

**ORDENANZA Nº 11620**

EL HONORABLE CONCEJO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SANTA FE DE LA VERA CRUZ, SANCIONA LA SIGUIENTE

ORDENANZA

Art. 1º: Aprobar lo actuado por el Departamento Ejecutivo Municipal y autorizar la realización de los actos administrativos necesarios para concretar la percepción de la subvención por parte de la Comisión Europea según los términos de la nota de fecha 10 de julio de 2009 en la que se comunica a la Municipalidad de Santa Fe la concesión de un máximo de € 963.563 (euros novecientos sesenta y tres mil quinientos sesenta y tres) para financiar la acción denominada “El comercio minorista de proximidad como factor de desarrollo”; conforme al proyecto que se adjunta como Anexo I.

Art. 2º: Autorízase al Departamento Ejecutivo Municipal, en el marco de la acción mencionada en el Art. 1º, a llevar adelante una convocatoria pública a registro de aspirantes y posterior concesión de los locales comerciales ubicados en el exterior del establecimiento denominado Mercado Norte, ubicado en las calles Urquiza y Santiago del Estero de la ciudad de Santa Fe, bajo las condiciones y modalidades establecidas en la presente ordenanza.

Art. 3º: Los locales serán entregados a los adjudicatarios conforme los planos y costos establecidos en el Anexo II y Anexo III de la presente Ordenanza.

Art. 4º: La convocatoria deberá realizarse mediante ocho (8) publicaciones en dos (2) periódicos locales y en la página Web del Municipio, la primera de ellas con una anticipación de 40 días corridos a la compulsa, con un espacio de tiempo entre cada una de ellas de cuatro (4) días; el Departamento Ejecutivo Municipal dispondrá las medidas necesarias para la más amplia difusión de la convocatoria, a través de medios de comunicación masiva,



ORDENANZA Nº **11620**

previéndose reuniones informativas con los interesados en la explotación de los locales comerciales, quienes podrán inscribirse en un registro público y abierto a confeccionarse, para que en igualdad de condiciones, posean un ámbito de interrelación en orden a instruir las premisas y pautas que regirán el funcionamiento de las unidades.

Esta convocatoria se efectuará de la siguiente manera:

CONCURSO PÚBLICO PARA LA CONCESIÓN DE LAS UNIDADES: Es el paso específico para concesionar el conjunto de locales comerciales del Mercado Norte, según planimetría aprobada en Anexo II de la presente, bajo las siguientes condiciones:

- b.1. Un pago único de \$ 60.000 para los locales 1, 2, 3, 8, 9 y 12, \$70.000 para los locales 4, 5, 6, 7 y 11; y \$ 150.000 para el local 10, a cambio de cuatro (4) años de concesión. Las personas físicas y/o jurídicas constituidas para participar en el concurso que, por primera vez van a desarrollar actividades comerciales por cuenta propia, podrán acceder hasta el 20 % de los locales incluidos en el bloque conformado por los locales 1, 2, 3, 8, 9 y 12, abonando el canon correspondiente de la siguiente manera: 50 % en un pago adelantado y el resto en 6 cuotas iguales y consecutivas con interés sobre saldos, con tasa de interés equivalente a un 70 % de la tasa activa del Banco Nación Argentina vigente tres (3) días antes de la firma del contrato de concesión.
- b.2 El Departamento Ejecutivo Municipal afectará estos fondos a la refacción de los locales según los planos y costos establecidos.
- b.3 El Departamento Ejecutivo Municipal, antes de efectuar la convocatoria, informará al Honorable Concejo Municipal y



ORDENANZA Nº **11620**

determinará los rubros a los que serán afectados cada uno de los locales a los fines de lograr una oferta variada de bienes y servicios, de compra cotidiana y con el objetivo de armonizar el funcionamiento del Mercado Norte una vez completada la totalidad del proyecto.

- b.4 El Departamento Ejecutivo Municipal podrá, con acuerdo del Honorable Concejo Municipal, otorgar plazos de concesión mayores a los cuatro (4) años previendo una forma de fijación del canon para esa eventualidad.

Art. 5º: El Departamento Ejecutivo Municipal procederá a efectuar la evaluación y selección de las propuestas recibidas, teniendo en cuenta el proyecto comercial presentado por cada oferente y su grado de complementariedad con el proyecto denominado “El comercio minorista de proximidad como factor de desarrollo”, presentado en el marco de la convocatoria de la Comisión Europea denominada Non-State Actors and Local Authorities in Development. Actions in partner countries (Multy-country). Reference: EuropeAid/127764/64/C/ACT/TPS.

Grilla de Evaluación:

1- EMPRESA

- 1.A. Antecedentes comerciales..... 30 puntos
1.B. Antigüedad de residencia en el Dpto. La Capital 5 puntos
1.C. Situación patrimonial.....15 puntos

2- SERVICIO PRINCIPAL

- 2.A. Propuesta comercial.....25 puntos
2.B. Inversión en equipamiento20 puntos
2.C. Mano de obra del Dpto. La Capital..... 5 puntos



ORDENANZA Nº 11620

Guía de Evaluación de Nuevos Emprendedores

3- EMPRESA

- 1.A. Antecedentes comerciales.....30 puntos
- 1.B. Antigüedad de residencia en el Dpto. La Capital5 puntos
- 1.C. Situación patrimonial.....15 puntos

4- SERVICIO PRINCIPAL

- 2.A. Propuesta comercial.....25 puntos
- 2.B. Inversión en equipamiento20 puntos
- 2.C. Mano de obra del Dpto. La Capital.....5 puntos

Art. 6º: Facúltase al Departamento Ejecutivo Municipal a crear una Comisión de Preadjudicación conformada por un representante del Departamento Ejecutivo Municipal, tres representantes de las Asociaciones de Comerciantes, Industriales, Profesionales y Amigos de Calles de la Ciudad y un representante del Centro Comercial de Santa Fe.

Art. 7º: El Departamento Ejecutivo Municipal seleccionará y suscribirá con el sujeto seleccionado el correspondiente contrato de concesión. Dicho acto se



ORDENANZA N° 11620

llevará a cabo con posterioridad al informe de la Comisión de Preadjudicación, si corresponde el mismo.

Art. 8º: El funcionamiento de los locales comerciales se regirá por un Reglamento de Funcionamiento Interno, que será confeccionado por el Departamento Ejecutivo Municipal, ad-referendum del Honorable Concejo Municipal, con el objeto de fijar pautas de ordenamiento, preservación y mantenimiento adecuado del edificio y de su entorno, así como también lograr un funcionamiento armónico de los locales atendiendo a criterios de uniformidad en la prestación de servicios, en la comunicación y en la imagen por parte de los concesionarios. Contemplará, entre otros, temas tales como:

- a) Horarios de apertura y cierre de los locales: se tenderá al funcionamiento extendido de los locales, apuntando a conferir vitalidad urbana a toda la zona y al mercado en su conjunto.
- b) Distribución de los gastos comunes referidos a mantenimiento del edificio, consumos de energía en los espacios comunes, seguridad y limpieza.
- c) Comunicación y promoción de las actividades comerciales de los locales siguiendo criterios de imagen y presencia urbanística comunes.
- d) Manejo, control y seguimiento de la gestión de residuos de los locales.

Art. 9º: Comuníquese al Departamento Ejecutivo Municipal.

SALA DE SESIONES, 15 de octubre de 2.009

Presidente: Dr. Jorge Antonio Henn

Secretario Legislativo: Dr. Danilo Lionel Armando

ANEXO I

**Call for Proposals: EuropeAid 127764/C/ACT/TPS
Non-State Actors and Local Authorities in
Development - Actions in partner countries
(Multy-country) for Local Authorities.**

Application ref: DCI/NSAPVD/2009/67

**“EL COMERCIO MINORISTA DE PROXIMIDAD COMO FACTOR DE
DESARROLLO”**

**Comisión Europea**

EuropeAid Oficina de Cooperación

Operaciones temáticas

Finanzas, Contratos y Auditoría para las líneas presupuestarias temáticas

Bruselas, 10 JUL. 2009

José María Chemes
MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE SANTA
FE DE LA VERA CRUZ
Salta 2951
3000CMK Santa Fe
AR-Argentina

Restricted Call for Proposals

Convocatoria de propuestas EuropeAid/127-764/C/ACT/TPS-2
Non-State Actors and Local Authorities in Development - Actions in partner
countries (Multi-country) for Local Authorities

Número de solicitud DCI-NSAPVD/2009/67
El comercio minorista de proximidad como factor de desarrollo

Estimado/a Sr/a,

En referencia a su solicitud arriba indicada, tengo el placer de informarle que, a recomendación del Comité de Evaluación, la Administración contratante ha decidido que se le puede conceder a su solicitud una subvención de un máximo de 963,563.00 euros, es decir, un 90% del coste total subvencionable de la acción.

Se va a proceder, en consecuencia, a preparar un contrato de subvención entre la Administración contratante y su organización. A tal efecto se le contactará a fin de ultimarle conforme a las recomendaciones del Comité de Evaluación.

Por favor tenga en cuenta que esta carta no le da derecho aún a obtener dicha subvención. Dicho derecho no se adquirirá hasta tanto ambas partes no hayan firmado el contrato de subvención, y a partir de entonces tal derecho estará sujeto a las condiciones del contrato.

Atentamente,

Rodia TSITSIKLI
Presidente del Comité de
Evaluación

ANNEX A

**European Commission**

**Non-State Actors and Local Authorities in Development
Actions in partner countries (Multi-country)
for Local Authorities**

Grant Application Form (Part B)

For economical and ecological reasons, we strongly recommend that you submit your files on paper-based materials (no plastic folder or divider). We also suggest you use double-sided print-outs as much as possible

Budget line 21 03 02

Reference: **EuropeAid/127764/C/ACT/TPS**

Dossier No	
(for official use only)	

NOTICE

All personal data (such as names, addresses, CVs, etc.) mentioned in your application form will be processed in accordance with Regulation (EC) No 45/2001 of the European Parliament and of the Council of 18 December 2000 on the protection of individuals with regard to the processing of personal data by the Community institutions and bodies and on the free movement of such data. Your replies to the questions in this form are necessary in order to assess your grant application and they will be processed solely for that purpose by the department responsible for the Community grant programme concerned. On request, you may be sent personal data and correct or complete them. For any question relating to these data, please contact the Commission department to which the form must be returned. Beneficiaries may lodge a complaint against the processing of their personal data with the European Data Protection Supervisor at any time (Official Journal L 8, 12.1.2001).

TABLE OF CONTENTS

I. THE ACTION	4
1. DESCRIPTION	4
1.1. Title	4
1.2. Location(s)	4
1.3. Cost of the action and amount requested from the European Commission.....	4
1.4. Summary	4
1.5. Objectives.....	6
1.6. Relevance of the action	7
1.7. Description of the action and its effectiveness	10
1.8. Methodology	21
1.9. Duration and indicative action plan for implementing the action	26
1.10. Sustainability.....	27
1.11. Logical framework.....	28
2. BUDGET FOR THE ACTION.....	32
3. EXPECTED SOURCES OF FUNDING	36
4. APPLICANT'S EXPERIENCE OF SIMILAR ACTIONS.....	37
5. PARTNERS' EXPERIENCE OF SIMILAR ACTIONS	38
II. THE APPLICANT	39
1. IDENTITY	39
2. INFORMATION WITH REGARD TO ACTIONS IN THE FIELD OF MICROFINANCE.....	40
III. PARTNERS OF THE APPLICANT PARTICIPATING IN THE ACTION	41
IV. ASSOCIATES OF THE APPLICANT PARTICIPATING IN THE ACTION	42
V. CHECKLIST	45
VI. DECLARATION BY THE APPLICANT	46

PART B – FULL APPLICATION FORM

Reference of the Call for Proposals	EuropeAid/127764/C/ACT/TPS
Title of the Call for Proposals	Non-State Actors and Local Authorities in Development – Actions in partner countries (Multi-country)- LA
Name of the applicant	Municipalidad de la Ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz
Nr of the proposal¹	DCI/NSAPVD/2009/67

I. THE ACTION²**1. DESCRIPTION****1.1. Title**

El comercio minorista de proximidad como factor de desarrollo.

1.2. Location(s)

Santa Fe, Provincia de Santa Fe, Argentina
Valparaíso, Chile

1.3. Cost of the action and amount requested from the European Commission

Total eligible cost of the action (A)	Amount requested from the European Commission (B)	% of total eligible cost of action (B/Ax100)
€ 1.070.626	€ 963.563	90 %

1.4. Summary

Total duration of the action	36 meses
------------------------------	----------

¹ Proposal number as allocated by the European Commission and notified to the applicant at the time of the opening and administrative check

² For actions in the field of microfinance please make sure that the Application form contains all relevant information in line with the additional criteria and conditions set out in annex H to the Guidelines for grant applicants for this call for proposals

Objectives of the action	<p><i>Objetivo general:</i> Fortalecimiento y revitalización del comercio minorista de proximidad como factor de desarrollo económico, social y cultural.</p> <p><i>Objetivos específicos:</i> Revitalizar un mercado municipal - Incorporar una tecnología de gestión para el formato comercial “Mercado Minorista” - Transferir y generalizar el formato en otras ciudades.</p>
Partner 1 - add as many rows as partners	<p>Name: Municipalidad de Valparaíso - Chile EuropeAid ID nr: CL-2007-DUQ-2711445111 Nationality: Chilena Type of actor (NSA or LA): LA</p>
Target group(s) ³	Comercios minoristas - Emprendedores
Final beneficiaries ⁴	Productores - Consumidores - Prestadores de servicios vinculados al comercio - Ciudadanía en general.
Estimated results	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Refuncionalización del Mercado Norte de Santa Fe y del Mercado Puerto de Valparaíso. ▪ Fortalecimiento y revitalización del comercio minorista de proximidad. ▪ Vertebración de tramas urbanas. ▪ Generación de 250 puestos de trabajo directo. ▪ Adquisición de capacidad para gestionar el formato comercial “Mercado Municipal”. ▪ Capacitación de gestores para el formato comercial “Mercado Municipal”. ▪ Optimización de la gestión centralizada del Mercado Municipal. ▪ Transferencia a Mercados Municipales de otras ciudades.
Main activities	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudio acerca de las principales características comerciales, técnicas y económicas para la reapertura del Mercado Norte y del Mercado Puerto. ▪ Elaboración y ejecución del proyecto definitivo. ▪ Implementación del Mercado. ▪ Capacitación de comerciantes y gerentes. ▪ Seguimiento y evaluación. ▪ Transferencia de la experiencia local del Mercado Norte a Mercados de otras ciudades.
If applicable, please specify all activities related to microfinance and indicate the total budgeted amount for such activities.	

Where applicable, clearly indicate the sector⁵, theme, or geographical area specified in the Call for Proposals to which the proposed action would apply:

³ “Target groups” are the groups/entities who will be directly positively affected by the project at the Project Purpose level – See paragraph 2.3 in Section II for the list.

⁴ “Final beneficiaries” are those who will benefit from the project in the long term at the level of the society or sector at large.

⁵ See Section 1.2 of Annex J for the list of Sectors

1.5. Objectives

Objetivo General: “Fortalecer y revitalizar el comercio minorista de proximidad como factor de desarrollo económico, social y cultural”.

La ciudad de Santa Fe, sede administrativa del gobierno provincial, tiene 500.000 habitantes y una población ocupada total de alrededor de 190.000 personas. El comercio es la actividad que, individualmente, emplea mayor cantidad de población en la ciudad de Santa Fe, ya que con aproximadamente 46.000 personas ocupadas duplica, por ejemplo, a las personas empleadas en la Administración Pública Central.

