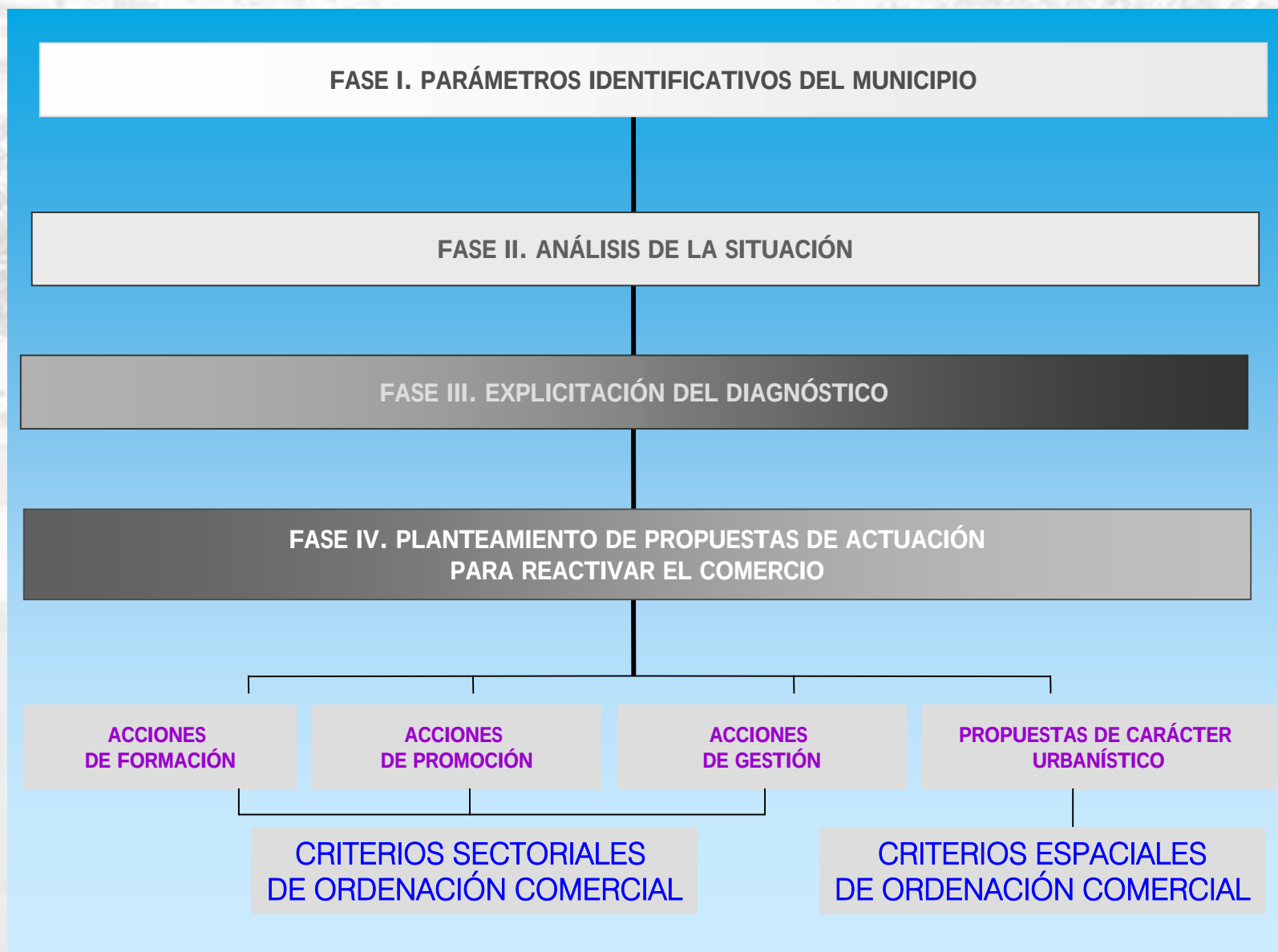


**PROPUESTAS INTEGRADAS
PARA CONSEGUIR UN MAYOR DESARROLLO COMERCIAL
EN BINÉFAR**

PLAN DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL LOCAL DE BINÉFAR





EXPLICITACIÓN DEL DIAGNÓSTICO

DEBILIDADES



- Inexistencia de un amueblamiento urbano característico de toda la aglomeración comercial
- Problemas en la circulación rodada
- Falta de caracterización de las calles y pavimentos que asocien una imagen comercial.
- Deficiente señalización de la oferta comercial.
- Problemas de iluminación que facilitan el atractivo.
- Construcción desordenada con problemas de conexión entre zonas.
- Excesivo uso del coche
- Ausencia de recorridos peatonales.

FORTALEZAS



- Renovación de la Avda. Ntra Sra. Del Pilar permite dotar de atractiva a una de las zonas próximas al centro comercial urbana sirviendo de entrada a la ciudad.
- Plan de fachadas previsto.
- Potenciación del importante papel de la Lonja en la zona.
- Existencia de grandes superficies como Intermarché o Consum o Día.
- Elementos singulares como el mercadillo bien canalizados sirven de atractivo a municipios próximos.

AMENAZAS



- Posibilidad de implantación de nuevas superficies (según PGEC) situado a las afueras puede impedir la conexión y reactivación del centro de la ciudad.
- Buenas conexiones con municipios limítrofes de gran atraktividad pueden originar un efecto perverso.
- Progresivo aumento del parque automovilístico origina mayor movilidad a otras zonas a la hora de efectuar sus compras no cotidianas.

