

VALLECÁS: UN GRAN ESPACIO COMERCIAL ABIERTO PARA EL FUTURO DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD

Una apuesta estratégica de COPYME por el comercio de proximidad

Vallecás reúne muchas de las características que hacen del comercio de proximidad un elemento fundamental para construir barrios vivos, dinámicos y cohesionados.

Su tradición comercial, su fuerte identidad vecinal, la diversidad de sus barrios y la existencia de numerosos pequeños establecimientos convierten a Vallecás en un territorio especialmente adecuado para desarrollar una estrategia de **Espacio Comercial Abierto**.

Esta es precisamente la filosofía que está impulsando COPYME y que encuentra en **Vallecás Espacio Comercial Abierto (VALECA)** una experiencia especialmente significativa.

El objetivo no es simplemente promocionar algunas tiendas.

El objetivo es **convertir el conjunto de la actividad comercial de proximidad en un activo estratégico para Vallecás**.

El comercio como parte de la identidad de Vallecás

Vallecás tiene una personalidad propia dentro de Madrid.

El comercio forma parte de esa identidad.

Las pequeñas tiendas, establecimientos de alimentación, bares y restaurantes, peluquerías, librerías, zapaterías, comercios especializados y otros negocios forman una red económica que está estrechamente vinculada a la vida cotidiana de los vecinos.

La propia iniciativa VALECA identifica precisamente al pequeño comercio como elemento de cohesión social y como punto de encuentro entre los vecinos. ([Valle Case Spa Comercial Abierto](#))

Por ello, hablar de comercio en Vallecás es hablar también de **barrio, convivencia, empleo, seguridad, movilidad, relaciones sociales y calidad de vida**.

Del comercio individual al espacio comercial colectivo

Uno de los principales retos del pequeño comercio es que cada establecimiento suele enfrentarse individualmente a problemas que son colectivos.

La competencia de las grandes superficies y plataformas digitales, los cambios en los hábitos de consumo, la digitalización, los costes de funcionamiento y la necesidad de atraer nuevas generaciones de consumidores son desafíos que difícilmente puede afrontar en solitario una pequeña empresa.

El Espacio Comercial Abierto plantea una respuesta diferente:

cooperar para competir.

Los establecimientos pueden desarrollar campañas conjuntas, compartir acciones de comunicación, organizar actividades, crear promociones, mejorar su presencia digital y construir una imagen comercial común.

El propio análisis sectorial de COPYME considera la cooperación empresarial una estrategia competitiva clave y señala que las promociones conjuntas, los eventos y el intercambio de experiencias pueden mejorar la competitividad y la visibilidad del pequeño comercio.

Vallecas debe aprovechar sus diferentes polos comerciales

Una de las grandes oportunidades de Vallecas consiste en no contemplarlo como una realidad comercial homogénea.

El **Casco Histórico de Vallecas, Santa Eugenia y el Ensanche de Vallecas** presentan características diferentes y, por tanto, necesitan estrategias adaptadas a sus propias realidades. La propia iniciativa VALECA identifica estos tres barrios dentro del distrito de Villa de Vallecas. ([Valle Case Spa Comercial Abierto](#))

Esto permitiría desarrollar una estrategia de Espacio Comercial Abierto con diferentes núcleos, pero con una identidad común:

Vallecas como gran espacio comercial de proximidad.

Cada zona podría potenciar sus establecimientos, sus calles comerciales, sus mercados, sus espacios de restauración y sus actividades, mientras que una estrategia conjunta permitiría generar mayor visibilidad para todo el territorio.

El mercado como elemento vertebrador

Los mercados municipales pueden desempeñar un papel fundamental en esta estrategia.

El Mercado Puente de Vallecas, por ejemplo, no debe contemplarse únicamente como un lugar donde comprar productos.

Los mercados pueden actuar como **nodos comerciales, sociales y urbanos** capaces de generar actividad alrededor de ellos.

COPYME sostiene en su estudio sobre los mercados municipales de Madrid que estos espacios contribuyen a mantener la identidad de los barrios, sostener microeconomías familiares y generar lugares de encuentro e interacción social.

Por ello, los mercados de Vallecas deberían integrarse plenamente en la estrategia de Espacio Comercial Abierto.

No como realidades independientes, sino como **motores de la actividad comercial de su entorno.**

Competir también con los grandes centros comerciales

Vallecás dispone asimismo de grandes polos comerciales, como Madrid Sur y La Gavia.

La estrategia de los espacios comerciales abiertos no debe plantearse necesariamente como una confrontación entre pequeño comercio y grandes centros comerciales.

La cuestión es otra:

garantizar que el comercio de calle tenga una identidad propia y una capacidad suficiente para atraer y fidelizar consumidores.

La reciente ampliación de Madrid Sur, que alcanzará una superficie comercial de más de 23.000 metros cuadrados, demuestra que la competencia por el consumo en Vallecás seguirá siendo intensa. ([Europa Press](#))

Ante esta realidad, el pequeño comercio necesita algo más que establecimientos individuales.