La falta de cohesión social que muestra la sociedad santafesina, agudizada luego de la crisis económica de 2001-2002, se manifiesta en una desigual distribución del ingreso, en un índice de pobreza que, según los últimos datos del INDEC, alcanzaba al 33% de la población, ubicándose por encima de la media nacional, y en el trabajo informal que comprende al 40% de los asalariados, que no tienen cobertura social ni jubilatoria.

El Sector Comercial Minorista de la ciudad de Santa Fe como reflejo de esta situación problemática puede ser definido como un Sector Dual. De esta manera se resume una realidad que es la fragmentación de los comercios minoristas en dos grupos de competidores, sin una estructura armónica. Estos grupos muestran dinámicas absolutamente diferentes: un conjunto de competidores modernos, con altos niveles de inversión, rentabilidad y profesionalización, integrados a una economía competitiva y representado por medianas y grandes superficies algunas de localización suburbana y otro grupo, muy numeroso, de comercios tradicionales, que atienden la demanda de proximidad, con bajos niveles de inversión, administrados con criterios distintos a los de rentabilidad y con graves problemas de competitividad ante el avance de los competidores modernos, lo que se traduce en una pérdida, importante y constante, de cuota de mercado.

El fortalecimiento y revitalización del comercio de proximidad es una oportunidad de vertebrar las tramas urbanas manteniendo las aglomeraciones comerciales espontáneas, por ejemplo centros y calles comerciales barriales, como forma de encuentro, que trasciende lo mercantil.

Objetivos específicos:

1. Revitalizar un mercado municipal,
2. Incorporar una tecnología de gestión para el formato comercial “mercado municipal”,
3. Transferir y generalizar el formato en la ciudad y la provincia”.

Esta morfología del comercio minorista se agudiza en el sector de los establecimientos dedicados a la alimentación y al equipamiento de las personas y hogares. En este sector se comprueba una pérdida de cuota de mercado por parte de los establecimientos pequeños localizados en zonas centrales en detrimento de las medianas y grandes superficies.

Ante los problemas planteados para el sector comercial minorista de la ciudad de Santa Fe, es decir su estructura dual y la pérdida de participación del comercio de proximidad, se plantea, como una alternativa, la renovación de los Mercados Municipales, para convertirlos en formatos comerciales con capacidad de transformación y modernización de sus entornos urbanos y sociales.

En el caso del comercio de alimentación, el mantenimiento de una potencial demanda de cercanía, conformada por los consumidores con problemas de movilización y por los que manifiestan preferencias por la compra en negocios especializados, especialmente para productos frescos, ofrece una oportunidad para apostar a la renovación de algunos formatos tradicionales como los Mercados Municipales. La Municipalidad de Santa Fe, conserva la propiedad del Mercado Norte, actualmente cerrado, que se encuentra ubicado, en inmediaciones del área céntrica comercial más importante de la ciudad, y dentro de una de las zonas residenciales más pobladas. La reapertura de este espacio supone una actuación urbanística positiva, capaz de inducir, además, una nueva dinámica económica y social en su zona de influencia, como lo demuestran las exitosas experiencias llevadas adelante, entre otras, en muchas ciudades españolas y latinoamericanas.

1.6. Relevance of the action

Presentación, análisis e identificación de los problemas a los que la acción hace frente

El comercio está en el origen de las ciudades y contribuye de forma destacada a la calidad de vida de sus habitantes. Un tejido comercial competitivo contribuye a la habitabilidad del centro y de los barrios, generando externalidades positivas en estas áreas urbanas.

En el sistema comercial urbano se integran los mercados municipales minoristas. Éstos constituyen un formato comercial caracterizado por la asociación espacial de comercios especializados, fundamentalmente en productos frescos –frutas y verduras, pescados, carnes, fiambres, quesos y otros lácteos– con una tecnología de venta tradicional.

Los mercados han sido históricamente un punto de encuentro del barrio o localidad donde se ubican, que han cumplido la misión de abastecer de productos de alimentación a sus habitantes.

Prácticamente en todas las ciudades existen uno o varios mercados de referencia, donde conviven especialistas, puestos emblemáticos, que logran fidelizar día a día a su clientela, a pesar de las condiciones de precariedad de algunos mercados, de sus horarios inapropiados, del envejecimiento de la clientela, y del cambio de tendencias en los consumidores hacia otros formatos de venta más novedosos.

Sin embargo en Santa Fe se ha producido un fenómeno inverso a lo precedentemente descrito, con **la desaparición de los mercados municipales, y lo que esto significa: un formato comercial que ofrece una buena relación de calidad / precios, un espacio común que permite la asociación y colaboración entre comerciantes, un lugar de encuentro de los vecinos, un patrimonio arquitectónico que embellece y caracteriza a la ciudad y una oportunidad de generación de empleo y desarrollo económico mediante la colaboración entre el Estado Municipal y el Sector Comercial Minorista.**

Como dijimos al plantear los objetivos, el Sector Comercial Minorista de la ciudad de Santa Fe es un Sector Dual, donde conviven dos grupos de competidores absolutamente diferentes. Por un lado, competidores modernos, con altos niveles de inversión, rentabilidad y profesionalización, integrados a una economía competitiva. Por otro, existe un muy numeroso grupo de comercios tradicionales, con bajos niveles de inversión, administrados con criterios distintos a los de rentabilidad, y con graves problemas de competitividad ante el avance de los competidores modernos, lo que se traduce en una importante pérdida de cuota de mercado.

La situación actual muestra, además, un importante número de micro emprendimientos, muchos de ellos surgidos a partir de la crisis 2001-2002, que presentan problemas para superar la etapa fundacional y, como consecuencia de ello con un escaso crecimiento y con una alta mortalidad. La mitad del empleo informal, otro de los problemas detectados, está ocupado en empresas de este tipo; que emplean menos de 5 personas y que necesitan un agente externo que facilite su evolución a partir de la formalización administrativa, comercial, laboral, productiva e impositiva de sus actividades

Entre las causas que han producido la desaparición de los mercados cabe mencionar:

- a) Un incipiente proceso de pérdida de importancia de la actividad comercial de las áreas céntricas debido a la aparición de otras opciones para los consumidores, que se pueden definir como comercio suburbano y que incluyen a las grandes superficies comerciales y a los centros comerciales barriales ó shopping centers.
- b) Dificultad para el tráfico de automóviles por la zona céntrica y políticas urbanas, fundamentalmente referidas al estacionamiento, que limitan el acceso al casco céntrico del transporte individual
- c) Desplazamiento de la población a la periferia de la ciudad, principalmente por la dificultad de encontrar viviendas a precios razonables
- d) Aparición de nuevos formatos comerciales, que por necesitar grandes superficies, utilizan los espacios vacíos de los bordes de la ciudad con buen acceso vehicular
- e) Nuevas conductas de los consumidores, que cada vez asocian más los actos de compra con el tiempo libre y la recreación

La consecuencia de lo mencionado precedentemente ha sido el abandono de importantes espacios urbanos ubicados en los centros históricos, entre ellos los Mercados Municipales, cuyo origen en la ciudad de Santa Fe se remite a los últimos años del siglo XIX.

La desaceleración de la actividad económica que se produjo en Argentina a partir de 1998 y la crisis que se extendió desde fines de 2001 hasta el segundo semestre de 2002, exacerbó la situación negativa antes descripta y aceleró el cierre del único Mercado Municipal sobreviviente.

Se produjo entonces la pérdida de un espacio público muy valorado por los santafesinos, que veían en él un ámbito para el desarrollo de las relaciones comerciales y sociales, sumado al hecho del continuo deterioro que afectó a la zona donde estaba emplazado. El cierre de los Mercados ha llevado a la inexistencia de lugares comunes, que favorezcan el intercambio social y el desarrollo de valores de solidaridad y comunicación. Estos espacios públicos de contacto social y trato personal, en la actualidad, se reducen a las Ferias Francas que se realizan en algunos barrios de la ciudad.

La carencia de una política de apoyo a los pequeños comerciantes por parte del municipio, puesta de manifiesto en el desinterés por estimular y fortalecer al sector, en la carencia de planes estratégicos de desarrollo, ausencia de políticas públicas orientadas al fomento de la producción fruti hortícola, y en la propia inexistencia de un proyecto de revitalización del mercado municipal.

A estos problemas que en mayor o menor medidas afectaban al sector comercial en su conjunto, deben agregarse **aquellas causas específicas, inherentes al funcionamiento** y estructura propias del Mercado Norte, las cuales también contribuyeron a provocar su cierre.

Entre las mismas encontramos:

- a) Ausencia de un gerenciamiento moderno del mercado.
- b) Carencia de una estrategia de fomento a la relación vecino – comerciante.
- c) Falta de profesionalidad de los titulares de los puestos y escasa organización empresarial.
- d) Falta de reacción frente al crecimiento de nuevas formas comerciales, consecuencia de la falta de organización y profesionalidad de los comerciantes del Mercado.
- e) Obsolescencia y falta de mantenimiento de las instalaciones, del edificio del mercado y de los puestos.
- f) Resistencia a incorporar nuevas tecnologías.
- g) Desconocimiento de nuevas formas de marketing.
- h) Falta de adecuación de la oferta del mercado a las nuevas tendencias de los consumidores.
- i) Falta de renovación de los contratos de los puesteros.

Destinatarios y Beneficiarios de la acción. Necesidades y Número estimado de los mismos.

El fortalecimiento de este sector actuará como generador de nuevas oportunidades **no sólo para los propios comerciantes y emprendedores de la zona (destinatarios directos de la acción), sino que también generará beneficios para los productores, los consumidores, los prestadores de servicios vinculados al comercio y la ciudadanía en general.**

Los comerciantes interesados en ofrecer sus productos en este nuevo espacio se beneficiarán de la atracción conjunta que pueda ejercer el total de establecimientos, esto requiere de actuaciones colectivas y coordinadas, es decir una colaboración inteligente que ayude al buen desempeño de todos los negocios instalados en el mercado.

Al interactuar en el mercado, los comerciantes podrán tener acceso a programas de formación y asistencia técnica que les permitirán desarrollar sus actividades contando con capacitación de carácter intensiva y fundamentalmente práctica. Asimismo, al formar parte de un espacio común, se beneficiarán con una reducción de sus costos fijos y con acciones específicas, tales como exposiciones, promociones, ofertas, campañas publicitarias, etc. Se estima que se establecerán alrededor de 80 puestos de venta.

Los comerciantes localizados en las calles aledañas al mercado se beneficiarán del flujo de gente que concurra al mismo, ya que se convertirán en potenciales clientes de sus propios negocios. Existen alrededor de 143 comercios ubicados en las 16 manzanas colindantes al mercado, lo que incluye un supermercado y negocios especialistas de alimentación y de equipamiento personal.

Los productores locales encontrarán una nueva posibilidad donde colocar sus productos, especialmente aquellos característicos de la región, jerarquizando su producción a través del acceso a la capacitación y a la existencia de nuevas acciones tendientes a garantizar la seguridad alimentaria. También debemos mencionar que seguramente los productores lograrán mejores precios

ya que existirá una relación más equilibrada con el sector comercial y un canal más directo para hacer llegar sus productos al consumidor. Actualmente hay aproximadamente 280 productores en el cinturón frutihortícola de la ciudad de Santa Fe

Por su parte, los consumidores podrán encontrar en los mercados un lugar de contacto social y trato personal, con una amplia oferta de productos. Tendrán a su disposición más opciones de compra, lo que les permitirá comparar estas alternativas, con ahorros de tiempo y costos de desplazamiento, además la variedad de alternativas permitirá el cambio de proveedor cuando éste no proporcione la calidad buscada. El mercado se constituirá además, en un espacio de encuentro entre los vecinos y entre éstos y el comerciante del barrio recreándose pautas culturales propias de la ciudad que a su vez promueven la cohesión social y atenúan la despersonalización de las relaciones, características del siglo XXI.

Los mercados actúan como reguladores de precio en su zona de influencia, al incentivar la competencia ampliando la oferta de productos lo que repercute en una tendencia a la baja de los precios. De esta manera, los consumidores podrían aprovechar al máximo los beneficios que ofrece la economía de aglomeración.

Se estima que el flujo de clientes del mercado oscilará entre las 5.000 y 10.000 personas diarias, dependiendo de la calidad de implementación del proyecto.

Los prestadores de servicios complementarios al comercio, encontraran nuevas posibilidades para ofrecer sus servicios y para innovar y ofrecer nuevas alternativas frente a las demandas de los clientes actuales y potenciales. La revitalización de este tipo de mercados minoristas favorecerá el desarrollo de una economía con activa participación del sector terciario.

Por otro lado, los vecinos del mercado se verán favorecidos por la nueva dinámica económica y social que surgirá de dicho emprendimiento que sin duda, estimulará una intervención urbana positiva que incremente su atractivo.

Cuando en casos como el de Santa Fe, los edificios pertenecientes a los Mercados Municipales forman parte del patrimonio histórico de la ciudad, la conservación de los mismos tiene, además de un fin comercial, un objetivo artístico y cultural, en tanto contribuye de manera decisiva a conservar su acervo histórico.

En cuanto a las necesidades de los grupos de destinatarios, se deben mencionar:

- a) La reconversión de la infraestructura física de los mercados, para lo cual es imprescindible la intervención del gobierno local.
- b) La necesidad de promover el desarrollo del asociacionismo, que ayude al mejor desempeño del conjunto de todos los negocios instalados en el Mercado (se trata de generar sinergias utilizando todo el potencial existente).
- c) El desarrollo de planes de capacitación. La formación es una herramienta fundamental para la mejora del servicio que puede ofrecer el comercio.
- d) La adopción de un modelo de gerenciamiento, acorde con las nuevas tendencias. Es necesario una administración profesionalizada, capaz de gestionar el Mercado de manera eficiente.
- e) Un programa de comunicación y difusión de las actividades destinadas a incrementar la notoriedad del Mercado y a resaltar un conjunto de atributos positivos vinculados al Mercado que estén en consonancia con los nuevos hábitos del consumidor.

1.7. Description of the action and its effectiveness

Objetivo general y fin de la acción

El objetivo general al que apunta la acción es el fortalecimiento y revitalización del comercio minorista de proximidad como factor de desarrollo económico, social y cultural.

Se intentará contribuir a la concreción de dicho objetivo mediante el proyecto de reapertura de los Mercados de propiedad municipal, puntualmente a partir de esta acción en el Mercado Norte de la ciudad de Santa Fe.

En el caso de la ciudad de Valparaíso mediante la concreción de la acción se espera remodelar uno de los mercados que actualmente está en funcionamiento, en concreto el Mercado Puerto, testimonio de lo que ha sido la actividad y el modo de vida en uno de los barrios más antiguos y emblemáticos de la ciudad.

Se pretende poner en marcha un círculo virtuoso en cada ciudad, la cual se beneficiará con la consolidación de una zona comercial tradicional, generando nuevas posibilidades laborales, recuperando y conservando el patrimonio arquitectónico, ofreciendo nuevos servicios y afianzando su entramado social y cultural, sostén fundamental de las relaciones entre los ciudadanos. Los actores principales vinculados al comercio, es decir, consumidores y comerciantes, como así también los productores, accederán a nuevas oportunidades de negocios, lo que redundará en mayores posibilidades de desarrollo para la sociedad en su conjunto.

Existe un claro interés desde el Gobierno de la Ciudad de Santa Fe en apoyar al pequeño y mediano comerciante para el desarrollo y crecimiento del comercio minorista. Esto puede observarse, por ejemplo, en los Programas que lleva adelante la Secretaría de Producción a través de las Subsecretarías de Industria, de Comercio y de Turismo, especialmente el de Revitalización de mercados, ferias y calles comerciales, pero también otros como el Programa de Acceso a la sociedad de la información, el Programa de Capacitación y vinculación para el empleo, el Programa de Formalización para pequeños empresarios y el Programa de Desarrollo turístico que se apoya en la recuperación de la infraestructura municipal con destino turístico. Todos estos programas contribuyen en alguna medida al objetivo principal de revitalizar el comercio minorista tradicional urbano o de proximidad, intentando fortalecer la estructura comercial de la ciudad, mediante la competitividad, profesionalización y la rehabilitación urbana.