OPORTUNIDADES



- Construcción de la nueva estación de autobuses y su proximidad al centro comercial abierto previsto puede permitir acercar potenciales clientes de municipios limítrofes.
- Buenas comunicaciones pueden constituir una oportunidad si el comercio sabe adaptarse y conseguir generar un atractivo a su alrededor.
- Declaración de “Area de Rehabilitación Preferente” del Casco Antiguo

DEBILIDADES



- Carencia de un espíritu corporativista en las diferentes actuaciones dado que la Asociación de Comerciantes y sus actividades no tienen una excesiva repercusión.
- Falta de variedad de comercios es el principal motivo de insatisfacción de los comerciantes.
- Elevado gasto comercial evadido en ropa y calzado.
- No existen en las zonas centrales de la ciudad, locomotoras de atracción.
- El mercadillo no genera actividades de atracción complementarias en el municipio.
- Inexistencia de zonas comerciales conectadas que hayan atractivo el paseo puramente de ocio.

FORTALEZAS



- La propia población de Binéfar, con una gran capacidad de dinamismo.
- Aglomeraciones comerciales de carácter tradicional tienen gran implantación en Binéfar para la compra diaria.
- Presencia en el municipio de supermercados de tamaño medio que contribuye a fijar consumo en este tipo de bienes.
- El peso que tiene en el municipio de la compra de determinados bienes ocasionales como los automóviles que puede servir de atractivo para redescubrir el municipio.
- La proximidad de determinadas zonas comerciales fácilmente interconectables.

AMENAZAS



- Los hábitos de compra de los consumidores se dirigen en la actualidad a actividades ligadas a los nuevos centros comerciales combinadas con actividades de ocio.
- La buena comunicación a ciudades de mayor tamaño y más atractivas.
- Precios y facilidad de aparcamiento en detrimento de atractivo de centros históricos.

OPORTUNIDADES



- El aumento de población que ha experimentado el municipio puede ser una oportunidad para implantar un comercio más moderno y más variado.
- Nuevo emplazamiento del mercadillo unido a la expansión de la ciudad para potenciar actividades complementarias y ligadas a la conexión de la zona comercial con la entrada.
- La población en general se muestra contenta con la oferta, se ha de buscar el atractivo entre el medio y los municipios (fomento del escaparatismo)
- Transformación de la Asociación en una entidad gestora de actuaciones conjuntas "Centro Comercial Abierto".

A faded, grayscale background image of a city street. On the left, there are multi-story buildings with balconies. On the right, there are large, leafy trees. The foreground shows a paved area, possibly a sidewalk or street. A semi-transparent gray box with a red border is centered over the image, containing the text.

PROPUESTAS ESPACIALES Y SECTORIALES

PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL



PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del tráfico rodado

Localización de zonas de aparcamientos

Separación de tráfico rodado y peatonal

Adecuación de vías a circulación peatonal

✓ Reorganización del tráfico rodado.

Para conseguir consolidar zonas del municipio que sean reconocibles al ciudadano, es necesario fomentar una reordenación del tráfico, teniendo en cuenta aspectos como:



PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del tráfico rodado

Localización de zonas de aparcamientos

Separación de tráfico rodado y peatonal

Adecuación de vías a circulación peatonal

1. Tráfico de paso.

Procurando evitar el paso por el centro de Binéfar de vehículos que no se detienen en el municipio. Este objetivo se ve cumplido ya de alguna manera con la variante que existe hacia Lleida, pero todavía es necesaria la de Esplús-Binaced-San Esteban de Litera.

2. Tráfico de vehículos de fuera del municipio.

Es necesario para el crear un buen ambiente comercial que los vehículos queden, en la medida de lo posible, fuera del núcleo urbano consolidado, aunque muy cerca de este, así los medios de transporte podrían dejarse en bolsas de aparcamiento.

3. Tráfico de vehículos del municipio.

Es evidente que gran parte del problema de tráfico dentro de Binéfar está generado por los vehículos del municipio, por lo que, además del uso de las bolsas de estacionamiento sería interesante que se establecieran políticas de concienciación de la población evitando en la manera de lo posible el uso del coche en la ciudad. Además para que la circulación por el interior del municipio sea más pausada, deben usarse balizas para evitar que los vehículos circulen con menor velocidad.



PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del tráfico rodado

Localización de zonas de aparcamientos

Separación de tráfico rodado y peatonal

Adecuación de vías a circulación peatonal

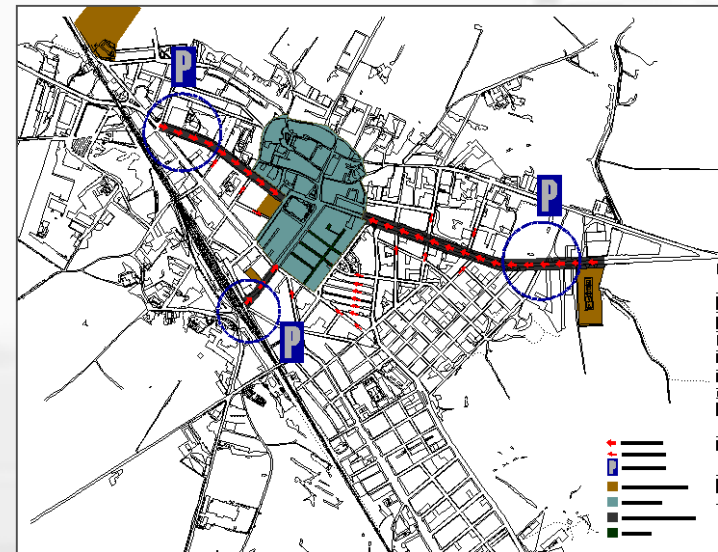
✓ Localización estratégica de zonas de aparcamiento.

