

Otra Buena Práctica la constituya la presentada por las Cámaras de Comercio consistente en **CENTROS COMERCIALES ABIERTOS ENMARCADOS EN EL PLAN INTEGRAL COMERCIO MINORISTA 2013. CASTILLA Y LEÓN**

Estas actuaciones desarrolladas por la red de cámaras de comercio en el marco del plan integral de comercio minorista 2013 cofinanciadas en un 80% por el fondo europeo de desarrollo regional (feder) de la unión europea y en un 20% por la secretaria de estado de comercio del ministerio de economía y competitividad han tenido un coste elegible de 48.000 euros

### **Antecedentes**

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 Castilla León los siguientes proyectos de promoción comercial:

### **Descripción del proyecto en Castilla y León**

500 establecimientos comerciales del “León Centro Gótico” participaron en la revitalización, promoción e impulso del Centro Comercial Abierto de León, que consistió en acciones de promoción y animación comercial:

- Covers: Grandes éxitos del rock versionados por bandas locales.
- Campaña de asociacionismo: Planos y guías del CCA.
- Actualización elementos corporativos: Rollups y lonas para eventos.

- Creación de los “Premios Centro León Gótico”: Logotipo y desarrollo.
- Puesta en marcha de una sala de lactancia: compra de material y señalítica.
- Promoción, difusión y captación de la tarjeta de fidelización “SOY DE LEÓN”.
- Puesta en marcha del programa “Comercio 360” en colaboración con la empresa Proconsi, que ofreció asesoramiento gratuito en el uso de las TIC.



- En el centro comercial “Palencia Abierta” 148 establecimientos comerciales participaron en la campaña “Palencia ¡A jugar! Cityplay”. El programa de dinamización se configura como un juego en el que se trata de completar un pasaporte con 25 sellos, que se obtienen superando 20 pequeñas pruebas o preguntas que se plantearán en los establecimientos del CCA y otros 5 sellos son especiales y se conseguirán participando y aceptando los retos que se vayan planteando en la actividad (carrera lúdico recreativa, participación en Juegos de antes, retos en las redes sociales. Quien completa el pasaporte tiene acceso a la Gran Final, donde se pueden ganar premios de hasta 1.000 €.



**Se considera una buena práctica de actuación 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, CCAAs, 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 Castilla y León a la consecución -de un total de 648 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:* 648 pymes comerciales ubicadas en los centros comerciales urbanos de “León Centro Gótico” y Palencia Abierta”

*Beneficiarios indirectos:* Pymes de los sectores de hostelería, restauración, servicios, etc. ubicadas en los centros comerciales urbanos de “León Centro Gótico” y Palencia Abierta”.

*Público en General* de las localidades de León y Palencia

*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