Por su parte, el Municipio de Valparaíso, a través de su Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano, se ha planteado como objetivo general "Contribuir a acelerar la revitalización de la ciudad de Valparaíso, poniendo en valor el patrimonio urbano como fundamento de nuevas actividades económicas y sociales, que beneficien a la población, especialmente de menores ingresos".

Unos de los objetivos específicos del citado programa es recuperar áreas territoriales seleccionadas y resolver problemas críticos de funcionamiento urbano, a fin de estimular la inversión privada productiva y la llegada de nuevos residentes a la ciudad, a efectos de generar oportunidades para la creación de nuevas actividades económicas.

En dicho marco, se ha creado el Fondo de incentivo para desarrollo y modernización de micro y pequeñas empresas. Asimismo, el Mercado Puerto ha sido incluido en el Plan de Recuperación de Edificios Destacados y de Espacios con Fines Productivos, Culturales y Comunitarios. Hasta el año 2007, el Municipio de Valparaíso ha ejecutado las obras de mejoramiento de avenidas, calles y pasajes de Barrio Puerto por un monto total de 784.029 pesos chilenos, y ha realizado la Rehabilitación Edificio del Mercado Puerto con una inversión de \$ 1.619.140.

Por otro lado, se ha iniciado el Programa de Capacitación de Turismo Patrimonial, en el marco del Plan de Turismo de la Ciudad, con el objetivo de crear capacidades en el ámbito local para la recuperación y difusión del patrimonio, identidad cultural y fortalecimiento de las comunidades.

En la ciudad de Santa Fe, este proyecto en particular, tiene muchas posibilidades de captar el interés de la población, en especial la del barrio donde se localiza el Mercado que forma parte de este proyecto. La zona en la que se encuentra ubicado el Mercado presenta actualmente un notorio crecimiento de su población, esto puede observarse en la numerosa cantidad de edificios que se construyeron y de los que están en proceso. Para hacer frente a este incremento poblacional es necesario crear un formato comercial adecuado a las nuevas tendencias del mercado, que pueda dar respuesta a las necesidades de los consumidores.

De todas maneras creemos que la influencia del proyecto trascenderá los límites barriales y se trasladará al resto de la ciudad. Una experiencia exitosa desatará un proceso de revalorización de los mercados; se entenderá así que la importancia de estos espacios municipales va más allá de su actividad como centro comercial de provisión de víveres y productos no alimenticios para el consumo diario. Esta importancia está dada porque los mercados pasan a ser también un espacio de intercambio cultural y cohesión social, que hacen que su supervivencia, fortalecimiento y modernización sea aún más importante.

Por último la reapertura de los mercados, permitirá a ambos municipios incorporar una tecnología de gestión para el formato comercial "mercado municipal". La gestión de un "mercado municipal" moderno deberá basarse en criterios empresariales, profesionalizando las actividades e involucrando a los comerciantes en la misma. Uno de los fines será encontrar una fórmula de cooperación que sirva para conciliar los intereses de los participantes públicos y privados del proyecto; estos últimos representados por los comerciantes y por los posibles inversores. La adquisición de esta capacidad de gestión de un "mercado municipal" permitirá su difusión y transferencia a otros mercados de la ciudad y de la provincia".

Resultados esperados

▪ Refuncionalización del Mercado Norte (Santa Fe) y remodelación del Mercado Puerto (Valparaíso)

Mediante la concreción de la acción se pretende lograr la reapertura de uno de los mercados de propiedad municipal presentes en la ciudad, en concreto el Mercado Norte. Dicho mercado tiene un gran valor porque permanece en el imaginario colectivo de los ciudadanos santafesinos como un símbolo del alimento fresco al alcance de todos. Su reapertura permitirá contar con un nuevo espacio de encuentro y contacto que afiance el desarrollo de relaciones interpersonales y cívicas.

En el caso de la ciudad de Valparaíso se pretende el mejoramiento de uno de los mercados que actualmente está en funcionamiento, en concreto el Mercado Puerto. Este edificio fue edificado entre los años 1922 y 1924, el subterráneo estaba destinado a bodegas y frigorífico, el primer y segundo piso a almacenes y el tercero a venta de abastos. La terraza fue pensada como un área de esparcimiento. En la actualidad el subterráneo se encuentra abandonado y en franco deterioro, el primer piso está destinado a ventas de abastos, el segundo cocinerías, el tercero y la terraza se encuentran sin uso. Dicha estrategia de mejoramiento seguirá los lineamientos expresados en el Plan de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso mencionados recientemente.

La figura del Mercado Municipal necesita apostar por un proceso evolutivo que ayude a avanzar en nuevos conceptos sin perder sus señas de identidad tradicionales (garantía de calidad, trato personalizado, contacto directo con el entorno urbano) y su valor patrimonial.

Se intenta conformar un espacio donde convivan oferta y demanda, que facilite la venta a los productores y mejore la capacidad de elección de los consumidores / compradores. Los vendedores se beneficiarán de la atracción conjunta que pueda ejercer el total de establecimientos.

Se pretende lograr una profunda renovación, incorporando una oferta más amplia, en instalaciones renovadas física y funcionalmente, adaptadas a las necesidades y características del mercado objetivo.

Mediante la apertura del Mercado Norte, los productores, en especial aquellos que integran el Cinturón Frutihortícola de Santa Fe y zona de influencia, contarán con un nuevo espacio especializado para la venta de productos frescos de calidad. Esto permitirá la disminución de sus pérdidas por desperdicio, al contar con nuevas opciones de colocación de sus productos y una expansión de su área de negocios.

Otra ventaja que aportará el mercado hacia los productores será el volumen económico creciente que genera, al concentrarse la oferta y la demanda en un mismo sitio, estableciéndose mejores competencias.

La refuncionalización del Mercado Norte permitirá que la ciudad recupere un edificio de 2500 m² aproximadamente, albergará 80 puestos de venta y permitirá generar 250 puestos de trabajo directo.

▪ **Fortalecimiento y revitalización del comercio minorista de proximidad**

Otro de los resultados que se espera lograr mediante la concreción del proyecto es fortalecer y revitalizar el comercio minorista de proximidad en las ciudades.

Como dijimos anteriormente, en la ciudad de Santa Fe se verifica una constante pérdida de cuota de mercado en el sector del comercio tradicional de alimentación a partir de la evolución de otras formas comerciales basadas en el autoservicio con un ámbito de atracción más amplio que el meramente barrial.

La renovación del formato comercial Mercado Municipal ayudará a afianzar e incrementar las preferencias de los consumidores por la compra de cercanía, en especial de productos frescos. Este grupo de beneficiarios podrá usufructuar un nuevo espacio especializado para la compra de productos frescos, de producción artesanal y la prestación de nuevos servicios, viendo satisfecha su demanda hacia la calidad interior y exterior de los productos.

Además contarán con controles directos en materia de seguridad alimentaria, lo que redundará en mayores exigencias en la exhibición de los productos, los cuales serán expuestos de manera tal que permitan su presentación y conservación en estado natural. Esta iniciativa brindará al consumidor la garantía de calidad de los productos comercializados.

La existencia de infraestructuras de calidad equipadas adecuadamente permitirá que los consumidores conozcan con menos esfuerzo de búsqueda muchas opciones de compra, comparen las alternativas de compra con un ahorro de tiempos y costo de desplazamiento, y cambien de minorista cuando no se proporcione la calidad buscada. De esta manera el Mercado se constituirá en regulador zonal de precios, incentivando la competencia zonal y local, favoreciendo notablemente las alternativas de compra del consumidor.

Se adoptará una estrategia de gestión considerando al mercado como una unidad que hay que promocionar y mejorar en su aspecto integral, tratando de obtener sinergias que permitan utilizar al máximo el potencial existente. El objetivo es que el mercado ofrezca al cliente buen producto, atención, servicio, ambiente agradable, buena imagen exterior, cuyo fin último será la satisfacción del cliente, y por consiguiente, su fidelización.

El proceso que se iniciará a partir de la reapertura del Mercado Municipal hará posible que los pequeños comercios del entorno del mercado municipal empiecen un proceso de renovación apoyados en la mayor capacidad de atracción comercial de la renovada superficie comercial, lo que a su vez supondrá un reforzamiento de la centralidad del conjunto de establecimientos de la zona comercial donde se ubica y, en definitiva, una mejora de su capacidad de atracción comercial y su competitividad.

La renovación y modernización de los Mercados Municipales se constituirá en un motor de la modernización del comercio minorista de proximidad y de la renovación de las tramas urbanas.

▪ **Vertebración de tramas urbanas**

La reapertura del Mercado Norte de Santa Fe y la remodelación del Mercado Puerto de Valparaíso implicará la restauración y mejoramiento de sus estructuras edilicias, permitiendo la recuperación para las ciudades que participan del proyecto de edificios de alto valor patrimonial. Cuando en casos como el de los mercados que nos ocupan el edificio donde están instalados forman parte del patrimonio histórico de la ciudad, la conservación de los mismos tiene una doble finalidad artística y comercial.

La reactivación de los mercados traerá aparejada la regeneración de un espacio público deprimido, posibilitando la revitalización de los barrios y cascos históricos. Este hecho permitirá impregnar a la zona de una nueva dinámica, fortaleciendo la vida ciudadana y animándola comercialmente.

La recuperación para la ciudad de Santa Fe de un edificio de aproximadamente 2500 m² ubicado en el casco céntrico, actualmente abandonado, contribuirá a mejorar la seguridad de los vecinos y transeúntes que circulen en la zona.

Su reapertura permitirá potenciar la zona no sólo como centro comercial, sino también como centro de servicios, culturales, de ocio y turismo, mejorando sus atractivos y accesibilidad. Esto es así porque el funcionamiento del Mercado facilitará la instalación en su zona de influencia de nuevos emprendimientos vinculados a servicios para el comercio, tales como bancos, financieras, entregas a domicilio, bares, restaurantes, sitios de esparcimiento y recreación, nuevas oficinas públicas y privadas, entre otros.

Respecto al Mercado Puerto, en el denominado “barrio puerto”, se realizó un proyecto Urbal de recuperación del mercado y su entorno, cuyo objetivo general fue “fortalecer el tejido social y urbano de los barrios pertenecientes a los centros históricos de las ciudades-puerto socias del proyecto, mediante la creación de estrategias e instrumentos de gestión que permitan el mejoramiento participativo de zonas degradadas propias de las ciudades-puerto y su regeneración urbana. Con una metodología de gerencia de barrios que reinstale la reflexión respecto al barrio como núcleo productivo de expresión ciudadana, cohesión social y desarrollo sustentable”.

Los mercados poseen un valor humanístico como elementos configuradores de centralidad. Al constituir un polo de frecuentación, constituyen locomotoras para impulsar otras implantaciones comerciales, generando un efecto de sinergia para beneficio del conjunto. El mercado municipal implica proximidad, uso de la calle, alta densidad de relaciones sociales, urbanismo humanístico, etc.

En definitiva, mediante esta acción los municipios promueven una intervención urbana con resultados ampliamente positivos para la zona en particular y para la sociedad en su conjunto.

- **Creación de 250 puestos de trabajo directos**

Mediante la apertura de nuevos puestos de venta dentro del mercado, conjuntamente con las áreas de gestión y administración que deberán constituirse en su interior, el proyecto estima crear 250 puestos de trabajo directo en la ciudad de Santa Fe.

Esto se fundamenta en el hecho que originariamente existían en el mercado 87 puestos de venta, trabajando con una ocupación total. Teniendo en cuenta que el proyecto de reapertura prevé una revitalización y puesta en marcha a una máxima capacidad de funcionamiento, se estima como posible alcanzar idénticos niveles de ocupación de puestos, con un promedio de comerciantes y trabajadores que se estimaría en 200 personas ocupadas.

Sumado a esto, deben incluirse los trabajadores que formarán parte de la totalidad de las áreas de gestión y administración de mercado, con los cuales se completaría el total de empleos directos que se proyecta crear.

Por otro lado, la reapertura del Mercado Norte contribuirá positivamente a revitalizar la actividad comercial en su área de influencia. Actualmente esta zona presenta un bajo nivel de actividad y escasa presencia de emprendimientos vinculados al comercio, con lo cual la reactivación del mercado permitirá también una potenciación del área urbana y, de esta manera, la zona será más atractiva para la instalación de bares, restaurantes, estacionamientos, etc., tal como ocurría en épocas anteriores a su cierre.

En lo que respecta a aquellas actividades de servicios estrictamente vinculadas al funcionamiento y operatoria del Mercado, su reapertura favorecerá el desarrollo de una amplia gama de prestaciones, tendientes a lograr la satisfacción de los clientes. Esto redundará en la creación de nuevas fuentes de trabajo indirectas, fortaleciendo el sector terciario y la economía de la ciudad en su conjunto.

Es importante mencionar que previo a la reactivación del Mercado será necesario el desarrollo de un plan de restauración y puesta en valor del edificio, instancia en la cual el sector de la construcción resultará ampliamente beneficiado, dados los requerimientos de materiales, mano de obra calificada, profesionales especialistas en restauración, etc., necesarios para la puesta en valor y acondicionamiento del edificio.

Se espera que este nuevo escenario permita fortalecer la presencia del sector comercial como el mayor generador de empleo en la ciudad de Santa Fe, tal como lo demuestran las estadísticas oficiales consultadas al respecto.

- **Adquisición de capacidad de gestionar el formato comercial “Mercado Municipal”**

La reapertura del Mercado Municipal estará acompañada de un conjunto de acciones cuya finalidad básica será la adecuación de su condiciones, tanto individuales como de conjunto, a los requisitos y demandas de sus clientes potenciales.

Se intentará convertir al mercado en un auténtico centro especializado en productos de la compra cotidiana, y posicionarlo como referente del comercio de proximidad y de alimentación fresca, de calidad, sana y saludable. Se propone su gestión como un todo, bajo una imagen de marca única, en un marco de colaboración público-privada, ofreciendo servicios conjuntos para los clientes y una oferta comercial variada y competitiva. El Mercado constituirá en sí mismo un producto global que se ofrecerá al conjunto de consumidores que integran su área de influencia.

Las acciones a emprender se basan principalmente en dos factores fundamentales: los comerciantes y el municipio.

Mediante esta nueva forma de gestión y organización los comerciantes tendrán acceso a nuevas oportunidades de negocios, además de consolidar su importancia dentro de la economía local. Al formar parte de un único establecimiento, se beneficiarán con la mayor atracción comercial que pueden ejercer, mediante iniciativas tales como ofertas, promociones, campañas publicitarias, hecho que sería muy difícil si se instalaran individualmente en un local.

La incorporación de prestaciones similares a las que ofrecen canales comerciales más modernos requiere de actuaciones colectivas y coordinadas, haciendo indispensable una colaboración inteligente, que sin excluir la competencia entre los establecimientos, ayude al mejor desempeño del conjunto de los negocios instalados en el mercado.

El municipio deberá llevar adelante el proceso de restauración, poniendo especial atención en aquellos aspectos arquitectónicos y patrimoniales propios del inmueble. Asimismo, tendrá la tarea de garantizar aquellas acciones tendientes a preservar el equilibrio urbano de la zona, fortaleciendo su dinámica económica y social.

Por otro lado, el municipio deberá intentar que más allá de los objetivos económicos inherentes a todo proyecto de revitalización de un mercado, se produzca un equilibrio con otros fines sociales, culturales, medioambientales, solidarios, de concientización, en definitiva, de sensibilización social.