Localización estratégica de zonas de aparcamiento sobre todo en las principales entradas del municipio, tales como:

- La entrada desde Huesca
- La entrada desde Tamarite
- La entrada desde Esplús

Esta ayudaría a concentrar estos parkings estratégicamente, de tal modo que puede limitarse la zona de estacionamiento en el centro y de esta manera ampliar la anchura de algunas vías principales como la calle Lérida ó la Avenida del Pilar.

Así la accesibilidad comercial dependerá en gran medida de las facilidades de aparcamiento próximas así como de la manera en que se invite al paseo hasta llegar a la zona.



PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del
tráfico rodado

Localización de
zonas de
aparcamientos

Separación de
tráfico rodado y
peatonal

Adecuación de
vías a circulación
peatonal

1. Medidas complementarias.

Para que esto fuera efectivo, es necesario además complementar estas actuaciones con otras medidas que fomenten el paseo y esparcimiento por estas vías conectoras entre la periferia del municipio y la zona más comercial.

2. Establecer puertas de entrada en la ciudad.

Estas puertas de entrada podrían estar establecidas en las avenidas con más tránsito de entradas y salidas del municipio, tales como el comienzo de la avenida de Nuestra Señora del Pilar y el de la calle Lleida desde Tamarite de Litera. Estas construcciones podrían recordar al visitante lo que pueden encontrar si entran en el municipio, además al estar situadas muy próximas a las zonas de aparcamiento, invitarían a aparcar el vehículo en estos lugares.

PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del tráfico rodado

Localización de zonas de aparcamientos

Separación de tráfico rodado y peatonal

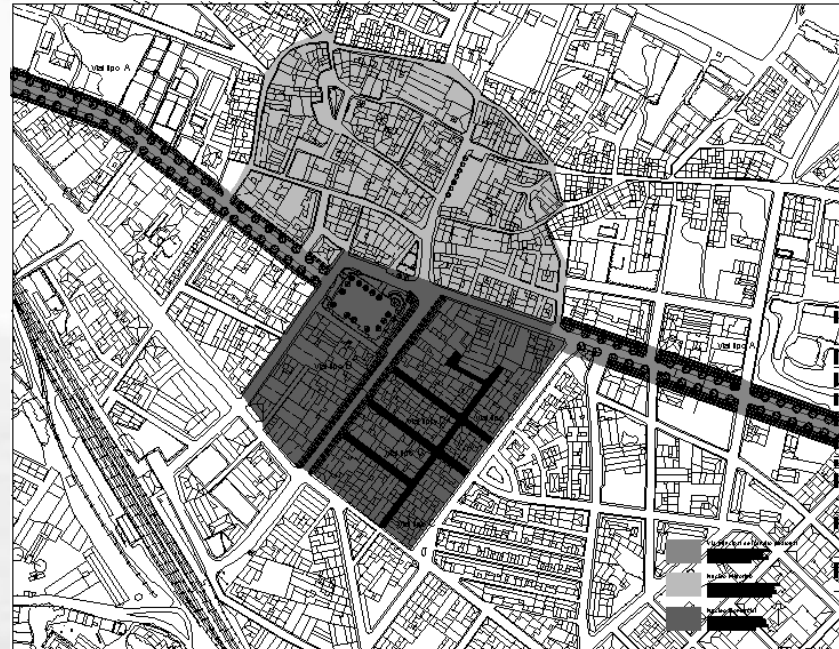
Adecuación de vías a circulación peatonal

✓ Separación del tráfico rodado y peatonal.

Su intención no es mas que contribuir a generar un buen clima de esparcimiento y fluidez de circulación, tanto de personas como de vehículos, para ello dentro de la zona comercial es importante disminuir en gran medida el tráfico que ofrece en muchos casos barreras para los peatones.

Localización estratégica de zonas de aparcamiento sobre todo en las principales entradas del municipio, tales como:

- La entrada desde Huesca
- La entrada desde Tamarite
- La entrada desde Esplús



PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del tráfico rodado

Localización de zonas de aparcamientos

Separación de tráfico rodado y peatonal

Adecuación de vías a circulación peatonal

1. Búsqueda de zonas adecuadas para cada uno de ellos.

Para que esto fuera efectivo, es necesario además complementar estas actuaciones con otras medidas que fomenten el paseo y esparcimiento por estas vías conectoras entre la periferia del municipio y la zona más comercial.

2. Adecuar cada vía a un uso específico.

Para establecer elementos identificativos dentro del municipio, así como para definir acciones concretas de actuación en un futuro, es muy adecuado establecer los usos con los que cada zona y vía de la ciudad va a contar.

De esta manera, puesto que nuestra propuesta trata de fomentar de manera integrada el desarrollo de la zona centro y el casco antiguo, sin olvidar la zona actual de expansión de la ciudad, los esfuerzos deben direccionarse por un lado, a establecer importantes interacciones entre estas zonas y facilitar entre ellas la circulación peatonal en la medida de lo posible, sin olvidar por otro lado las grandes arterias que vertebran la ciudad.



PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del
tráfico rodado

Localización de
zonas de
aparcamientos

Separación de
tráfico rodado y
peatonal

Adecuación de
vías a circulación
peatonal

✓ Adecuación de vías a circulación peatonal.

La peatonalización facilita la comodidad del consumidor en la manera que:

- ✓ Ofrece una zona de ocio, paseo y comercio.
- ✓ Facilita la visibilidad de escaparates
- ✓ Reduce el ruido, el tráfico y la contaminación a la que el peatón se ve sometido
- ✓ Elimina barreras arquitectónicas

Esta peatonalización se llevará a cabo a través de tres mecanismos paralelos:

- Pavimentación
- Ordenanza de tráfico
- Mobiliario urbano y señalización

PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del tráfico rodado

Localización de zonas de aparcamientos

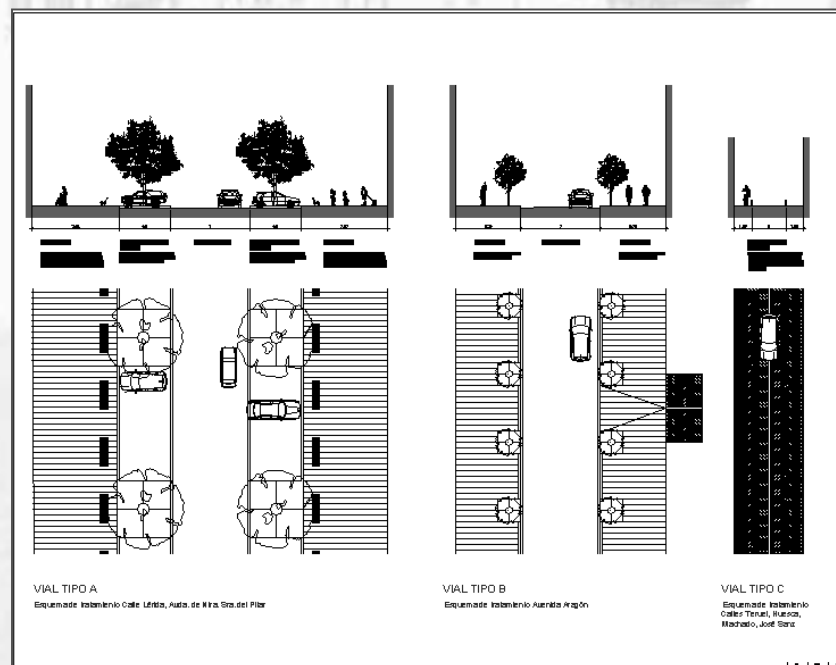
Separación de tráfico rodado y peatonal

Adecuación de vías a circulación peatonal

1. Pavimentación y ensanchamiento de aceras.

Es muy importante que los accesos a las zonas comerciales sean agradables y atractivos para su tránsito, para eso es muy necesario tener unas aceras con la dimensión suficiente como para que inviten a la población a pasear, circular por ellas y visitar los establecimientos comerciales de la zona.

Así, algunas actuaciones concretas que podrían llevarse a cabo dentro de la zona más céntrica, serían las siguientes:



PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del tráfico rodado

Localización de zonas de aparcamientos

Separación de tráfico rodado y peatonal

Adecuación de vías a circulación peatonal

- **Ampliación de aceras en la calle Lérida**, en el tramo desde plaza España hasta San José de Calasanz eliminando el carril de aparcamiento y dejándolo de uso exclusivo para carga y descarga. Desde San José de Calasanz en adelante, la amplitud de la calle Lérida es considerable, pero todavía podríamos conseguir un paseo más agradable, ensanchando aceras y localizando zonas de esparcimiento; tales como bancos ó juegos infantiles.



- **Aumento de zona peatonal en la Avenida Aragón**, puesto que es una de las principales arterias comerciales del municipio, al eliminar de esta zona tráfico, podemos disminuir los aparcamiento en batería y conseguir así un paseo más amplio.

PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del
tráfico rodado

Localización de
zonas de
aparcamientos

Separación de
tráfico rodado y
peatonal

Adecuación de
vías a circulación
peatonal

2. Ordenanzas de tráfico asociadas.

La peatonalización debe efectuarse manteniendo unos niveles de accesibilidad imprescindibles, sobretodo para los residentes y garantizar la actividad de carga y descarga de mercancías.

La accesibilidad al centro comercial es una de las bases de apoyo de su eficacia, éste es siempre uno de los puntos débiles de un centro comercial.

La definición de una ordenanza de tráfico, exige de la misma identificación de los objetivos a seguir que son:

- Lograr la accesibilidad suficiente para: clientes de comercio, mercancías a vender y almacenar, mercancías a distribuir, residentes.
- Lograr que los vehículos que acceden a estas zonas tengan las dimensiones adecuadas.
- Lograr la máxima accesibilidad y funcionalidad.

PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del tráfico rodado

Localización de zonas de aparcamientos

Separación de tráfico rodado y peatonal

Adecuación de vías a circulación peatonal

3. Introducción de mobiliario urbano y señalización.

El mobiliario urbano complementa los ejes a seguir en el planeamiento tanto comercial como urbano del municipio.

Para conseguir facilitar el tránsito en las vías de acceso al centro comercial y en el mismo, es necesario facilitar elementos atractivos y de esparcimiento que inviten al ciudadano a pasear. Estos elementos pasan por facilitar un mobiliario abierto que invite a la reunión.

