

Otra Buena Práctica es la presentada por las Cámaras de Comercio consistente en “**las actuaciones desarrolladas en el Marco del Plan Integral de Comercio Minorista. Comunidad Valenciana**”

El comercio urbano, asentado en el centro de las ciudades constituye un elemento dinamizador del espacio urbano por su capacidad de atraer inversiones y nuevos residentes y recuperar la vitalidad y dinamismo de zonas urbanas desfavorecidas o con pérdida de competitividad.

España cuenta con unas 200 iniciativas que responden al modelo de Centro Comercial Urbano (CCU) / Centro Comercial Abierto (CCA) de las que unos 80 proyectos presentarían cierto grado de consolidación. Prácticamente la totalidad de estas iniciativas se desarrollan en el centro de la ciudad y nacen desde organizaciones del comercio minorista.

En este contexto, entre las actuaciones que han desarrollado el Consejo Superior y las Cámaras de Comercio en el marco del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2013, financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea y por la Secretaria de Estado de Comercio a las Cámaras de Comercio se contempló una actuación específica para la dinamización de los Centros Comerciales Urbanos españoles. El objetivo de esta actuación ha sido la realización de acciones innovadoras en la prestación de servicios y promoción en los Centros Comerciales Urbanos participantes.

Para articular las acciones del programa de dinamización de los Centros Comerciales Urbanos, el Consejo Superior y las Cámaras de Comercio, en colaboración con las entidades gestoras de dichas áreas comerciales densas, han desarrollado en la Comunidad Valenciana los siguientes proyectos de promoción comercial:

El coste elegible estimado en 2013: 72.000 €, contando con una cofinanciación del FEDER del 80%.

Las actuaciones desarrolladas en la Comunidad Valenciana son:

- **259** establecimientos del Centro Vivo Villena en Alicante, se beneficiaron de una aplicación móvil para el comercio urbano. Esta aplicación permitió a los usuarios acceder a la oferta comercial y de ocio de centro comercial urbano de una forma atractiva, innovadora y acorde a los nuevos estilos de vida y representará asimismo una oportunidad para la realización de promociones de los comercios ubicados en el CCU.



- Torrevieja (Alicante), **260** establecimientos del Centro Comercial Urbano de Torrevieja –APYMECO, se beneficiaron de la aplicación móvil para el comercio urbano que permitió a los usuarios acceder a la oferta

comercial y de ocio de centro comercial urbano de una forma atractiva, innovadora y acorde a los nuevos estilos de vida y representará asimismo una oportunidad para la realización de promociones de los comercios ubicados en el CCU.



- **193** establecimientos del Centro Comercial Abierto Xàbia Histórica en Javea (Alicante) se beneficiaron de la aplicación móvil para el comercio urbano que permitió a los usuarios acceder a la oferta comercial y de ocio de centro comercial urbano de una forma atractiva, innovadora y acorde a los nuevos estilos de vida y representará asimismo una oportunidad para la realización de promociones de los comercios ubicados en el CCU.



- En Gandía (Valencia), **500** establecimientos del Centre Històric Comercial Gandía participaron en la Campaña de lanzamiento y promoción del BID GRANDIA con desarrollo de la imagen corporativa, edición de material de comunicación, desarrollo de una página web y organización de un foro explicativo sobre el proyecto.





- En Castellón de la Plana, **250** establecimientos del “Centre Ciutat Castelló” participaron en la Campaña de promoción del CCA Centre Ciutat Castelló, que consistió en el diseño y producción de un distintivo identificativo de las empresas pertenecientes al Centro Comercial Abierto “Centre Ciutat Castelló” y campaña de promoción bajo el lema “Nuestro comercio pisa fuerte”.



NUEVO PLAN PARA REVITALIZAR EL CONSUMO

De compras por Castellón, con el móvil en la mano

Los comercios del centro estrenan imagen y una guía App para el teléfono

NOELIA MARTÍNEZ
nmartinez@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

Los clientes de comercios del centro Castellón van a descubrir nuevos servicios, como una aplicación descargable en el teléfono móvil con un directorio de productos y tiendas, con un mapa interactivo de cómo llegar, llamar y, más adelante, incluso pagar o reservar plaza en el parking desde el

teléfono. Castellón ciudad aspira a ser “el nuevo centro de ocio y compras referente”, gracias al apoyo del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad, dotado con 24.000 euros del Ministerio de Industria y fondos europeos Feder.

Un proyecto pionero, que solo se desarrollará también en Gandía y Torrevieja. Ayer lo presentó la edila de Comercio de Castellón, Carmen Albert; el presidente de Centre Ciutat Castelló, José Luis Verchili; el responsable de Comercio de la Cámara, Francisco García; y la presidenta, Lola Guillamón.



►► Carmen Albert, Lola Guillamón, José Luis Verchili y Francisco García presentaron ayer el nuevo proyecto.



Los negocios que quieran adherirse -incluida hostelería- tendrán que hacerse socios de Centre Ciutat Castelló con un solo pago de 150 euros. Por ahora han dicho sí 50 de los 240 socios de la entidad, pero potenciales en la zona centro hay 800. Los participantes tendrán un vinilo del nuevo logotipo naranja (Una compra, una experiencia), 5.000 imanes

para los clientes (desde el hogar se podrán planificar las compras) y servicios exclusivos de parking, ludoteca, etc. La meta es volver a atraer compradores de toda la provincia: se les informará con vallas publicitarias en las entradas a la ciudad y con alfombrillas de bienvenida en las tiendas socias, con el lema *Pisa fuerte*, y se irán agregando novedades. ■

MÁS INFORMACIÓN Y SUGERENCIAS
► www.elperiodicomediterraneo.com
► Contactador: 964214322 - Buzón: 25511 CNIIT



Se considera una Buena Práctica porque

La Actuación ha sido convenientemente difundida entre los Beneficiarios, Beneficiarios Potenciales y el Público en general.