- **Capacitación de gestores para el formato comercial “Mercado Municipal”.**

A través de los programas de capacitación y formación que se brinden se espera contar con comerciantes profesionales, con una clara orientación hacia el cliente. Estas nuevas estrategias de venta permitirán consolidar la presencia del sector, que desarrollará una acción organizada y sistemática de cara a satisfacer las necesidades de los consumidores.

Los objetivos principales de estos programas de capacitación y formación serán potenciar la formación de los nuevos emprendedores que accedan a la profesión comercial, hacer que el comerciante entienda como rentable la formación de sus empleados y la suya propia y compatibilizar la metodología formativa con las principales características del sector.

El Mercado contará con una infraestructura adecuada que permitirá que los comerciantes puedan ofrecer los productos en las mejores condiciones de conservación, cuidando la calidad con la que los brinda el productor. Esta calidad interior y exterior es una las características principales de sus productos y es además, uno de los aspectos más apreciados por los consumidores. Esta cualidad esencial del Mercado Municipal será potenciada con el hecho de contar con comerciantes capacitados y formados para la exhibición, conservación y venta de los productos.

Los consumidores podrán interactuar con oferentes capacitados en orientación y atención al cliente, capaces de asesorar en diferentes temas vinculados a los productos comercializados, satisfaciendo plenamente sus necesidades de consumo.

- **Optimización de la gestión centralizada del Mercado Municipal**

Se promoverá la formación de un equipo de profesionales dedicado específicamente a la gerencia del mercado, que reporte directamente al municipio y a los comerciantes, con el objetivo de desarrollar una gestión eficiente y unitaria del mercado, con vista a mejorar la rentabilidad y competitividad de las empresas y comerciantes que desarrollan su actividad en el mismo, tratando además de que el mercado preste los mejores servicios de acuerdo a las necesidades de productores, comerciantes y consumidores.

- **Transferencia a Mercados Municipales de otras ciudades.**

La experiencia del Mercado Norte servirá como base para una amplia estrategia de la Municipalidad de Santa Fe referida a la recuperación de otros mercados municipales existentes en la ciudad, como así también de otros espacios que sin constituir un mercado con todas sus características, como por ejemplo centros y calles comerciales barriales, que constituyen lugares de encuentro e interacción social, y trascienden aquellos aspectos meramente mercantiles.

En la ciudad existe otro mercado de propiedad municipal, denominado Mercado Progreso, el cual también se encuentra actualmente en estado de abandono y destinado a usos que no son los que le dieron el origen. Junto a éste, se encuentran relevadas 9 ferias francas en la ciudad, de las cuales sólo algunas pocas conservan un número importante de puestos.

Estas formas de comercio deben ser recuperadas, y la estrategia de fortalecimiento y revitalización del Mercado Norte constituirá un programa a partir del cual elaborar planes de intervención en dichos

ámbitos, que sin dejar de lado sus características particulares, adopten un modelo de gestión ya probado y utilizado.

La provincia de Santa Fe se caracteriza por su amplia extensión geográfica, a lo largo de la cual se desarrollan diversas actividades agropecuarias, industriales, comerciales y de servicios. Su territorio está compuesto por 48 municipios y 313 comunas, siendo los principales aglomerados urbanos el Gran Santa Fe, Rosario, Rafaela, Reconquista – Avellaneda y Villa Gobernador Gálvez.

Junto a las citadas ciudades, se destacan el conjunto de localidades vinculadas a la industria metalmeccánica, tales como Las Rosas, Armstrong, Las Parejas y Firmat, y aquellas cuya principal fuente de ingresos proviene de la actividad portuaria, entre las que podemos citar a Villa Constitución, Arroyo Seco, San Lorenzo, Puerto General San Martín, entre otras.

Atendiendo las particularidades de cada lugar, será posible replicar la experiencia de Santa Fe y de Valparaíso en la utilización del formato comercial mercado municipal como política para el fortalecimiento y revitalización del comercio minorista de proximidad en otras ciudades latinoamericanas que posean dicho objetivo. Esta traslación será posible más allá de las expectativas y objetivos específicos de cada localidad, independientemente de sus características poblacionales, comerciales, económicas, geográficas, etc.

Actividades Propuestas**▪ Estudio sobre las características comerciales, técnicas y económicas del Mercado:**

El objetivo de esta actividad es conocer en profundidad el entorno físico y comercial del Mercado, para esto será necesario, en primer lugar, recolectar la información necesaria para poder llevar adelante el estudio.

Mediante este estudio se podrán conocer las principales características técnicas, comerciales y de gestión previas a la instalación del nuevo Mercado en la ciudad.

Análisis de la Viabilidad Comercial

Previo a la refuncionalización del edificio es necesario realizar un estudio acerca de la viabilidad comercial del emprendimiento. Para ello se realizarán 4 estudios:

- Un análisis de la demanda: análisis socioeconómico de referencia
- Un análisis de la oferta comercial de productos de alimentación en Santa Fe y Valparaíso.
- Un Análisis F.O.D.A. (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas) a los efectos de realizar una planificación estratégica que implique el análisis del entorno y del formato comercial propuesto.
- Recomendaciones Valorativas sobre el futuro Mercado:
 - a) Comercial y de Marketing: Diseño de la oferta comercial, definición del Mix Comercial, definición de los nuevos servicios a implantar, líneas generales de la planificación y estrategia de la comunicación comercial, etc.
 - b) Reforma funcional: Definición de todos los aspectos relacionados con la operativa interna del mercado: carga y descarga de mercancías, tratamiento de residuos, almacenamiento de productos, etc.
 - c) Reforma de gestión: definición de un nuevo modelo de gestión y Administración del Mercado.

Los **estudios técnicos** incluyen tres cuestiones centrales, a saber:

1. Diagnóstico de la situación actual del edificio.
2. Estudio de patologías y sus soluciones.
3. Estudio de requerimientos básicos.

Esta etapa debe comprender el relevamiento y documentación total del inmueble, incluyendo techos, aberturas, pisos, paredes, sanitarios, etc., enfatizando que toda tarea de recuperación patrimonial incluye repotenciar todo lo existente y cuidar de reutilizar al máximo todo recurso disponible en el propio bien.

Se estudiará en detalle la estructura del edificio, la conformación y estado actual de su espacio central, sus locales, y todos aquellos aspectos arquitectónicos que hagan a su fachada exterior e interior. Se analizará en detalle el estado del techo y sus cubiertas, la reparación y / o sustitución de las instalaciones eléctricas y sanitarias, la recuperación de las veredas perimetrales, y la forma de incorporación de nuevas tecnologías en materia de telecomunicaciones.

Se diagnosticará el estado actual del edificio, identificando aquellos problemas que deben ser resueltos de manera urgente, identificando el grado de complejidad de los mismos, y proponiendo alternativas adecuadas para su solución.

El desarrollo de este estudio no debe perder de vista la situación planteada en reiteradas oportunidades al intervenir en el patrimonio arquitectónico, donde se instrumentan programas que el edificio no resiste o que no se adaptan a las limitaciones propias del mismo. Lo ideal para el Mercado Norte sería que el inmueble vuelva a cumplir sus funciones originales, readaptadas a las actuales necesidades y programas.

Como regla general para cualquier intervención, se tendrá en cuenta el mantenimiento de la imagen original del edificio, considerando dos aspectos centrales: la imagen exterior, que se integra armónicamente en su entorno, y la recuperación del espacio interior para su adaptación funcional y continuidad de uso.

Estos estudios técnicos permitirán la elaboración del anteproyecto de la obra.

Se prevé la contratación de una empresa especializada en la revitalización de Mercados Minoristas para realizar los estudios de referencia. Cada municipio será el encargado de brindar toda la información que haga posible la realización del mencionado estudio.

Para la ejecución de esta actividad realizarán las siguientes tareas:

- Elaboración de los términos de referencia
- Invitación a Firmas Consultoras especializadas
- Evaluación de las firmas consultoras
- Selección de la firma adjudicataria
- Sanción del acto administrativo de adjudicación
- Firma del contrato correspondiente
- Inicio de las tareas: Acta de Inicio de las tareas
- Presentación de los Informes Parciales mensuales
- Evaluación de los Informes
- Aprobación de los Informes
- Pagos parciales de acuerdo al contrato
- Presentación del Informe Final
- Aprobación del Informe Final
- Pago final

▪ **Elaboración del Proyecto Definitivo**

Elaboración del proyecto definitivo

Concretada la etapa de confección del anteproyecto, podrá comenzarse con la elaboración del proyecto definitivo, el cual contendrá una fase mas avanzada de la intervención en el edificio, tratando de determinar en detalle cuál será la organización espacial, qué instalaciones deberán ser restauradas o directamente reemplazadas, cuales serán las terminaciones mas adecuadas para el edificio, etc., todo ello con un exhaustivo detalle de materiales y planimetría correspondiente.

La nueva propuesta de compartimiento espacial, tanto en horizontal como en vertical, deberá realizarse respetando la estructura del edificio, evitando deformar la esencia compositiva del modelo de distribución original. En igual sentido deberán considerarse las circulaciones verticales si existieran.

No serán permitidas las divisiones interiores con muros permanentes en el espacio central, ni la colocación de ningún objeto que dañe el piso o la estructura portante del edificio, y el mismo criterio se tomará para las habitaciones de borde. Si es necesario para el nuevo programa subdividir el espacio, esto se hará sin alterar el carácter originario del edificio, mediante modulación y articulación de planos que colaboren en la conservación del espacio único.

Los nuevos complementos agregados para la nueva función, como iluminación, cartelería o señalética deberán proyectarse fuera de la fachada y deberán poseer diseños acordes a las características morfológicas del edificio. El mismo criterio deberá considerarse a la hora de elegir coloración y textura de las partes.

Prácticamente toda nueva instalación necesaria para el correcto funcionamiento deberá percibirse como perteneciente al sitio, colaborando en la construcción de la espacialidad y la atmósfera original.

En todo el desarrollo del proyecto deberá primar la necesidad de buscar una conveniente armonización entre las estructuras heredadas y las funciones emergentes; entre las formas esenciales del edificio histórico, que deberán permanecer y potenciarse, y aquellas que devienen de los usos propuestos en la refuncionalización.

▪ Implementación del Mercado

En este punto será necesaria la definición de la figura jurídica que adoptará el Mercado, y con posterioridad, se definirá la forma de contratación de los interesados en ocupar los puestos.

Es difícil establecer unos criterios generales que permitan determinar la forma jurídica más adecuada en cada caso concreto, dado que cada proyecto empresarial presentará unas características propias que requerirán su estudio particular. Por lo tanto, la elección de dicha forma deberá ser objeto de una pormenorizada evaluación de las alternativas posibles, a fin de elegir aquella figura que mejor se adapte a las características del mercado. La normativa resultante deberá contemplar la preservación y el mantenimiento del edificio, el cual es exclusiva responsabilidad de la Municipalidad de Santa Fe.

Deberán contemplarse aquellos aspectos que refieren al edificio, su mantenimiento y limpieza, posibles modificaciones, como se realizará la administración, quien proveerá el equipamiento general y particular, cual será el sistema de compras, quienes serán los proveedores, tratando en lo posible de evitar la formación de monopolios y por el contrario, beneficiar a los pequeños productores, etc.

Esta normativa también debe incluir precisiones acerca de las responsabilidades de los propietarios e inquilinos, los tipos de contratos a celebrarse, derechos, obligaciones y responsabilidades de las partes en lo que atañe al funcionamiento cotidiano del mercado (horarios, limpieza, seguridad y control, entre otros), presentación y promoción de los productos ofrecidos, etc. Una vez establecida la forma jurídica, se invitará a los comerciantes interesados a participar en el ofrecimiento de los puestos que componen el mercado.

Con posterioridad, se concretará la presentación pública del mercado, mediante un acto o evento que oficiará de lanzamiento, y se desarrollarán todas las estrategias de comunicación y difusión que permitan su instalación en la sociedad, priorizando la imagen de un edificio de gran valor patrimonial para la ciudad que es simultáneamente un símbolo de alimentos frescos al alcance de todos.

Tal lo expresado en la descripción de los resultados, el mercado adoptará un modelo de gestión unitario, que permita posicionarlo como una referencia obligada del comercio de proximidad, con una marcada orientación hacia la satisfacción del cliente y hacia el afianzamiento de las relaciones sociales y cívicas.

Las tareas de esta actividad serán las siguientes:

- Promoción y difusión
- Definición de la forma jurídica
- Redacción del reglamento de funcionamiento
- Invitación a inquilinos para la ocupación de los distintos puestos
- Evaluación de los inquilinos
- Selección de los mismos
- Acto administrativo de concesión de los puestos
- Elaboración de contratos
- Elaboración de los términos de referencia
- Invitación a la conformación del cuerpo gerencial y administrativo
- Evaluación de los candidatos
- Selección de los mismos
- Acto administrativo de designación
- Contratación de los mismos
- Lanzamiento y comienzo del funcionamiento del Mercado

En el desarrollo de esta actividad el Municipio de Valparaíso, nuestro socio latinoamericano, aportará su experiencia y conocimientos sobre el tema en todos los aspectos referidos a la implementación del Mercado, señalados precedentemente. En idéntico sentido, en esta etapa también se contará con el asesoramiento de especialistas provenientes de la ciudad de Montevideo, República Oriental del Uruguay.

▪ **Capacitación de comerciantes y gerentes**

Previo a su promoción y difusión pública, y al acto concreto de apertura del mercado, los comerciantes que resulten adjudicatarios de puestos iniciarán un programa de capacitación y formación tendiente a inculcar nuevas metodologías y estrategias de venta. En idéntico sentido se procederá en cuanto al personal que estará a cargo del gerenciamiento y administración del Mercado.

Dicho programa continuará en los meses subsiguientes a la apertura, con el objetivo de afianzar y potenciar el perfil del mercado como establecimiento modelo en el ofrecimiento de productos frescos de calidad, y a la vez como espacio vertebrador de relaciones humanas.

Para ejecución de esta actividad se realizarán las siguientes tareas:

- Elaboración de los términos de referencia para la capacitación de ambos grupos
- Llamado a concurso para la selección de capacitadores
- Evaluación de los candidatos a capacitadores
- Selección de los capacitadores
- Acto administrativo de designación de los mismos
- Firma del contrato
- Elaboración por parte de los capacitadores del material de capacitación
- Aprobación por parte del solicitante
- Diseño de los cursos de capacitación
- Aprobación por parte del solicitante
- Dictado de los cursos
- Evaluación de los mismos.

▪ **Seguimiento y evaluación**

Paralelamente a la continua capacitación, se establecerán métodos de evaluación del impacto generado con la apertura del mercado en el corto y mediano plazo, como así también del grado de satisfacción manifestado por el público asistente al mismo.

Los comerciantes y consumidores serán beneficiados con el hecho de formar parte de un espacio común, con una reducción de sus costos fijos (comerciantes) y con acciones específicas, tales como exposiciones, promociones, ofertas, campañas publicitarias, etc. Por su parte, los productores locales encontrarán una nueva posibilidad donde colocar sus productos, especialmente aquellos característicos de la zona, jerarquizando su trabajo. Este aspecto es fundamental, dado que se establecerá una relación horizontal entre productor y comerciante, disminuyendo notablemente los costos de intermediación, afianzando así los parámetros de precio y calidad.

Asimismo se relevarán aquellos indicadores que permitan evaluar el desempeño comercial del mercado, de manera tal de ajustar o mejorar aquellos aspectos susceptibles de cambio, y potenciar aquellos señalados como positivos por los encuestados.

Por otro lado, se desarrollarán mecanismos para la recopilación y difusión de información referida al funcionamiento del mercado y su rol de servicio hacia la población, en especial, en los temas vinculados a la seguridad alimentaria de los ciudadanos y a la función del mercado como regulador zonal de precios.