El mobiliario urbano destinado a las proximidades de la Avenida Aragón y de la calle Lérida pondrá a disposición del ciudadano unos servicios complementarios con la finalidad de:

- Adecuar las condiciones de paseo y disfrute de estas calles a las necesidades de los visitantes.
- Tratamiento unificado de las calles, favoreciendo la imagen de la zona , tratándola como los pasillos de un gran centro comercial.
- Conseguir una iluminación adecuada a un espacio donde el mayor interés lo deben tener los escaparates.
- Señalar de forma uniforme las calles y los comercios con un diseño especial para el lugar, respetuoso con el entorno, siendo muy orientativo para el cliente.

PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del
tráfico rodado

Localización de
zonas de
aparcamientos

Separación de
tráfico rodado y
peatonal

Adecuación de
vías a circulación
peatonal

4. Definición de zonas de paso y zonas de estancia.

Las zonas de paso deben relacionar los diferentes lugares del municipio, de tal manera que son totalmente imprescindibles.

Estas zonas deben ser no solo lugares de tránsito sino también focos de actividad que supongan una oportunidad para el comercio.

Por otro lado, las zonas de estancia suponen un foco de actividad que debe ser aprovechado por el comercio.



PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del
tráfico rodado

Localización de
zonas de
aparcamientos

Separación de
tráfico rodado y
peatonal

Adecuación de
vías a circulación
peatonal

5. Adecuación de vías donde pueda coexistir el coche y el peatón.

Para facilitar el tránsito de viandantes por las diferentes calles del municipio, teniendo en cuenta sobre todo aquellas que son comerciales o las que se utilizan como vías de paso para acceder a estas, es fundamental conseguir en estas vías con ciertos problemas de tráfico y de dimensiones, que la circulación de vehículos disminuya lo máximo posible.

Para ellos se han tenido en cuenta las siguientes acciones urbanísticas:



PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del tráfico rodado

Localización de zonas de aparcamientos

Separación de tráfico rodado y peatonal

Adecuación de vías a circulación peatonal

- *Peatonalización de calles como calle Teruel, calle Huesca y Calle Machado y José Sanz.* Esta peatonalización se realizaría de manera permeable, es decir, se trataría de equilibrar la calle a una misma altura de firme, localizando en esta unos pivotes de separación, de tal manera que la circulación de los vehículos se viera reducida así como su estacionamiento, facilitando el tránsito de los peatones que podrían pasear con mayor tranquilidad por estas zonas accediendo además de forma más cómoda a otras zonas comerciales de la ciudad, consiguiendo de tal manera que estas estén en cierta medida conectadas entre ellas.

De esta manera, al facilitar la circulación de personas por estas calles, los comercios se verían reactivados, puesto que la zona sería mucho más agradable de visitar. Además se trata de calles clave para la actividad comercial, puesto que además de el comercio que soportan, son importantes calles de conexión entre la zona de la calle Lérida, pasando por la calle San José de Calasanz y la Avenida Aragón.



PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del
tráfico rodado

Localización de
zonas de
aparcamientos

Separación de
tráfico rodado y
peatonal

Adecuación de
vías a circulación
peatonal

6. Facilitar el acceso a focos de atracción.

Las zonas de interés dentro del municipio han de estar debidamente señalizadas para que los habitantes del lugar y de otros sitios sientan como identificativos del municipio estos emplazamientos.

Para ello es necesaria una buena señalización así como lo que respecta a la iluminación y accesos.



PROPUESTAS: CRITERIOS ESPACIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Reorganización del
tráfico rodado

