

Otra Buena Práctica es la del Ayuntamiento de Getafe, en el marco de su Iniciativa Urban@ consistente en **Proyecto de Dinamización y Promoción del comercio "Compra en La Alhóndiga. Vive La Alhóndiga"**.

Dentro del Proyecto de Regeneración Integral del Barrio de La Alhóndiga, subvencionado en el marco de la Iniciativa Urbana del Programa Operativo FEDER de la Comunidad de Madrid, 2007-2013 se propone la siguiente actuación para ser considerada como buena práctica en materia de comunicación: Proyecto de Dinamización y Promoción del comercio "Compra en La Alhóndiga. Vive La Alhóndiga".



Este Proyecto de dinamización comercial realizado en las Navidades 2013-2014 en el Barrio de la Alhóndiga, ha tenido como objetivo fundamental el fortalecimiento del comercio, la hostelería y las iniciativas de emprendimiento, y se ha realizado a través de diferentes campañas en colaboración con las asociaciones de comerciantes y empresarios de la localidad, a las que han sido invitados los 176 establecimientos comerciales y hosteleros de La Alhóndiga.

En total se han puesto en marcha 7 campañas que se han complementado en tiempo y destinatarios:

- I Edición De Cañas por La Alhóndiga
- La Campaña de Navidad
- La elaboración de una Guía Comercial del barrio de La Alhóndiga.
- Ruta del "Pinchados por uno"
- Feria de Navidad
- Mercado de confianza
- Central de Compras

Además, el proyecto incluye una página web que con el nombre de www.compraenalhondiga.com ha informado diariamente de las actividades y acciones programadas. También se han creado perfiles en las redes sociales facebook y twitter y un canal propio de youtube para que los comerciantes y hosteleros puedan dar a conocer sus productos y actividades a través de vídeos, fotografías y noticias.

Se considera una buena práctica en comunicación por:

Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo del evento, ya que se ha presentado en un formato actualmente clave para su mayor difusión como es la información y publicidad por internet. Además, para facilitar un mayor seguimiento se han ido actualizando los contenidos de la Página Web a medida que ocurrían y se ha enlazado la Web con las redes sociales y el canal de YouTube, creados para el Proyecto.



La *Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos*. Esta actuación y su cofinanciación por parte del FEDER se ha dado a conocer entre la población a través de una extensa campaña de difusión, tanto en internet y redes sociales como en medios más tradicionales como cartas a los/as vecinos/as, prensa y televisión a nivel local y regional. Se han realizado las siguientes actividades, destacando en todo momento la contribución del Fondo Europeo de Desarrollo Regional:

- El Alcalde de Getafe, Juan Soler, ha realizado el día 21 de noviembre de 2013, una rueda de prensa, abierta a todos los vecinos/as de Getafe, en la que ha presentado la campaña y las actividades englobadas en la misma, que ha tenido un alto impacto mediático en los medios locales.
- También en el mes de Noviembre se han enviado cartas a todos los vecinos/as de la Alhóndiga, y a los/as comerciantes del barrio, animándoles a participar en el Proyecto.
- Se han distribuido folletos y cartelería general del Proyecto, con las actividades programadas en todo el municipio.



- Se ha creado una Página Web específica, así como perfiles en las redes sociales Facebook y Twitter y un canal propio de youtube.
- Cada una de las 7 Campañas específicas desarrolladas, ha participado de la misma imagen corporativa del Proyecto, por lo que todo el material publicitario, tanto a nivel de difusión como de merchandising ha seguido la misma línea de diseño.
- La campaña ha finalizado el día 27 de diciembre de 2013 con una Fiesta en la que se entregaron los premios de los diferentes sorteos y en la que los vecinos y vecinas del barrio disfrutaron de distintas actividades.

La *Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades*, al ofrecer los mismos servicios a todos los colectivos por igual, sin distinciones por razones de género, nacionalidad...

Además la diversidad de comercios participantes, empresarios/as y el carácter abierto de las convocatorias garantizan una amplia igualdad de oportunidades, no solo desde la perspectiva de género, sino desde la perspectiva de la nacionalidad de los beneficiarios.

La Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos ya que a través de esta medida, y debido al alto grado de repercusión que ha tenido, tanto en número de asistentes como el grado de calidad de las campañas, se ha conseguido una alta participación de la población, no sólo del barrio, sino también de los habitantes de la ciudad y de municipios colindantes.

Todo el merchandising del Programa incluye la referencia al FEDER a través del logotipo y/o textos informativos para transmitir a la ciudadanía el origen de la financiación del Programa.



El Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación se logra porque el principal público al que se ha dirigido es al conjunto de la ciudadanía de la población de Getafe, y en especial a los residentes del barrio de la Alhóndiga. Para ello y teniendo en cuenta las diferentes características de los destinatarios se han utilizado diferentes medios de difusión masiva, desde la rueda de prensa, los anuncios en prensa y radio, los medios digitales, y la cartelería y folletos.... Garantizando la difusión a toda la población.



La Evidencia de un alto grado de calidad se constata a la gran difusión realizada y su repercusión en los medios de comunicación, informándose en todo momento de la cofinanciación de esta actividad por parte de FEDER. Además, el alto nivel de calidad se evidencia en la alta participación en las actividades, y en los cuestionarios de satisfacción realizados por los participantes.

El Uso de nuevas tecnologías de la información

La difusión de los actos, se ha realizado en gran medida a través de la web y las redes sociales (Twitter y Facebook) creadas para la ocasión, lo que implica un alto uso de las nuevas tecnologías de la información como herramienta de comunicación.