En el mediano y largo plazo, se evaluará el efecto producido por la apertura del mercado en su zona de influencia, a través de indicadores tales como evolución del impuesto de derecho de registro e inspección, las solicitudes de habilitación de nuevos locales, intensidad media de tráfico en el entorno más próximo al mercado, etc.

▪ **Transferencia de la experiencia local del Mercado Norte a Mercados de otras ciudades.**

A partir de la evaluación de la eficacia del modelo, se analizarán las posibilidades de transferir dicha experiencia a otros mercados de la ciudad, y a otras ciudades.

En aquellos casos estrictamente locales, como por ejemplo otros mercados municipales de la ciudad, o aquellos centros o calles comerciales barriales, la estrategia será definida por la Secretaría de Producción en forma conjunta con la totalidad de los actores involucrados, adoptando aquellos aspectos centrales del modelo de gestión del Mercado Norte, sin desatender las características peculiares de cada caso.

Por su parte, cuando se trate de interactuar con otras ciudades del territorio provincial, se promoverá la intervención del Ministerio de la Producción de la Provincia, quien en su carácter de organismo que entiende en todo lo inherente a la economía provincial, su impulso y desarrollo, como así también en la formulación, implementación, ejecución y control de las políticas sectoriales, se constituirá necesariamente en intermediario y colaborador para la difusión de la acción.

Nuevamente, debe destacarse la flexibilidad que adoptará este modelo de gestión, la cual permitirá su aplicación ajustándose a las características particulares de cada localidad.

Para la realización de esta actividad se realizarán las siguientes tareas:

- Elaboración de la memoria anual del Mercado por parte del staff gerencial
- Redacción del ente solicitante de un informe de actuación hasta la implementación del Mercado
- Definición de una estrategia de comunicación
- Selección del equipo de comunicación y transferencia
- Elección de lugares y ciudades que recibirán la transferencia
- Definición de un cronograma
- Campaña de promoción de la transferencia a realizar
- Implementación de la transferencia

1.8. Methodology

Para llevar a cabo la propuesta descrita precedentemente, el ente solicitante designará personal que realizará la **coordinación, evaluación y monitoreo/supervisión de las actividades a realizar**.

Dicho personal pertenece al staff de gabinete de la Secretaría de Producción de la Municipalidad, que ha participado desde el inicio en el proyecto, y a otras áreas de la Municipalidad.

Debido a que la Coordinación del proyecto requiere una persona con dedicación full time al mismo, se procederá a la contratación de la misma.

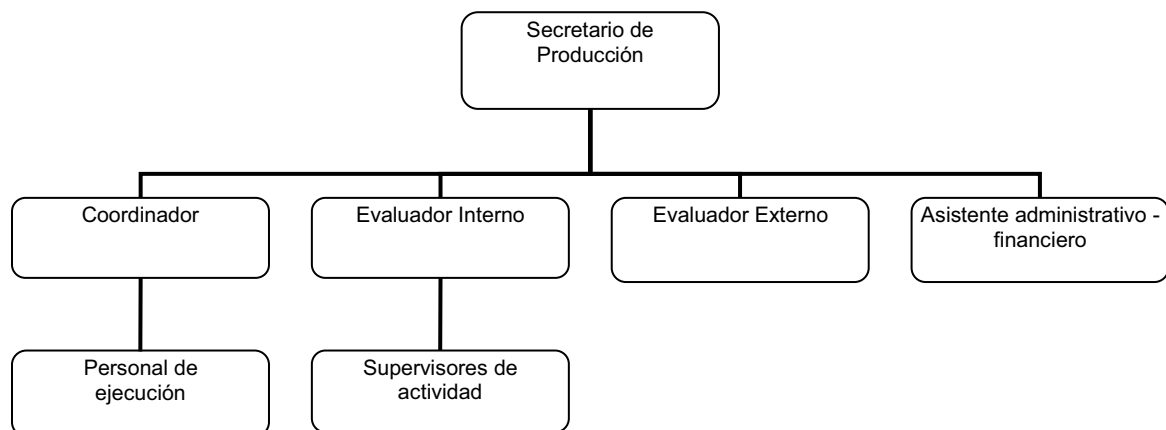
Asimismo para cada actividad está prevista la existencia de un supervisor, que provendrá de distintas áreas de la Municipalidad cuando la índole de las tareas a realizar así lo requiera.

Cabe aclarar que todo el proyecto será conducido por el Secretario de Producción quien interactuará en forma permanente con el Coordinador.

La ejecución de las distintas actividades será realizada por personal contratado.

Como evaluador externo actuará el Municipio de San Sebastián, mientras que el Municipio de Montevideo actuará como asesor general en la etapa de implementación.

De esta manera **el organigrama** propuesto para el desarrollo de la acción será el siguiente:



- Funciones del Coordinador:

El Coordinador intervendrá 2 meses antes de la finalización de la Actividad 2 (Elaboración y ejecución del proyecto definitivo) y efectuará las gestiones para todos los actos administrativos y procesos de contratación descritos (que se realizarán de acuerdo a la normativa vigente y procedimientos de la Municipalidad de Santa Fe) en las restantes Actividades, actuando como nexo entre el personal contratado y la Secretaría de Producción. En dichas actuaciones intervendrán las áreas del municipio correspondientes de acuerdo al procedimiento y normativa establecidos.

Dependencia: Informará y reportará al Secretario de Producción.

A su vez todo el personal de ejecución (Contratado) dependerá del Coordinador, quien organizará las tareas a realizar, controlará la ejecución del cronograma del plan y realizará los informes periódicos al Secretario de la Producción.

Interactuará en forma permanente con el Evaluador interno y el Evaluador externo. Elaborará todos los informes que se le soliciten.

- Funciones del Evaluador Externo (Municipio de San Sebastián):

Su intervención comenzará en la etapa de Implementación hasta la finalización de la acción. El evaluador actuará como un agente crítico del proyecto, monitoreando y señalando posibles desvíos a

la programación. Interactuará con el Coordinador para garantizar la eficiencia y eficacia de las acciones propuestas.

Dependencia: Informará y reportará al Secretario de Producción.

Intervendrá como Evaluador Externo, el Municipio de San Sebastián (España), dada la experiencia que posee en la implementación de este tipo de proyectos

San Sebastián que es una ciudad que cuenta con 3557 establecimientos comerciales minoristas, de 183.308 habitantes, posee 3 Mercados Municipales, Bretxa, San Martín y Arcco Amara.

Desde el año 1996 hasta el 2005, el Municipio implementó un Plan de Revitalización de Mercados Municipales, que son la forma más utilizada de la población para adquirir productos frescos.

El plan fue llevado a cabo por un ente dependiente del Municipio, Fomento de San Sebastián, quien ha adquirido una amplia experiencia en la gestión y operaciones de reconversión de Mercados en Centros Comerciales.

El ente solicitante elaborará conjuntamente con el Municipio de San Sebastián, un plan de evaluación que abarcará desde el inicio hasta el fin del proyecto.

Para ello, se prevé la realización de informes mensuales por parte del ente solicitante y 2 visitas anuales de un experto de San Sebastián para la evaluación in situ del avance del proyecto.

- Funciones del Evaluador Interno:

La evaluación interna del proyecto será realizada por personal de la Secretaria de Producción, quienes tendrán a su cargo el control del avance del proyecto, actuando en permanente colaboración con el Coordinador del Proyecto.

Dependencia: del Secretario de la Producción

- Asistente administrativo – financiero:

Será el responsable de la gestión contable y financiera de acuerdo a los procedimientos establecidos. Interactuará con la Secretar de Hacienda.

Dependencia: del Secretario de la Producción

- Funciones de los Supervisores:

Personal especializado de la Municipalidad quiénes actuarán de acuerdo a la índole de las actividades. Se mencionará en cada una de las actividades. Serán los encargados de aprobar las tareas previstas para la efectivización de los pagos y aprobación de las mismas.

Dependencia: del Evaluador Interno e interactuarán con el Coordinador

La Municipalidad de Santa Fe está dividida en 8 Secretarías: Gobierno, Planeamiento Urbano, Producción, Obras Públicas, Control, Cultura, Desarrollo Social y Hacienda y además, existen dos Direcciones: Gestión del Riesgo y Comunicaciones. Cada una de las áreas tiene personal especializado. En el proyecto colaborarán las Secretarías de Planeamiento Urbano, Control, Obras Públicas y eventualmente, Gobierno. Se dará intervención a la Secretaria de Hacienda para los aspectos financieros del proyecto.

- Personal de Ejecución:

Es el personal contratado para la ejecución de cada una de las actividades

Actividad 1: Estudio acerca de las características comerciales, técnicas y económicas para la reapertura del Mercado Norte: se contratará una firma consultora especializada, encargada de realizar las tareas especificadas

Supervisará dicha actividad personal de la Secretaria de Producción que cuenta con especialistas en comercio minorista y en Comercialización e Investigación de Mercados y de la Secretaria de

Planeamiento Urbano, quienes supervisarán el anteproyecto técnico relacionada a la infraestructura edilicia.

Actividad 2: Elaboración y ejecución del Proyecto definitivo:

Se contratará una firma constructora, la que será el responsable de realizar la elaboración del proyecto, en base al anteproyecto técnico elaborado en la Actividad 1. Además será también la encargada de ejecutar la actividad.

Para supervisar dicha actividad, se solicitará a la Secretaria de Planeamiento de la Municipalidad que designe un arquitecto proyectista que supervisará y aprobará los distintos tramos de la obra, y un Ingeniero Civil de la Secretaría de Obras Públicas, que también intervendrá en la selección de la empresa constructora y en la aprobación del proyecto de obra.

Para el proceso de selección de la Empresa se solicitará la colaboración de la Secretaria de Hacienda para el análisis de los antecedentes financieros de las empresas oferentes.

A partir de esta actividad se incorpora como Evaluador Externo el Municipio de San Sebastián.

Actividad 3: Implementación del Mercado

Además del coordinador del proyecto, el Mercado contará con un gerente y auxiliares administrativos, personal de mantenimiento y de seguridad y vigilancia, quienes serán los responsables del gerenciamiento del mercado.

En esta etapa intervendrá como asesor general, un experto proveniente del Municipio de Montevideo, que asesorará en todos los aspectos del funcionamiento del mercado.

Supervisará la puesta en funcionamiento del mercado, la Secretaría de Control que tiene personal afectado al área de Mercados y Ferias y la Secretaría de Producción. Ambos actuarán de manera conjunta.

Actividad 4: Capacitación de comerciantes y gerentes

Esta actividad será supervisada por personal de la Secretaría de Producción. En caso de ser necesario se recurrirá a la Subsecretaría de Función Pública de la Municipalidad para la supervisión, aunque se estima que no será necesario.

Actividad 5: Seguimiento y Evaluación

Ya se ha mencionado en párrafos anteriores el mecanismo de Evaluación Interna y Externa que se implementará.

Actividad 6: Transferencia de la experiencia local del Mercado Norte a otros Mercados de Santa Fe y otras ciudades

En esta actividad participarán como ejecutores el Coordinador, Evaluador y el propio Secretario de la Producción, así como el staff gerencial del Mercado.

Para la organización de la campaña de difusión se solicitará apoyo a la Secretaría de Comunicación de la Municipalidad y a personal especializado de la Secretaria de Producción.

Debido a que es ejecutada por los propios actores, no se cree necesario la supervisión de la misma.

Nota: para el desembolso de los pagos y la gestión financiera del proyecto se dará intervención a la Secretaría de Hacienda de acuerdo a la normativa vigente en la Municipalidad, siguiendo el Manual de procedimientos de la Comisión Europea.

Mecanismos de Evaluación y Monitoreo:

- Evaluación Interna:

El personal de Ejecución realizará informes con la periodicidad que se defina en los términos de referencia de la contratación que deberán ser aprobados por el Coordinador y los Supervisores.

Los Supervisores son los que realizarán el seguimiento día a día de las actividades e informarán al Coordinador sobre las mismas.

A su vez el Coordinador elevará mensualmente informes al Secretario de la Producción, al Evaluador Interno y al Evaluador Externo, quienes realizarán las sugerencias correspondientes para el efectivo cumplimiento de las tareas a desarrollar.

El carácter de los informes se definirá de acuerdo a la índole de las tareas pero semanalmente se realizarán reuniones por actividades para el análisis, monitoreo y evaluación de cada una de las actividades. En dicha reunión participarán el equipo ejecutor, el supervisor y el Coordinador.

▪ Evaluación Externa:

El evaluador externo recibirá toda la documentación del proyecto así como los informes generados por el equipo ejecutor, supervisores y Coordinador con una periodicidad mensual.

Una vez recibido los informes y analizado efectuará un dictamen sobre lo actuado, debiendo especificar aquellos aspectos que han tenido un desvío de lo programado o planeado.

El ente solicitante, una vez recibido el informe deberá cumplir las sugerencias planteadas por el Evaluador.

Relación con otros Programas de la Secretaría:

La Secretaría de Producción lleva a cabo distintos programas:

1. El Programa de Revitalización de Centros Comerciales, Mercados y Ferias, tiene como objetivo la revalorización de estos espacios como canales de distribución para productos frescos y de producción artesanal de alimentos. La cuestión del comercio urbano, involucra a una heterogénea gama de agentes públicos y privados. Así, no sólo tienen intereses en la misma los propios comerciantes, sino también el Municipio, los consumidores como tales, las instituciones preocupadas por el patrimonio histórico y arquitectónico, etc. Este programa tiene una participación central en el proyecto.
2. El Programa de Acceso a la Sociedad de la Información tiene como objetivo fomentar el uso e incorporación de las nuevas tecnologías de información a la gestión de las empresas locales.
3. Programa de Vinculación para el empleo, cuyo objetivo es facilitar la interacción entre la oferta y demanda laboral local para crear nuevos puestos de trabajo.
4. El Programa de Formalización de las Empresas tiene como objetivo ayudar a las microempresas y nuevos emprendedores a formalizar la gestión de las mismas así como la colaboración técnica en caso de ser necesario.
5. El Programa de Desarrollo turístico tiene como objetivo optimizar los servicios turísticos existentes y recrear la imagen de la ciudad como destino de turismo atractivo para los visitantes nacionales y extranjeros.

Debido a la índole de los programas mencionados precedentemente, los mismos interactuarán con el proyecto ya que los objetivos perseguidos en cada uno de ellos están íntimamente relacionados entre sí y con el proyecto; es decir generación de nuevos puestos de trabajo, mejorar la gestión, formalización de empresarios, atracción turística, etc.

Relación con otros Programas del Gobierno Local:

El Municipio de Santa Fe está desarrollando un Plan Maestro para el Ordenamiento Territorial y el Desarrollo de la ciudad que está siendo elaborado por la Secretaría de Planeamiento. En dicho plan está contemplado el desarrollo de nuevos mercados locales.

Asimismo las Secretarías de Planeamiento Urbano y Cultura están realizando acciones de preservación de edificios con valor cultural e histórico con lo que existe una sinergia con el proyecto esbozado.

Acciones concretas de Apoyo del Gobierno Municipal al proyecto:

El Intendente de la ciudad ha manifestado públicamente su apoyo a las acciones emprendidas. En Plan de Desarrollo de la Ciudad de Santa Fe, en su tercer eje temático, titulado “Producción, Empleo y Crecimiento Económico”, expresa: “debemos alcanzar una ciudad que diversifica su base económica y es capaz de adaptarse a escenarios cambiantes y de creciente competitividad; una ciudad en la que el Estado municipal asegure las condiciones necesarias para el desarrollo del sector industrial y comercial, y facilite el acceso a fuentes de financiamiento, información, conocimiento y tecnología, mejorando las oportunidades de las empresas locales y de nuevas inversiones”.