Localización de
zonas de
aparcamientos

Separación de
tráfico rodado y
peatonal

Adecuación de
vías a circulación
peatonal

7. Tener en cuenta las zonas verdes y de esparcimiento infantil.

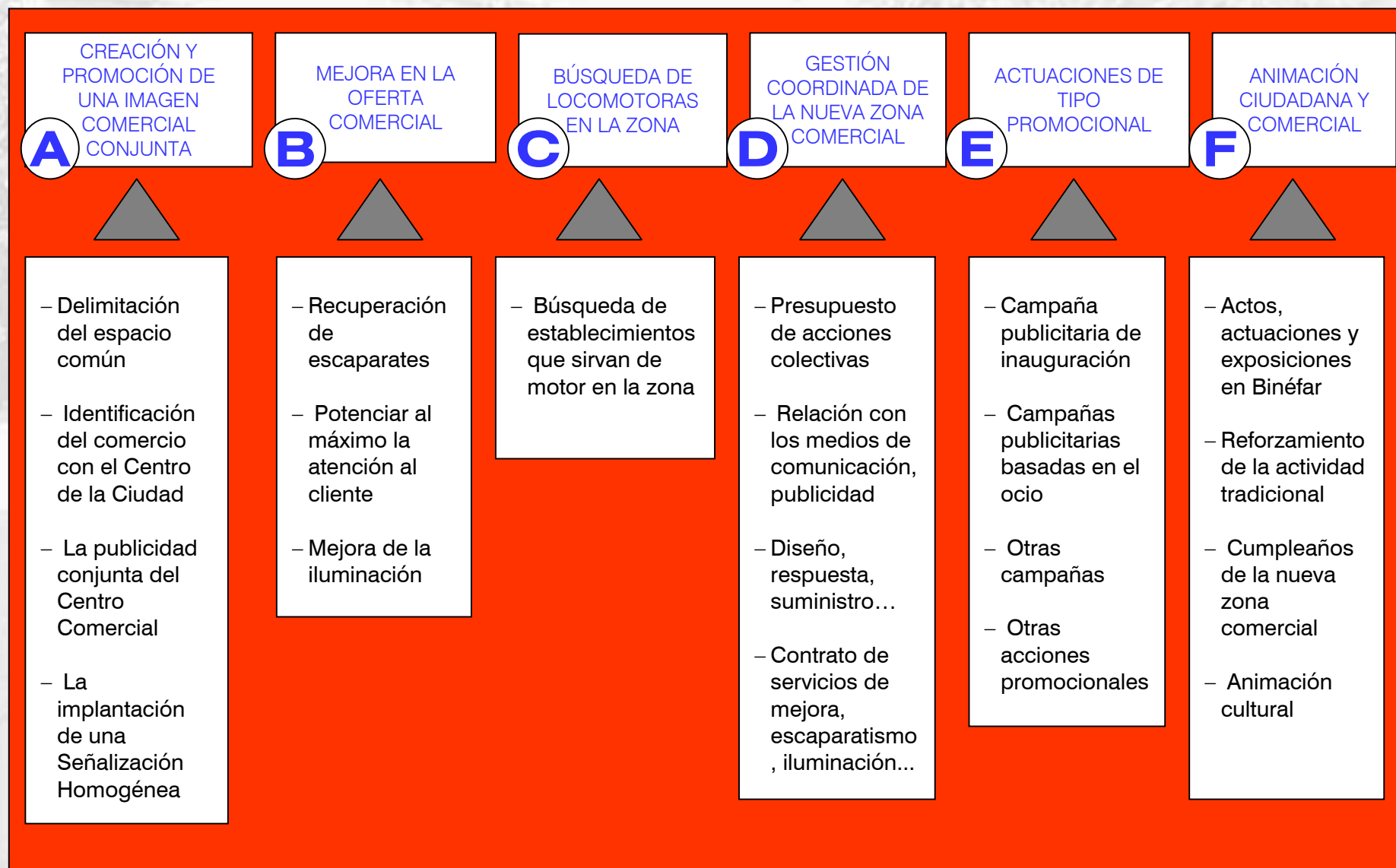
Estas hacen que las vías sean lugares más agradables para el paseo y esparcimiento.

Por ello debe tenerse una especial consideración en estas, tanto en su diseño como en su ubicación estratégica, debido sobre todo a su escasa proporción en estos momentos.

A pesar de ello, ya se están empezando a tener en cuenta en zonas nuevas del municipio, tales como la remodelación de la Avda del Pilar



PROPUESTAS: CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL



PROPUESTAS: CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

✓ Creación y promoción de una imagen comercial conjunta.

Partiendo de la idea “la unión hace la fuerza” surge el planteamiento de creación de una Imagen Comercial Conjunta de los establecimientos individuales agrupados en los que entendemos como las Zonas Comerciales a reactivar en Binéfar.

Esta situación puede mejorarse si el conjunto de los establecimientos transmite el mismo mensaje dirigido al mismo público, respondiendo a las nuevas exigencias que este plantea , y con un objetivo común, actuando como una sola empresa..

La imagen única produce una fácil y rápida identificación del comercio en dos zonas:

📖 **Casco Antiguo:** zona de recuperación de actividades tradicionales y dirigidas al sector primario “la mirada hacia atrás de la comarca”

📖 **Avda Aragón y Calle Lérida:** imagen de modernidad y atractivo urbanístico: “El Binéfar del futuro” como cabecera de comarca.

PROPUESTAS: CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

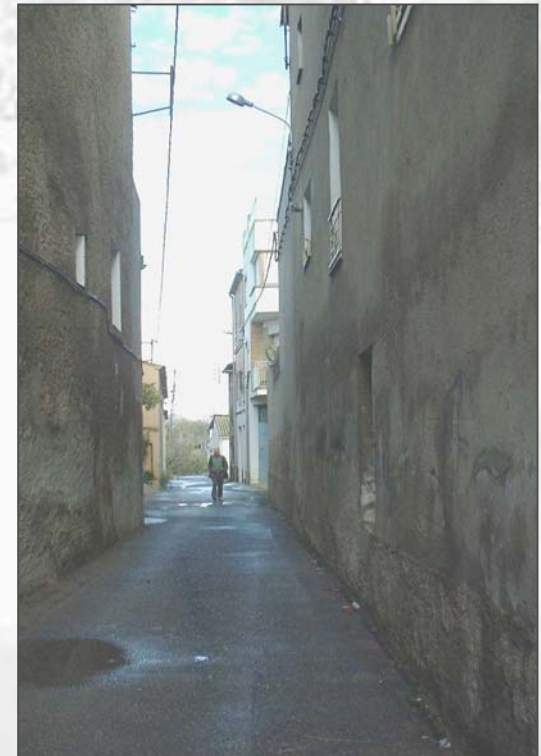
Animación ciudadana y comercial

1. Delimitación del espacio común

La zona comercial debe estar claramente delimitada. Todos los elementos de la ciudad nos tienen que llevar a esta zona necesitando para ello introducir elementos exteriores comunes que, por un lado mejoren la imagen conjunta y, por otro proyecten el concepto de centro comercial a la superficie de la calle.

Se trata por tanto de convertir el entramado de las calles en la prolongación de la superficie de venta de los establecimientos: “Las calles deben ser los pasillos del Centro Comercial”

El método para ello queda claro, integrar los establecimientos comerciales por medio de elementos comunes: publicidad común, señalización común, mobiliario urbano común....