Necesita **marca de territorio, cooperación, promoción conjunta y presencia digital.**

Las calles como centros comerciales abiertos

Una de las grandes ventajas de Vallecás es que su actividad comercial está integrada en la ciudad.

Las calles pueden convertirse en auténticos centros comerciales abiertos.

Para ello es necesario combinar comercio, restauración, cultura, ocio y actividades sociales.

No se trata únicamente de vender.

Se trata de generar motivos para acudir a las calles comerciales.

Ferias, actividades culturales, campañas estacionales, jornadas gastronómicas, mercados temáticos, actividades infantiles, exposiciones, iniciativas deportivas o eventos vinculados a la identidad de Vallecás pueden convertir determinadas calles y plazas en espacios de actividad permanente.

Experiencias anteriores en Vallecás ya han demostrado el potencial de combinar espacio público, cultura y comercio para dinamizar los barrios. (vallecás.com)

El salto digital

Un Espacio Comercial Abierto del siglo XXI no puede limitarse al territorio físico.

Necesita también un territorio digital.

VALECA ya plantea una presencia web que permite identificar diferentes categorías de establecimientos y potenciar su visibilidad. ([Valle Case Spa Comercial Abierto](#))

El siguiente paso debería ser construir un verdadero ecosistema digital del comercio de Vallecás:

- directorio actualizado de establecimientos;
- mapas comerciales;
- campañas conjuntas;
- redes sociales;
- promociones;
- agenda de actividades;
- comunicación directa con los consumidores;
- contenidos audiovisuales;
- herramientas de fidelización;
- y progresivamente soluciones basadas en inteligencia artificial.

De esta manera, un vecino podría descubrir un establecimiento en Internet, conocer su oferta, recibir una promoción, acudir físicamente y posteriormente mantener la relación digital con el comercio.

Vallecás y la inteligencia artificial

La incorporación de la inteligencia artificial puede convertirse en una nueva oportunidad.

La IA puede ayudar a los pequeños establecimientos a generar contenidos, analizar sus ventas, conocer mejor a sus clientes, preparar campañas y mejorar su comunicación.

Pero también puede aplicarse al conjunto del Espacio Comercial Abierto.

Podría ayudar a identificar tendencias de consumo, conocer qué campañas funcionan mejor, analizar la actividad comercial y personalizar la comunicación con los vecinos.

De esta manera, **Vallecás podría convertirse en un laboratorio de innovación para el comercio de proximidad.**

Una estrategia de ciudad

El proyecto no debería quedarse exclusivamente en los comerciantes.

Un Espacio Comercial Abierto necesita la colaboración de comerciantes, asociaciones, Ayuntamiento, juntas de distrito, entidades sociales, mercados, empresas y vecinos.

Porque el comercio hace ciudad.

Una calle con comercios abiertos genera actividad.

Una actividad comercial intensa genera movimiento.

El movimiento genera relaciones sociales.

Y las relaciones sociales contribuyen a crear barrios más vivos y cohesionados.

Por eso la política de comercio debe estar conectada con las políticas de urbanismo, movilidad, cultura, sostenibilidad y regeneración urbana.

Una propuesta para Vallecas

La experiencia de Vallecas puede evolucionar hacia un modelo ambicioso:

VALECA: Vallecas como gran Espacio Comercial Abierto de Madrid.

Un proyecto basado en cinco pilares:

1. Identidad.

Construir una marca comercial común que ponga en valor la identidad de Vallecas.

2. Cooperación.

Conectar a los pequeños establecimientos para desarrollar acciones conjuntas.

3. Dinamización.

Convertir calles, plazas y mercados en espacios permanentes de actividad.

4. Digitalización e inteligencia artificial.

Crear un ecosistema digital que permita al comercio competir en las nuevas formas de consumo.

5. Participación vecinal.

Conseguir que los propios vecinos sean protagonistas de la estrategia comercial.

Vallecas como referencia

Vallecas tiene una oportunidad extraordinaria.

No se trata solamente de preservar el comercio existente.

Se trata de crear un nuevo modelo de comercio de proximidad adaptado al siglo XXI.

Un comercio que conserve la cercanía y el trato personal, pero que incorpore digitalización, innovación, cooperación e inteligencia artificial.

Un comercio que no compita establecimiento contra establecimiento, sino que entienda que el verdadero competidor está fuera del territorio y que la respuesta pasa por actuar colectivamente.

La apuesta de COPYME por los Espacios Comerciales Abiertos encuentra en Vallecas un territorio especialmente adecuado para demostrar que **el pequeño comercio puede ser una herramienta de transformación económica y social de los barrios.**

Vallecás no necesita convertirse en otro centro comercial.

Tiene algo mucho más valioso:

una identidad propia, una comunidad y una red de pequeños comercios que pueden convertirse en su gran centro comercial abierto.

El reto es organizarla, modernizarla, hacerla visible y conseguir que vecinos y visitantes vuelvan a descubrir todo lo que Vallecás tiene que ofrecer.

Vallecás puede ser mucho más que un territorio con comercios: puede convertirse en uno de los grandes referentes madrileños del comercio de proximidad organizado, cooperativo, digital y abierto a la ciudad.