miércoles 25 de octubre de 2017 - 19:29



Con el objetivo de revitalizar el pequeño comercio local mediante la participación de productores y consumidores en las nuevas formas de intercambio de productos y servicios a través de redes colaborativas, esta tarde ha sido presentado en Priego el proyecto Crea Ciudad, impulsado por el departamento de Consumo y Participación Ciudadana de la Diputación de Córdoba, en colaboración con el Consistorio prieguense y la asociación sin ánimo de lucro Red Comercio.

El acto, que se ha celebrado en el salón de actos del Centro de Iniciativa Empresarial, contó con la participación del alcalde prieguense, José Manuel

Mármol, Aurora María Barbero, delegada de Consumo y Participación Ciudadana de la Diputación; Luis Maciá, jefe del departamento de Escuelas Taller, Casas de Oficios y Talleres de Empleo del Servicio Andaluz de Empleo; y Sira Agudo, presidenta de Red Comercio, que fue la encargada de esbozar las líneas generales de esta iniciativa, con la que se pone a disposición de aquellos comerciantes, pequeños empresarios e incluso particulares que se adhieran, una aplicación para móviles (OCKcomunica), para mejorar su visibilidad y formar parte de una red cercana colaborativa de consumidores, de comercio de proximidad.

De ahí que la participación ciudadana, como indicaba Sira Agudo, sea una de las piedras angulares, el elemento vertebrador de este proyecto que, además, ofrece a los interesados información y asesoramiento de personal cualificado sobre los trámites necesarios para adherirse a la plataforma RedComercio.org.

El proyecto, que tendrá una duración inicial de tres meses, plantea igualmente la necesaria adaptación del sector comercial a las nuevas exigencias del clientes, así como a los nuevos hábitos de consumo, partiendo de la premisa de que los consumidores están cada vez más informados y cuentan con un mayor número de canales de acceso para los productos que demanda y consumen.