Para la dinamización y difusión de las actuaciones desarrolladas se han utilizado, entre otros, los siguientes medios:

- Incorporación de las actividades desarrolladas en la agenda de actividades de cada Cámara, publicitándolo en su web, con antelación suficiente para conseguir el aforo mínimo establecido.
- Difusión a través de inserciones en prensa local, cuñas de radio.
- Elaboración de material para su difusión por vía electrónica on-line a través de los potenciales destinatarios del censo de cada Cámara.
- Difusión a través de las Asociaciones empresariales del comercio
- Difusión en colaboración con otras entidades: Ayuntamientos, Comunidades Autónomas, etc.

En todas las acciones de difusión y publicidad se ha hecho mención expresa a que la actuación de los Centros Comerciales Urbanos se enmarca en el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista en España 2013, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea y por la Secretaria de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad.

La actuación incorpora elementos Innovadores

La actuación de dinamización de Centros Comerciales Urbanos se articula a través de campañas de promoción que implican un planteamiento innovador y creativo, debido a que incorporan nuevos servicios para los consumidores y además:

- Se basan en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación (TICs)
- Incorporan acciones de mejora y/o sensibilización medioambiental o social.

Los Resultados Obtenidos se adaptan a los Objetivos establecidos

El desarrollo de campañas de difusión y promoción innovadoras dirigidas a pymes comerciales ubicadas en centros comerciales abiertos, ejes comerciales y áreas de comercio denso ha permitido alcanzar los resultados previstos e incluso el número de comercios beneficiados por las actuaciones ha superado con creces las previsiones inicialmente establecidas. De esta manera se ha contribuido en la Comunidad Valenciana a la consecución -de un total de 1.462 establecimientos comerciales- de una imagen del comercio moderna, atractiva y de calidad.

Contribuye a la resolución de un Problema ó Debilidad Regional

Los Centros Comerciales Urbanos destacan porque ofrecen un conjunto de servicios que aportan calidad y valor añadido al cliente, además de atraer a turistas, dinamizar la zona y revitalizar el entorno.

Tiene un Alto Grado de Cobertura sobre la Población a la que va dirigido

La incorporación de elementos innovadores en las acciones desarrolladas ha suscitado un gran interés entre la población, contribuyendo, por otra parte, al desarrollo del tejido empresarial comercial.

Beneficiarios directos: 1462 pymes comerciales ubicadas en los centros comerciales abiertos de Villena, Torrevieja, Javea histórica, Centro histórico Gandía, Centro ciudad Castellón.

Beneficiarios indirectos: Pymes de los sectores de hostelería, restauración, servicios, etc. ubicadas en los centros comerciales abiertos de Villena, Torrevieja, Javea histórica, centro histórico Gandía, centro ciudad Castellón.

Público en General de las localidades de Villena, Torrevieja, Javea, Gandía, Castellón.

Se han tenido en cuenta los Criterios Horizontales de Igualdad de Oportunidades y de Sostenibilidad Ambiental.

En cuanto a la igualdad de oportunidades, dado el carácter de la actuación su consideración, no puede ir mas allá de constatar que es una actuación que beneficia por igual a hombres y mujeres.

En relación con la sostenibilidad ambiental su contribución es positiva ya que tanto las campañas de promoción como la puesta en marcha de aplicaciones se basan en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación, lo que supone un ahorro importante en la impresión de documentos en papel.

Sinergias con Otras Políticas ó Instrumentos de Intervención Pública

La coordinación de la actuación de Dinamización de Centros Comerciales Urbanos a través del Consejo Superior de Cámaras ha fomentado la colaboración entre instituciones públicas y organizaciones privadas permitiendo:

- El uso más eficiente de los recursos públicos aprovechando las economías de escala existentes
- La integración de los diferentes actores institucionales implicados y sus políticas y prioridades (Dirección General de Fondos Comunitarios, Secretaria de Estado de Comercio, Comunidades Autónomas, Entidades Locales y Asociaciones del Sector Comercial)
- La prestación homogénea de los servicios de apoyo al comercio en todo el territorio nacional, adaptada a las particularidades de cada territorio de actuación.

- Favorecer a otros beneficiarios indirectos de sectores complementarios localizados en las áreas de intervención (hostelería, restauración, servicios, turismo, etc.)

La actuación de Dinamización de Centros Comerciales Urbanos se enmarca dentro del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista.

Dicho plan se organiza en torno a 10 líneas de actuación que desarrollan la estrategia para el crecimiento del comercio interior, siendo un ejemplo de colaboración entre las Administraciones y las Instituciones que participan en el mismo: Secretaria de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad (impulsor), Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Ministerio del Interior, Ministerio de Justicia, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Consejo Superior de Cámaras, Red.es, Mercasa, Federación Española de Municipios y Provincias, Comunidades Autónomas, Entidades Locales, Asociaciones más representativas del sector comercial