En la presentación de dicho plan, el Intendente manifestó “Es política del gobierno de la ciudad fomentar la consolidación de Santa Fe como centro comercial regional, potenciando los centros comerciales y las asociaciones de calles así como capacitando a los pequeños y medianos empresarios del sector. Los programas de Revitalización de Mercados, Ferias y Calles Comerciales y de Acceso a la Sociedad de la Información tienden a mejorar las condiciones para competir de las pequeñas empresas. En el primer caso a partir del fomento de la integración según distintos modelos asociativos y de la intervención en edificios con valor patrimonial que pertenecen al estado municipal, como las estructuras de los mercados Norte y Progreso”.

1.9. Duration and indicative action plan for implementing the action

La duración de la acción será de 36 meses.

ACTIVIDADES	AÑO 1												Entidad ejecutora	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1- Estudio acerca de las características comerciales, técnicas y económicas para la reapertura del Mercado Norte														
Recolección de la información necesaria para realizar el estudio	■	■	■											Municipalidad de Santa Fe y Municipio de Valparaiso
A- Análisis de la viabilidad comercial														Consultora
a- Análisis de la demanda: análisis socioeconómico de referencia				■	■	■								Consultora
b- Análisis de la oferta comercial de productos de alimentación en la ciudad de Santa Fe				■	■	■								Consultora
c- Análisis FODA				■	■	■								Consultora
d- Recomendaciones valorativas sobre el futuro Mercado							■	■						Consultora
B- Estudios técnicos				■	■	■								Consultora
C- Elaboración del anteproyecto técnico									■	■	■			Consultora
2- Elaboración del Proyecto definitivo												■	■	Consultora

ACTIVIDADES	AÑO 2												Entidad ejecutora	
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
2- Elaboración del Proyecto definitivo	■													Consultora – Municipalidad de Santa Fe – Municipalidad de Valparaiso
3- Implementación del Mercado			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Municipalidad de Santa Fe - Municipalidad de Valparaiso - Municipalidad de Montevideo
4- Capacitación de comerciantes y gerentes												■	■	Municipalidad de Santa Fe

ACTIVIDADES	AÑO 3												Entidad ejecutora	
	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36		
3- Implementación del Mercado	■													Municipalidad de Santa Fe - Municipalidad de Valparaiso - Municipalidad de Montevideo
4- Capacitación de comerciantes y gerentes	■	■	■											Consultora
5- Seguimiento y evaluación	■	■	■	■	■	■	■							Municipalidad de Santa Fe - Municipalidad de Valparaiso - Ayuntamiento de San Sebastian
6- Transferencia de la experiencia local del Mercado Norte a otros mercados de Santa Fe y a otras ciudades									■	■	■	■	■	Gobierno de la Provincia de Santa Fe - Municipalidad de Santa Fe

1.10. Sustainability

El análisis exhaustivo de la sostenibilidad de la acción se desarrollará en el marco de los estudios económicos, técnicos y sociales que prevé el proyecto, que incluyen un análisis de la viabilidad comercial, un análisis de la demanda con un estudio socioeconómico de referencia, un análisis de la oferta comercial de productos de alimentación en la ciudad de Santa Fe y un análisis FODA a los efectos de realizar una planificación estratégica que implique el análisis del entorno y del formato comercial propuesto.

En lo que respecta a la dimensión financiera, la entidad a crearse para la gestión del Mercado tendrá la suficiente autonomía como para tender a su propia financiación a partir de las rentas que generen las actividades comerciales que allí se desarrollen. El aporte más significativo del Gobierno de la Ciudad será el de monitorear y dar seguimiento al buen desempeño del Mercado y su impacto en las actividades económicas y sociales, no sólo en el transcurso de la acción sino en el resto de la vida útil del mercado.

A nivel institucional, el Municipio prevé la sanción de una ordenanza de creación de un ente autónomo para que gestione el Mercado Municipal, que a su vez incluirá una estructura administrativa constituida por un gerente, personal a cargo de aspectos contables y legales, auxiliares administrativos y de mantenimiento. En la constitución del ente se dispondrá la formación de un Consejo de Administración, que actúe como organismo consultivo y de participación para los distintos interesados; de esta manera el Consejo deberá estar integrado por el propio Municipio, por representantes de los puesteros del mercado y también por algún organismo que defienda los intereses de los consumidores.

Por sus características, el Mercado reunirá un conjunto importante de productos, especialmente frescos, por lo que tendrá una gran influencia en la formación y fijación de los precios locales de los mencionados productos. Esta "regulación" redundará en beneficio de los vendedores y consumidores porque mejorará las condiciones de compra y venta, contribuyendo así a la sostenibilidad y apropiación local de este emprendimiento por parte de la ciudadanía, creando un ambiente favorable para la difusión de esta experiencia.

En cuanto al riesgo que representa la competencia de formatos de grandes superficies de alimentación, se debe destacar que en la provincia está vigente la Ley N° 12069, Régimen legal para grandes superficies comerciales, que regula la apertura de hipermercados, supermercados y tiendas de descuento, con un criterio de protección del pequeño comercio y que actúa como verdadera barrera de ingreso al sector. En el mismo sentido, también existe en el ámbito local una Ordenanza, la N° 8813 y su modificatoria N° 10347, que a partir de un Reglamento de Zonificación y de disposiciones acerca del Uso del Suelo también restringe la entrada de nuevos competidores al menos en el casco céntrico de la ciudad.

La acción, y su continuidad, impactarán en la estructura social de la comunidad creando alrededor de 250 puestos de trabajo y ofreciendo un ámbito de encuentro que tenderá a fortalecer la identidad santafecina asociada a las tradicionales características de la "vecindad" y la pertenencia social.

En lo que respecta al riesgo que pueda enfrentar la continuidad de esta acción, ante un cambio en la conducción política del Gobierno de la Ciudad; debemos decir que la actual gestión llegará a la culminación de su mandato cuando el proyecto llegue al fin de su tercer año, es decir con una ejecución de casi el 90%. Como dijimos en el documento de síntesis de la acción, la voluntad política y el compromiso del gobierno municipal de fortalecer y revitalizar el comercio minorista de proximidad, se revelan en distintos documentos oficiales como, como el Plan de Desarrollo y en Plan Urbano presentados por el Intendente Municipal al Concejo Deliberante.

1.11. Logical framework

	Lógica de intervención	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes y medios de verificación	Hipótesis
Objetivos generales	Fortalecimiento y revitalización del comercio minorista de proximidad como factor de desarrollo económico, cultural y social	Apertura de puestos en el mercado Norte y reconversión e incremento del número de puestos en el Mercado Puerto Apertura de nuevos comercios en la zona de influencia de ambos mercados	Contratos celebrados con los comerciantes que ocuparán los puestos en el Mercado Alta en el Registro de habilitación comercial	
Objetivos específicos	Revitalizar un mercado municipal	Más del 80% de los locales comerciales se encuentran habilitados y en funcionamiento	Alta en el Registro de habilitación de comercios Contratos celebrados	CONDICIONES EXTERNAS <ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento Económico Sostenido de la economía del país - Existencia de Planes Específicos para las Economías Regionales y Locales, especialmente para el Sector Comerciales - Interés de los comerciantes en ocupar puestos en el mercado RIESGOS <ul style="list-style-type: none"> - Vulnerabilidad Hídrica de la Ciudad de Santa Fe - Caída de la Actividad Económica - Altos Indices de Inflación - Desinterés por ocupar puestos en el mercado

Objetivos específicos	Incorporar una tecnología de gestión para el formato comercial "mercado municipal"	Modelo y sistema de gerenciamiento implementado	Documentación administrativa y financiera de la gerencia del mercado Informes de avance del evaluador externo e interno y coordinador	- Existencia de profesionales calificados para nivel gerencial - Fallas en la implementación por deficiencias en la selección del personal y la incorporación de la tecnología de gestión
	Transferir y generalizar el formato en la ciudad y la provincia"	Apertura de nuevos mercados municipales en la ciudad y en otras ciudades de la provincia	Registro de habilitación de comercios; sanción de la Ordenanza de la creación del Mercado	- Interés de otras localidades; falta de financiamiento
Resultados esperados	Refuncionalización del Mercado Norte y remodelación del Mercado Puerto	Obra finalizada. Cantidad de nuevos negocios que venden productos frescos en el Mercado Norte	<u>Fuente:</u> Nombre del organismo que da el final de obras. <u>Medio:</u> certificado Final de obras expedido por la secretaria municipal correspondiente. <u>Medio:</u> Habilitaciones expedidas por la municipalidad para la venta de productos frescos	- Existencia de Empresas interesadas en realizar la obra de Restauración; Falta de financiamiento externo - Interés de los comerciantes en ocupar puestos de venta // Interés de los consumidores en adquirir productos en el Mercado
	Fortalecimiento y revitalización del comercio minorista de proximidad	Habilitación de nuevos locales / Incremento de la Facturación de los comercios de la zona	Inscripción en el Derecho de Registro e Inspección / Comparación Mensual e Interanual de Montos Abonados en carácter de DREI	- Interés de comerciantes e inversores
	Vertebración de tramas urbanas	Indice de la Construcción en la zona Mercados abiertos / Afluencia de público al mercado Preservación del estilo y arte de los edificios.	<u>Fuente:</u> Dirección de Obras Privadas. INDEC. IPEC. <u>Medio:</u> Permisos de Obra / Indice de la Construcción. Incorporación de la visita al mercado en city tours Verificación visual de la afluencia del público <u>Fuente:</u> Final de obras expedido por la Municipalidad <u>Medio:</u> Aprobación de la Comisión de Patrimonio de la Municipalidad de Santa Fe	- Interés de inversores por la zona Interés de los consumidores en concurrir al mercado Interés de la turistas.

	Creación de 250 puestos de trabajo directos	Aumento del empleo en el Sector Comercial, de Servicios y de la Construcción	Contratos celebrados con los comerciantes que ocuparán los puestos en el Mercado	- Interés de comerciantes e inversores
	Adquisición de capacidad de gestionar el formato comercial "Mercado Municipal"	Volumen de Venta / Ticket Promedio / Cantidad de Puestos Ocupados / Consumidores Asistentes /	Volumen de Ventas del Mercado / Detalle de Facturación/Opiniones de los puesteros	- Interés de los comerciantes en ocupar puestos de venta // Interés de los consumidores en adquirir productos en el Mercado
	Capacitación de gestores para el formato comercial "Mercado Municipal"	Programas de capacitación / Encuestas de satisfacción de clientes / Informes sobre la actividad	Nivel de asistencia a la capacitación / Indicadores comerciales / Nivel de ocupación de los puestos/Cantidad de puesteros capacitados	Interés de los comerciantes en ocupar puestos de venta / Interés de los consumidores en adquirir productos en el Mercado
	Optimización de la gestión centralizada del Mercado Municipal	Volumen de Venta / Ticket Promedio / Cantidad de Puestos Ocupados / Consumidores Asistentes /	Volumen de Ventas del Mercado / Detalle de Facturación./Reglamento de funcionamiento	- Interés de los comerciantes en ocupar puestos de venta // Interés de los consumidores en adquirir productos en el Mercado
	Transferencia a otros mercados de la ciudad	Apertura de otros mercados municipales en la ciudad	Registros de la Dirección de Habilitación de Negocios / Contratos / Proyectos de obra / Ordenanza de creación	Interés público y / o privado en la reapertura de nuevos mercados
	Transferencia a otras ciudades de la provincia	Apertura de otros mercados municipales en otras ciudades de la provincia	Ordenanza de creación / Registros de Habilitación de Negocios de otras ciudades	Interés público y / o privado en la reapertura de nuevos mercados
Actividades	1- Estudio acerca de las características comerciales, técnicas y económicas para la reapertura del Mercado	Recolección de Información / Personal para la recolección de información / Servicio de Consultoría	Informes de avance	Acceso a la información necesaria.
	a- Análisis de la viabilidad comercial	Recolección de Información / Personal para la recolección de información / Servicio de Consultoría	Informes de avance	Acceso a la información necesaria.
	b- Estudios técnicos	Recolección de Información / Personal para la recolección de información / Servicio de Consultoría	Informes de avance	Acceso a la información necesaria.
	c- Anteproyecto Técnico	Personal técnico capacitado / Estudios sobre el impacto histórico - patrimonial de la obra	Informes de avance	Acceso a la información necesaria

2- Elaboración del Proyecto Definitivo	Personal técnico capacitado / Estudio detallado de las acciones a desarrollar	Informes de avance	Aprobación del anteproyecto técnico
3- Implementación del Mercado	Asesor jurídico - contable / staff gerencial/Adquisición de estructuras básicas de funcionamiento	Dictado de la norma que crea el Mercado / Elaboración del reglamento de funcionamiento / Presencia en los medios de difusión/contratación del personal gerencial, puestos y coordinador	Interés de los comerciantes en ocupar puestos de venta / Interés de los profesionales en ocupar puestos gerenciales
4- Capacitación de comerciantes y gerentes.	Programas de capacitación / Encuestas de satisfacción de clientes /	Nivel de asistencia a la capacitación / Indicadores comerciales / Nivel de ocupación de los puestos	Interés de los comerciantes en ocupar puestos de venta / Interés de los consumidores en adquirir productos en el Mercado
5 - Seguimiento y Evaluación	Designación de Evaluadores; definición de metodología	Informes de los Evaluadores externos e internos	Contratación del Evaluador externo
6 - Transferencia de la experiencia del Mercado Norte a mercados de otras ciudades.	Apertura de nuevos mercados municipales en la ciudad y en otras ciudades	Registro de habilitación de comercios; sanción de la Ordenanza de la creación	- Interés de otras localidades; falta de financiamiento

2. BUDGET FOR THE ACTION

Annex B. Budget for the Action ¹	All Years				Year 1 ²				
	Expenses	Unit	# of units	Unit rate (in EUR)	Costs (in EUR) ³	Unit	# of units	Unit rate (in EUR)	Costs (in EUR)
1. Human Resources									
1.1 Salaries (gross amounts, local staff) ⁴									
1.1.1 Technical	Per month				Per month				
Firma consultora para la elaboración del proyecto definitivo		6	13.000	78.000		2,4	13.000	31.200	
Asistente administrativo financiero (dedicación 30%)		10,8	800	8.640		3,6	800	2.880	
Capacitadores - para gerentes y puesteros.		15	500	7.500					
Encargados de transferencia a otros mercados y ciudades (dedicación 50%)		10	1.000	10.000					
1.1.2 Administrative/ support staff	Per month				Per month				
Recolección de información para estudio		2	300	600		2	300	600	
Coordinador del proyecto		36	1.300	46.800		12	1.300	15.600	
Gerente del mercado		18	1.000	18.000					
Asesor contable		15	800	12.000					
Asesor legal		7,5	700	5.250					
Informático		15	800	12.000					
Auxiliares administrativos (6 personas)		90	500	45.000					
Ciudador nocturno (2 personas)		72	300	21.600		24	300	7.200	
Personal de seguridad (2 personas)		72	300	21.600		24	300	7.200	
Personal de mantenimiento (2 personas)		72	300	21.600		24	300	7.200	
1.2 Salaries (gross amounts, expat/int. staff)	Per month				Per month				
Asesor técnico para la implementación		6	500	3.000					
1.3 Per diems for missions/travel ⁵									

1.3.1 Abroad (staff assigned to the Action)	Per diem				Per diem			
En Argentina		84	231	19.404		25	231	5.775
En Chile		84	136	11.424		21	136	2.856
1.3.2 Local (staff assigned to the Action) (Viajes a Valparaiso y Montevideo)	Per diem				Per diem			
En Valpagraiso, Chile		40	136,00	5.440		8	136	1.088
En Montevideo, Uruguay		20	152,00	3.040				
1.3.3 Seminar/conference participants	Per diem				Per diem			
Subtotal Human Resources				350.898				81.599
2. Travel⁶								
2.1. International travel	Per flight				Per flight			
San Sebastián - Argentina		4	1500	6.000		1	1.500	1.500
España - Argentina		2	1500	3.000		2	1.500	3.000
Uruguay - Argentina		6	300	1.800				
Argentina - Chile		32	300	9.600		5	300	1.500
Argentina - Uruguay		6	300	1.800				
2.2 Local transportation	Per month				Per month			
Buenos Aires - Santa Fe / Santa Fe - Buens Aires		34	100	3.400		8	100	800
Transporte Aeropuerto - Ciudad de Santa Fe		34	20	680		8	20	
Subtotal Travel				26.280				6.800
3. Equipment and supplies⁷								
3.1 Purchase or rent of vehicles	Per vehicle	1	11.000	11.000	Per vehicle			
3.2 Furniture, computer equipment			255.000	255.000			10.000	10.000
3.3 Machines, tools...			5.000	5.000				
3.4 Spare parts/equipment for machines, tools								
3.5 Other (please specify)								
Seguros			19.000	19.000				

7. Subtotal direct eligible costs of the Action (1-6)				952.938				261.919
8. Provision for contingency reserve (maximum 5% of 7, subtotal of direct eligible costs of the Action)				47.647				13.096
9. Total direct eligible costs of the Action (7+ 8)				1.000.585				275.015
10. Administrative costs (maximum 7% of 9, total direct eligible costs of the Action)				70.041				19.251
11. Total eligible costs (9+10)				1.070.626				294.266

3. EXPECTED SOURCES OF FUNDING

		Amount	Percentage
		EUR	of total
			%
Applicant's financial contribution		107.063	10
Commission/EDF contribution sought in this application		963.563	90
Contribution(s) from other European Institutions or EU Member States			
<i>Name</i>	<i>Conditions</i>		
Contributions from other organisations:			
<i>Name</i>	<i>Conditions</i>		
TOTAL CONTRIBUTIONS		1.070.626	100
Direct revenue from the Action		300.000	
OVERALL TOTAL		1.370.626	

4. APPLICANT'S EXPERIENCE OF SIMILAR ACTIONS

Maximum 1 page per action. Please provide a detailed description of actions managed by your organisation over the past five years .

This information will be used to assess whether you have sufficient and stable experience of managing actions in the same sector and of a comparable scale to the one for which you are requesting a grant.

Project title:		Sector (see section 1.2 of Annex I):			
Location of the action	Cost of the action (EUR)	Lead manager or partner	Donors to the action (name) ⁶	Amount contributed (by donor)	Dates (from dd/mm/yy to dd/mm/yy)
...
Objectives and results of the action					
...					

⁶ If the Donor is the EU Commission or an EU Member States, please specify the EC budget line, EDF or EU Member State.
EuropeAid/127624/C/ACT/TPS

5. PARTNERS' EXPERIENCE OF SIMILAR ACTIONS

Please fill in one page per partner. Provide a detailed description of actions managed by your organisation in the field of development and, in particular, in the sector of the proposed action.

Name of partner – EuropeAid ID number⁷	Ilustre Municipalidad de Valparaíso CL-2007-DUQ-2711445111
Nationality	Chilena
Experience of similar actions, in relation to the role played in the implementation of the proposed action	Ejecución del proyecto “Modelo de gestión para barrios Históricos en ciudades Puerto” del Programa Urb-AI
History of cooperation with the applicant	Red 14 “Seguridad Ciudadana en la ciudad”

⁷ See footnote 2

II. THE APPLICANT

EuropeAid ID number⁸	AR-2008-BOW-3007544450
Name of the organisation:	Municipalidad de la ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz

1. IDENTITY

Information requested under this point need only be given in cases where there have been modifications or additions as compared to the information given in the Concept Note Form.

Postal address:	
Telephone number: Country code + city code + number	
Mobile: Country code + number	
Fax number: Country code + city code + number	
Contact person for this action :	
Contact person's email address :	
E-mail address of the Organisation	
Website of the organisation:	

⁸ [See](#) footnote 2

2. INFORMATION WITH REGARD TO ACTIONS IN THE FIELD OF MICROFINANCE

As foreseen in annex H of the Guidelines for grant applicants (under ‘additional eligibility criteria’), please supply hereafter all relevant information with regard to in-house technical staff of the applicant organisation with sector-specific experience and expertise.

III. PARTNERS OF THE APPLICANT PARTICIPATING IN THE ACTION


This form must be completed for each partner organisation within the meaning of section 2.1.2 of the Guidelines for Applicants. You must make as many copies of this sheet as necessary to create entries for more partners.

PARTNERSHIP STATEMENT

A partnership is a relationship of substance between two or more organisations involving shared responsibilities in undertaking the action funded by the European Commission (Contracting Authority). To ensure that the action runs smoothly, the European Commission requires all partners to acknowledge this by agreeing to the principles of good partnership practice set out below.

1. All partners must have read the application form and understood what their role in the action will be before the application is submitted to the European Commission.
2. All partners must have read the standard grant contract and understood what their respective obligations under the contract will be if the grant is awarded. They authorise the lead applicant to sign the contract with the European Commission and represent them in all dealings with the European Commission in the context of the action's implementation.
3. The applicant must consult with his partners regularly and keep them fully informed of the progress of the action.
4. All partners must receive copies of the reports - narrative and financial - made to the European Commission.
5. Proposals for substantial changes to the action (e.g. activities, partners, etc.) should be agreed by the partners before being submitted to the European Commission. Where no such agreement can be reached, the applicant must indicate this when submitting changes for approval to the European Commission.
6. Where the Beneficiary does not have its headquarters in the country where the action is implemented, the partners must agree before the end of the action, on an equitable distribution of equipment, vehicles and supplies for the action purchased with the EU grant among local partners or the final beneficiaries of the action.

I have read and approved the contents of the proposal submitted to the European Commission. I undertake to comply with the principles of good partnership practice.

Name:	Jorge Castro Muñoz
Organisation:	Municipalidad de Valparaíso
Position:	Alcalde
Signature:	
Date and place:	Valparaíso, 22 de abril 2009

IV. ASSOCIATES OF THE APPLICANT PARTICIPATING IN THE ACTION

This section must be completed for each associated organisation within the meaning of section 2.1.2 of the Guidelines for Applicants. You must make as many copies of this table as necessary to create entries for more associates.

	Associate 1
Full legal name	Gobierno Provincial de Santa Fe
EuropeAid ID number: ⁹	AR-2008-BMK-3007544306
Nationality ¹⁰	Argentina
Legal status ¹¹	Organismo gubernamental
Official address	Santa Fe 1950 2 piso. (CP: 2000) Rosario. Provincia de Santa Fe. República Argentina
Contact person	ROMERO, María del Huerto. Subsecretaria de Cooperación y Relaciones Internacionales. Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado - Gobierno de la Provincia de Santa Fe.
Telephone number: country code + city code + number	+ 54 341 472 1805
Fax number: country code + city code + number	+ 54 341 472 1806
E-mail address	mromero@santafe.gov.ar
Number of employees	<p><u>Personal de la Administración Pública de la Provincia de Santa Fe:</u></p> <p>Personal de Planta Permanente: 116.727 empleados. Planta no Permanente: 600 funcionarios TOTAL DE TRABAJADORES: 117.327</p> <p>▪ <u>Personal de la Subsecretaría de Cooperación y Relaciones Internacionales:</u></p> <p>Personal de Planta Permanente: 4 empleados. Planta no Permanente: 2 contratados y 5 funcionarios TOTAL DE TRABAJADORES: 11</p>

⁹ If existing. Associates do not need to register in PADOR

¹⁰ See footnote 9 of the Guidelines for applicants for this call

¹¹ E.g. non profit making organisation, governmental body, international organisation

Other relevant resources	
<p>Experience of similar actions, in relation to role in the implementation of the proposed action</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El rol de la Provincia de Santa Fe en la ejecución de la acción propuesta consiste básicamente en la colaboración para la realización de actividades orientadas a transferir a otras ciudades de la Provincia las experiencias y capacidades adquiridas en el transcurso de esta acción. El Programa de Regionalización que lleva adelante la Provincia de Santa Fe, así como la labor que realiza a través de su Secretaría de Municipios y Comunas (Ministerio de Gobierno) facilitará la tarea de transferencia y difusión de la experiencia y las capacidades adquiridas. ▪ En el ámbito de la cooperación internacional, la Provincia de Santa Fe cuenta con una Subsecretaria de Cooperación y Relaciones Internacionales dependiente del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado. ▪ La Subsecretaría desarrolla actividades de: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Sensibilización y difusión (en temas de cooperación internacional); y capacitación (formulación de proyectos de cooperación internacional, marco lógico), dirigidas tanto a los Ministerios de la Provincia como a municipios. ❖ Gestión de iniciativas de cooperación internacional, particularmente asistencias técnicas de diversa índole destinadas al fortalecimiento institucional del gobierno provincial ❖ Gestión y apoyo a la ejecución de proyectos de cooperación descentralizada. Se destaca el rol de la Provincia en la Tercera Fase del Programa URBAL: coordinadora de un proyecto, y Oficina Regional para el Cono Sur del Programa URB-AL <p>La Dirección General de Cooperación (DGCIN) del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de la Argentina, designó a la Subsecretaría de Cooperación y Relaciones</p>

	Internacionales de la Provincia como Punto Focal en el territorio provincial
History of cooperation with the applicant	Cooperación en el marco de la relación provincia – municipio.

V. CHECKLIST

EuropeAid/127764/C/ACT//TPS - Non-State Actors and Local Authorities in Development – Actions in partner countries (Multi-country) - LA
Budget line 21 03 02

BEFORE SENDING YOUR PROPOSAL, PLEASE CHECK THAT EACH OF THE FOLLOWING COMPONENTS IS COMPLETE AND RESPECTS THE FOLLOWING CRITERIA :	To be filled in by the applicant		To be filled in by the Contracting Authority	
	Yes	No	No	Yes
Title of the Proposal:				
1. The correct grant application form, published for this call for proposals, has been used	✓			
2. The proposal is typed and is in English, French, Spanish or Portuguese	✓			
3. One paper original is included	✓			
4. An electronic version of the proposal (CD-Rom) is enclosed	✓			
5. Each partner has completed and signed a partnership statement and the statements are included.	✓			
6. The budget is presented in the format requested, is expressed in € and is enclosed	✓			
7. The logical framework has been completed and is enclosed	✓			
8. The duration of the action is equal to or lower than 60 months (the maximum allowed)	✓			
9. The duration of the action is equal to or higher than 24 months (the minimum allowed)	✓			
10. The requested contribution is equal to or higher than 500.000 euros (the minimum allowed)	✓			
11. The requested contribution is equal to or lower than 2.000.000 euros (the maximum allowed)	✓			
12. For proposals submitted by LA from a partner country, the requested contribution is equal to or less than 90% of the total eligible costs (maximum percentage allowed)	✓			
13. For proposals submitted by European LA, the requested contribution is equal to or less than 75 % of the total eligible costs (maximum percentage allowed).				
14. The detailed budget does not vary by more than 20% from the estimation presented in the corresponding Concept Note	✓			
15. The Declaration by the applicant has been filled in and has been signed	✓			

VI. DECLARATION BY THE APPLICANT

The applicant, represented by the undersigned being the authorised signatory of the applicant, and, in the context of the present call for proposals, representing any partners (if any) in the proposed action, hereby declares that

- it has the sources of financing and professional competence and qualifications specified in section 2 of the Guidelines for Applicants;
- it undertakes to comply with the obligations foreseen in the partnership statement of the grant application form and with the principles of good partnership practice;
- it is directly responsible for the preparation, management and implementation of the action with its partners and is not acting as an intermediary;
- it and its partners are not in any of the situations excluding them from participating in contracts which are listed in Section 2.3.3 of the Practical Guide to contract procedures for EC external actions (available from the following Internet address: http://ec.europa.eu/europeaid/work/procedures/index_en.htm). Furthermore, it recognizes and accepts that if it participates in spite of being in any of these situations, it may be excluded from other procedures in accordance with section 2.3.5 of the Practical Guide;
- it and each partner are eligible in accordance with the criteria set out under sections 2.1.1 and 2.1.2 of the Guidelines for Applicants;
- if recommended to be awarded a grant, it accepts the contractual conditions as laid down in the Standard Contract annexed to the Guidelines for Applicants (annex F);
- it and its partners are aware that, for the purposes of safeguarding the financial interests of the Communities, their personal data may be transferred to internal audit services, to the European Court of Auditors, to the Financial Irregularities Panel or to the European Anti-Fraud Office.

The following grant applications have been submitted (or are about to be submitted) to the European Institutions, the European Development Fund and the EU Member States in the current year:

- <list only actions in the same field as this proposal>


The applicant is fully aware of the obligation to inform without delay the European Commission if the same application for funding made to other European Commission departments or Community institutions has been approved by them after the submission of this grant application.

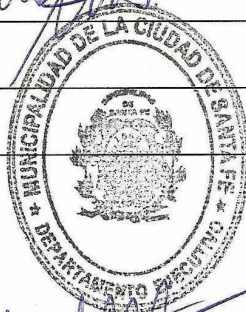
If any changes have occurred please specify and justify below :

1. ...
2. ...

The applicant declares that the information provided in the Grant Application form and in this Declaration is correct and does not vary (except for the possible changes specified above) from the one given in the Concept Note form in the first phase of this Call. It understands that any change between the Concept Note and the Full Application not brought to the attention of the European Commission may lead to the rejection of the proposal.

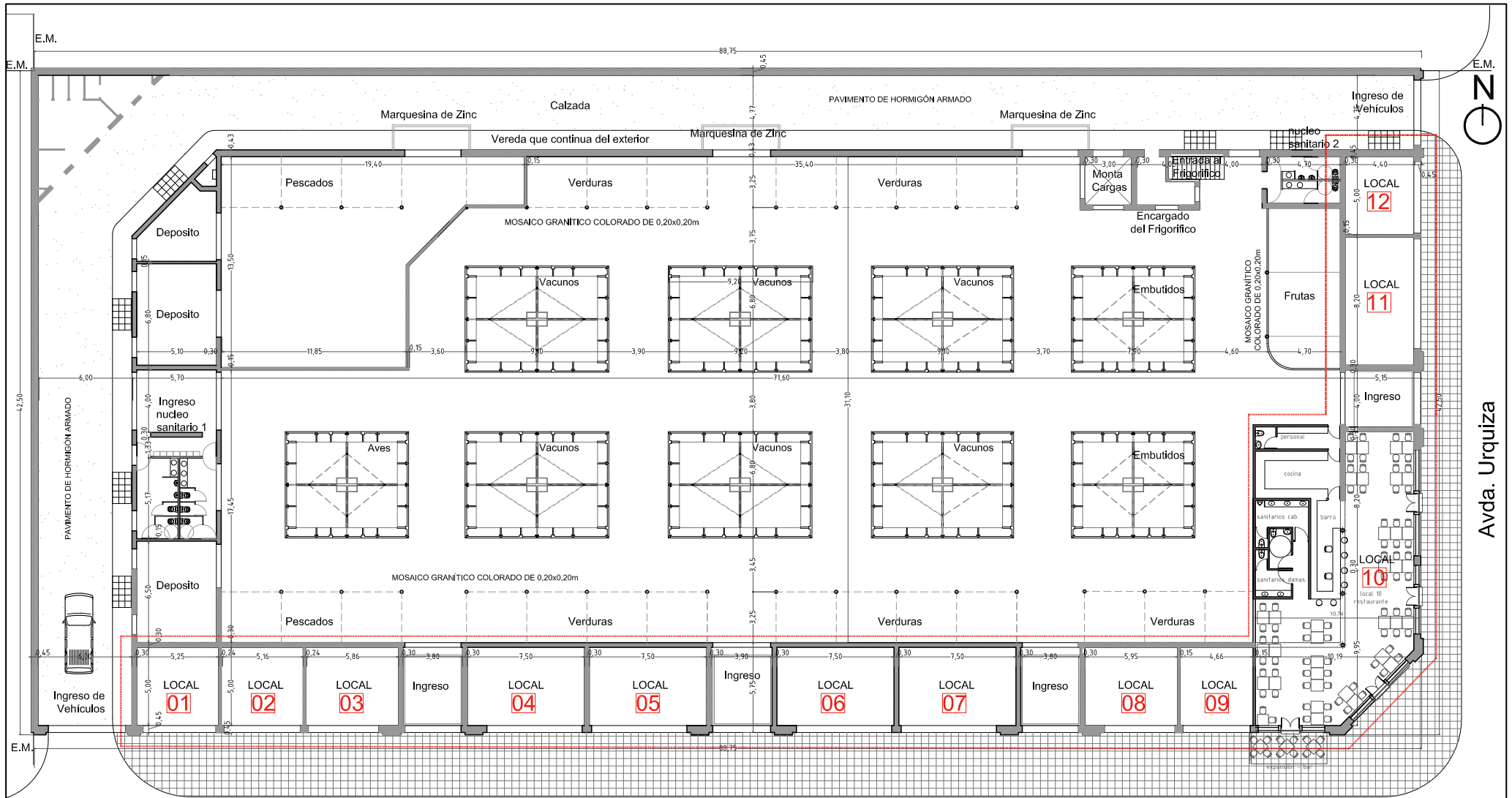
Signed on behalf of the applicant

Name	Mario D. Barletta
Signature	 Ing. Mario D. Barletta Intendente
Position	Intendente
Date	5 de Mayo de 2009.



ANEXO II

PLANOS MERCADO NORTE Y LOCALES



Calle Santiago del Estero



Avda. Urquiza

PLANTA EXISTENTE
ESCALA 1:1:250

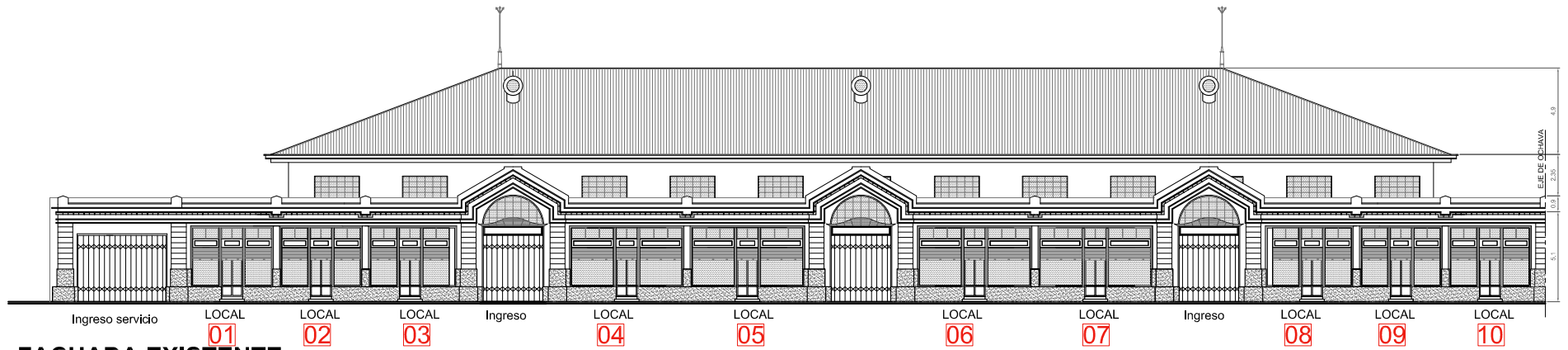
SANTA FE CIUDAD

SECRETARÍA DE PLANEAMIENTO URBANO
SUBSECRETARÍA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE DISEÑO URBANO

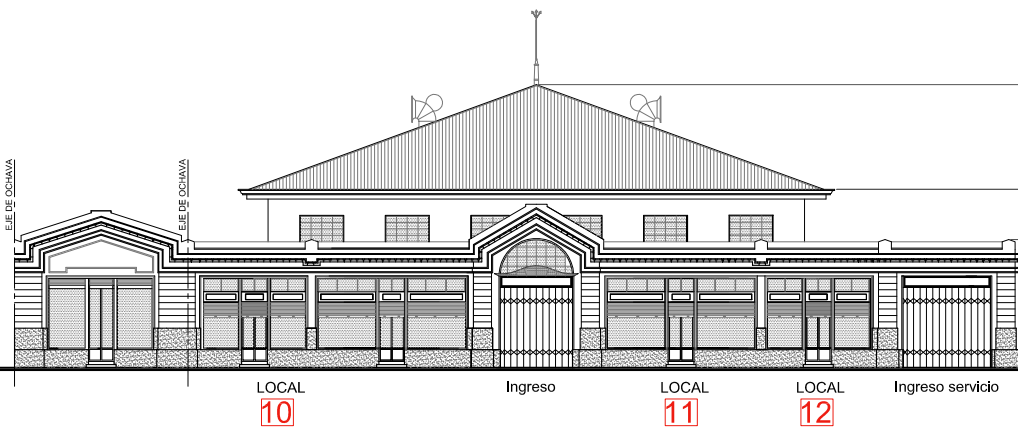
Refuncionalización Mercado Norte

PROYECTO: REFUNCIONALIZACIÓN MERCADO NORTE

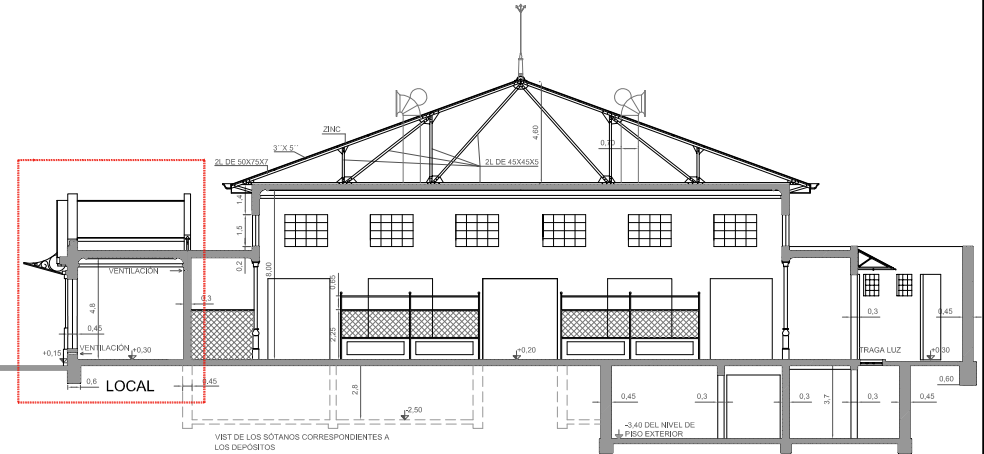
PLANO: N°1
ESC: 1/250



FACHADA EXISTENTE
CALLE SANTIAGO DEL ESTERO ESCALA 1:250



FACHADA EXISTENTE
CALLE URQUIZA 1:250



CORTE EXISTENTE
TRANSVERSAL ESCALA 1:250

SANTA FE CIUDAD

SECRETARÍA DE PLANEAMIENTO URBANO
SUBSECRETARÍA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE DISEÑO URBANO

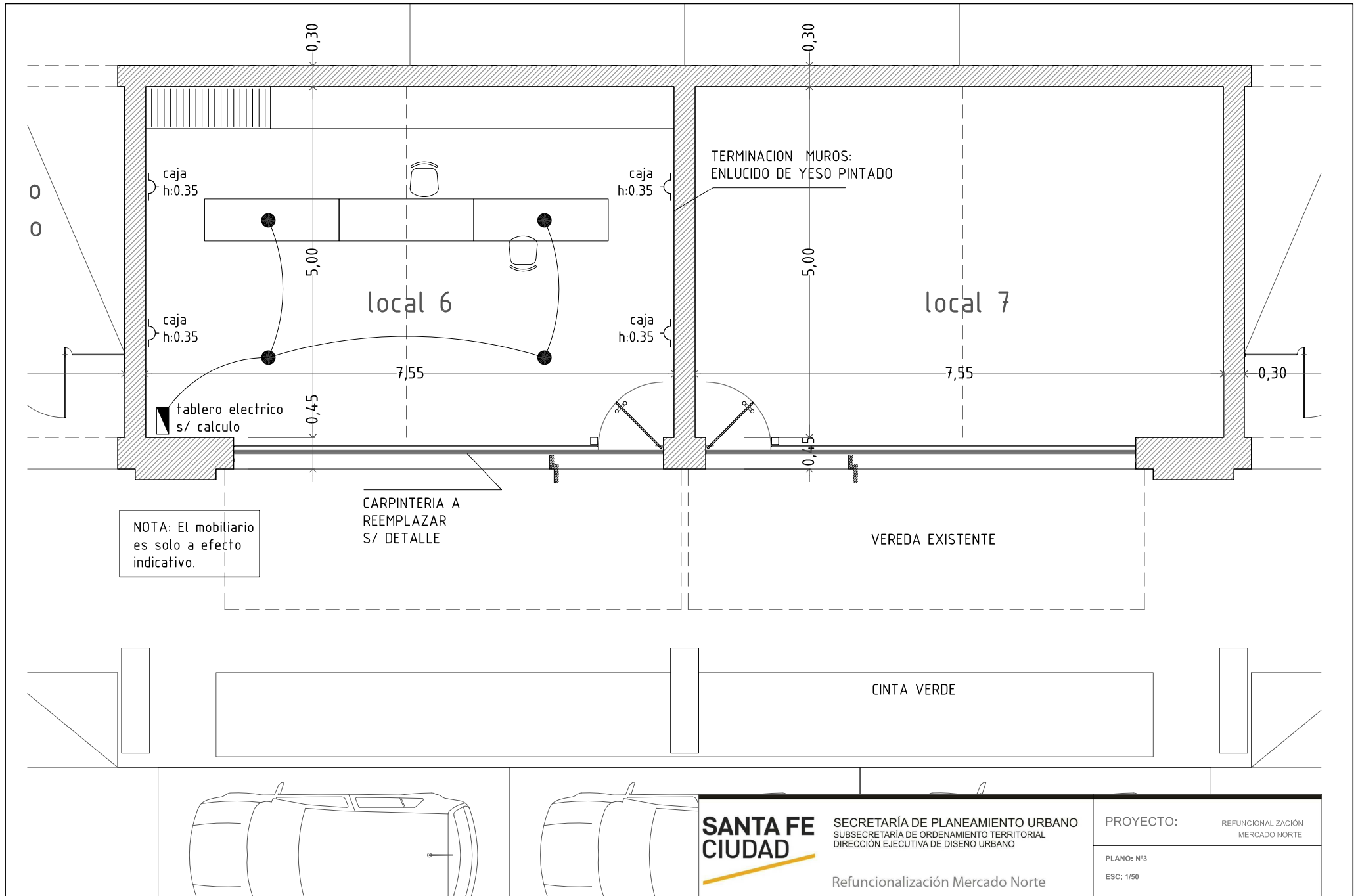
Refuncionalización Mercado Norte

PROYECTO:

REFUNCIONALIZACIÓN
MERCADO NORTE

PLANO: N°2

ESC: 1/250

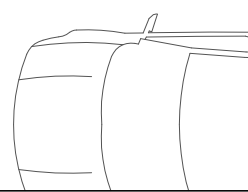
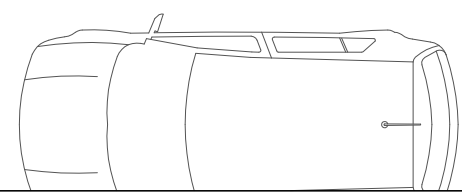


NOTA: El mobiliario es solo a efecto indicativo.

CARPINTERIA A REEMPLAZAR S/ DETALLE

VEREDA EXISTENTE

CINTA VERDE



SANTA FE CIUDAD

SECRETARÍA DE PLANEAMIENTO URBANO
SUBSECRETARÍA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE DISEÑO URBANO

Refuncionalización Mercado Norte

PROYECTO: REFUNCIONALIZACIÓN MERCADO NORTE

PLANO: N°3
ESC: 1/50

ANEXO III
COSTOS ESTIMADOS

ESTIMACION PUESTA EN VALOR LOCALES MERCADO NORTE

Orden	Descripción	Unidad	Cantidad	Costo M. de Obra	Subtotal M. de Obra	Costo Materiales	Subtotal Materiales
1	DEMOLICION						
1.1	EXTRACCION / DEMOLICION VARIOS	M2	37,00	\$ 15,00	\$ 555,00	\$ 10,00	\$ 370,00
					\$ 555,00		\$ 370,00
2	PISOS						
2.1	CARPETA DE CONCRETO BAJO SOLADOS	M2	37,00	\$ 13,58	\$ 502,46	\$ 7,36	\$ 272,32
2.2	SOLADO DE PORCELANATO PULIDO	M2	37,00	\$ 49,01	\$ 1.813,37	\$ 74,24	\$ 2.746,88
2.3	ZOCALO PORCELANATO	ML	25,00	\$ 5,85	\$ 146,25	\$ 4,77	\$ 119,25
					\$ 2.462,08		\$ 3.138,45
3	REVOQUES						
3.5	ENLUCIDO DE YESO	M2	76,00	\$ 27,03	\$ 2.054,28	\$ 3,20	\$ 243,20
					\$ 2.054,28		\$ 243,20
4	CIELORRASO DE YESO						
4.2	CIELORRASO ROCA DE YESO	M2	37,00	\$ 48,00	\$ 1.776,00	\$ 16,80	\$ 621,60
					\$ 1.776,00		\$ 621,60
5	PINTURA						
5.1	PINTURA AL LATEX SOBRE CIELORRASOS	M2	37,00	\$ 16,84	\$ 623,08	\$ 6,65	\$ 246,05
5.2	PINTURA AL LATEX SOBRE MUROS INTERIORES	M2	100,00	\$ 15,07	\$ 1.507,00	\$ 7,91	\$ 791,00
5.3	ESMALTE SINTETICO S/CARP METALICAS	M2	4,00	\$ 30,79	\$ 123,16	\$ 13,75	\$ 55,00
					\$ 2.253,24		\$ 1.092,05
6	ABERTURAS						
6.3	CARPINTERIA nueva a reemplazar	M2	28,00	\$ 23,41	\$ 655,48	\$ 76,00	\$ 2.128,00
6.4	CORTINA de enrollar	M2	20,00	\$ 200,00	\$ 4.000,00	\$ 267,00	\$ 5.340,00
6.5	VIDRIO 10mm	m2	20,00	\$ 67,35	\$ 1.347,00	\$ 273,12	\$ 5.462,40
					\$ 6.002,48		\$ 12.930,40
7	INSTALACION ELECTRICA						
7.1	BOCA DE ELECTRICIDAD	UN	4,00	\$ 109,63	\$ 438,52	\$ 55,03	\$ 220,12
7.2	TABLERO DE ELECTRICIDAD	UN	1,00	\$ 179,39	\$ 179,39	\$ 194,85	\$ 194,85
7.3	SISTEMA DE ALARMA (2 BOCAS)	GL	500,00	-	-	-	\$ 500,00
					\$ 617,91		\$ 914,97
8	VARIOS						
8.1	VARIOS / Puesta en valor elementos de fachada	GL	5.000,00	-	-	-	\$ 5.000,00
8.2	VARIOS / Sanitarios y ambientes comunes	GL	15.000,00	-	-	-	\$ 15.000,00
8.3	VARIOS / Veredas	GL	5.000,00	-	-	-	\$ 5.000,00
							\$ 25.000,00
Total Presupuesto					\$ 15.720,99		\$ 44.310,67
TOTAL							\$ 60.031,66

1 Precios con IVA incluido

2 el presupuesto es para un local de aproximadamente 26 m²