PROPUESTAS: CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

2. Identificación del comercio con el Centro de la Ciudad.

El objetivo es que el Centro Comercial de la ciudad cobre mayor relevancia y protagonismo, situándose competitivamente por encima de la imagen ofrecida por los comercios de manera individual, e identificándose con algo que tiene una identidad propia de gran atractivo: la proximidad al Centro Histórico de la Ciudad.

Acciones previsibles:

- Logotipo como signo diferenciador.
- Bolsa y papelería común.
- Publicidad conjunta de la zona.
- Implantación de una señalización común que facilite tanto la llegada como el movimiento dentro de la zona.



PROPUESTAS: CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

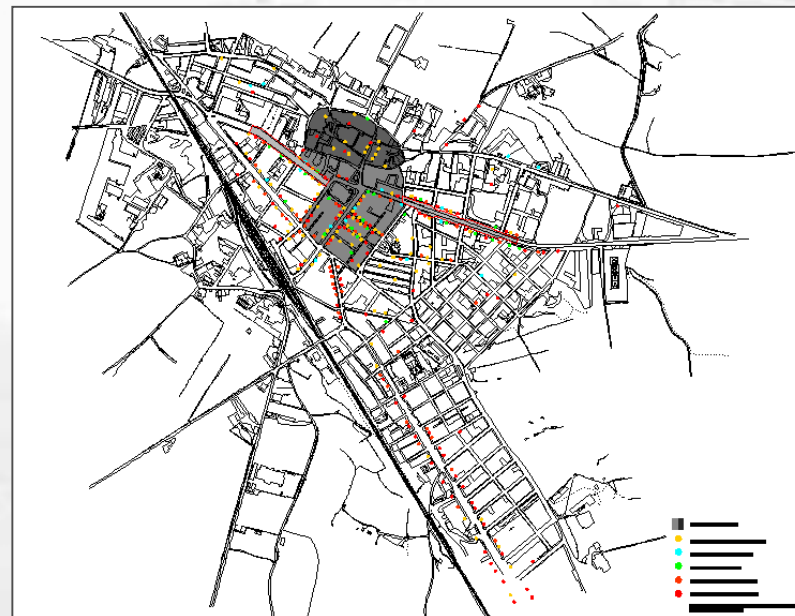
Animación ciudadana y comercial

✓ Mejora de la oferta comercial.

Uno de los principales problemas del Centro Comercial es la dispersión de productos en la zona a potenciar. Aún así se aprecia cierta especialización en las zonas señaladas: comercio de productos cotidianos en la Avda Aragón y una mayor concentración de bienes de carácter ocasional en la calle Lérica.

A pesar de ello se aprecia cierta desconexión entre los locales de las zonas de Avda. Aragón y calle Lérica.

En este contexto, la tendencia a fomentar la peatonalización de ciertas zonas próximas a la Avda. Aragón debe contribuir a la apertura de un mayor número de establecimientos en las proximidades. Algunas propuestas para la mejora de la oferta comercial pueden ser las siguientes:



CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

1. **Recuperación de los escaparates**, recordando que sirven de elemento accesible similar a los expositores y procurar convertirlo en un reclamo para los viandantes.

2. **Potenciar al máximo la atención al cliente**, uno de los puntos fuertes del comercio tradicional y una de las carencias que tienen las grandes superficies.

3. **Mejora en la iluminación**, tan necesario en la mayoría de los locales y que debe precisar un tratamiento homogéneo en la zona.



CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

✓ Búsqueda de locomotoras en la zona.

La búsqueda de configurar un establecimiento que sirva de “motor” o “ locomotora” en el Centro sería de gran ayuda para el conjunto de los comerciantes que lo forman, especialmente al principio. Este podría tener la forma de galería comercial (ej: situándose entre las calles paralelas a Avda. Aragón) de modo que sirva para atraer público en la zona.

Este tipo de locomotora en forma de galería sirve para volver a recuperar la idea de la “vida en la calle”.

**SAN
CAR
LOS**



CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

✓ Gestión coordinada de la nueva zona comercial.

Para que puedan desarrollarse convenientemente la mayoría de las acciones previstas será necesario coordinar las acciones de competencia Municipal (en la vía pública) con las acciones de interés privado, que deben ser realizadas por los comerciantes individual o colectivamente. Para ello el equipo debe estar integrado por representantes del Ayuntamiento de Binéfar y la Asociación de Comerciantes.

Algunas acciones previsibles:

- Presupuesto de las acciones colectivas.
- Relación con los medios de comunicación.
- Publicidad.
- Diseño, repuesto y suministro de bolsas y papelería.
- Contrato de servicios de mejora: escaparatismo, iluminación, asistencia informática, promoción comercial.



CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

✓ Actuaciones de tipo promocional y publicitarias.

El objetivo es la realización de diversas y constantes acciones publicitarias para acercarse a su mercado potencial.

Proceso a seguir para el diseño de las campañas:

- 1.) Concentrar esfuerzos en promocionar la idea de un Centro Comercial abierto adecuado a las exigencias de la sociedad actual.
- 2.) Asociar la idea de recuperación del Casco Histórico como una zona complementaria a la eminentemente comercial (Avda Aragón y Calle Lérida) con la recuperación de actividades tradicionales y fomento de propuestas culturales que sirvan de excusa para atraer al visitante.
- 3.) Publicidad adecuada a diferentes temporadas
- 4.) Ir ajustando las campañas en función del cliente objetivo detectado.

CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

1.) Campaña publicitaria de inauguración.

Como la existencia del nuevo Centro Comercial de Binéfar será una unidad comercial propia, de reciente formación, debe ser inaugurada una vez realizadas las primeras obras de “peatonalización y señalización” y una vez adoptada una “imagen conjunta” que requiera de una bolsa y un anagrama.

El lema de la campaña debe buscar la curiosidad hacia lo desconocido y para ello se puede aprovechar algún tipo de evento cultural asociado como puede ser el mercado medieval o de otro tipo.

El objetivo es crear la conciencia de una nueva Binéfar, referente en materia de compras.

2.) Campaña publicitaria basadas en el Ocio.

El objetivo de este tipo de actuaciones es recuperara la idea del paseo en el municipio de Binéfar. Para ello se puede complementar la oferta comercial con actividades de ocio.

Algunas propuestas son las siguientes:

📖 Establecimiento de rutas atractivas por el municipio, en especial el Casco Histórico.

📖 Combinar las actividades de Binéfar con ofertas de turismo rural con la idea de la necesidad de visitar el municipio

📖 Abrir los comercios algunos domingos publicitando campañas del estilo “los domingos baratos de Binéfar”. Para ello se puede aprovechar para realizar actividades en las plazas de la zona para que la visita pueda ser de familias.

CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

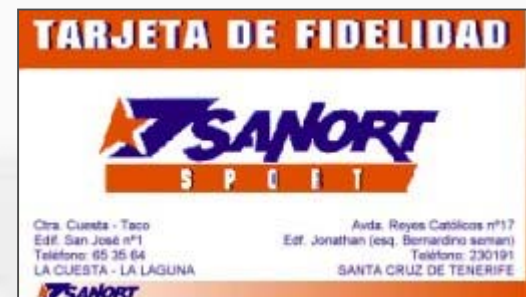
Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

3.) Otras campañas promocionales conjuntas

De modo genérico se proponen acciones promocionales conjuntas entre los distintos comercios del sector, mediante algún tipo de vale de regalo canjeable dentro de las tiendas del gremio o tarjetas de fidelización.

En el caso de una tarjeta de fidelización se podrían establecer conversaciones con entidades financieras de modo que al mismo tiempo que benefician al consumidor puedan servir de marketing directo a las entidades financieras. Especialmente interesante para el caso de entidades ligadas a la zona (ej: Cajas Rurales)



CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

4.) Otras acciones promocionales.

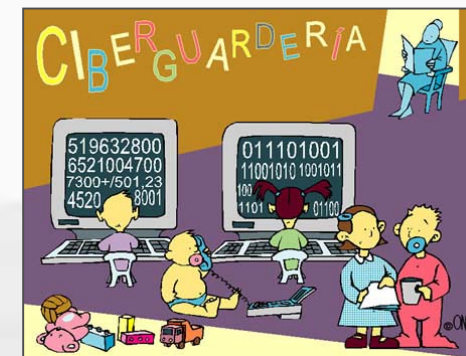
Como complemento a las campañas publicitarias es necesaria la creación de una serie de actividades y servicios complementarios que satisfagan plenamente las expectativas que el consumidor adquiere con la publicidad y conseguir que la compra sea cómoda.

Entre ellas pueden ser:

Creación de una guardería que funcione los fines de semana para facilitar la compra a las familias.

Contratación de diferentes atracciones que den un toque de diversión a las calles de la zona.

Creación de una cesta de productos típicos que se vendan en la zona.



CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

✓ Animación ciudadana y comercial

Las campañas de animación comercial se entienden como apoyo a las acciones de modernización y reestructuración de los locales comerciales y a la adecuación de la oferta a las nuevas exigencias de la demanda.

Para la consecución de estos objetivos algunas actuaciones que pueden realizarse son las siguientes:

📄 Edición de un programa de actos para los diferentes aniversarios.

📄 La difusión del programa debe hacerse a conciencia, procurando la mayor asistencia de gente, y debe estar apoyado de medidas de publicidad en publicaciones y otros medios de comunicación.

📄 Mediante el sorteo se pretende elaborar una base de datos mediante la cumplimentación de una ficha de participación que incluya una pequeña encuesta.

CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

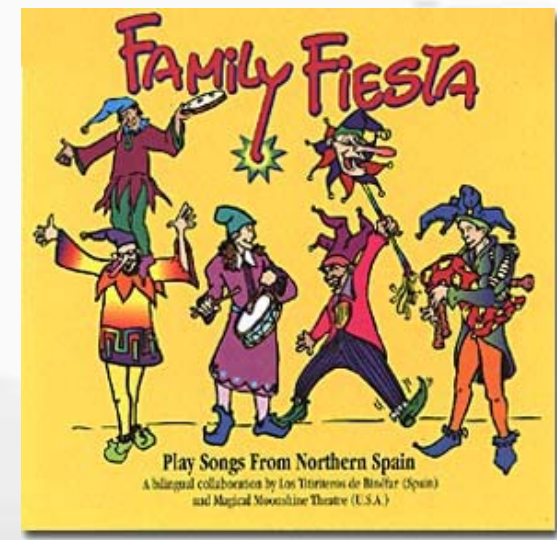
Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

1.) Actos, actuaciones y exposiciones en Binéfar.

Se debe utilizar cualquiera de los actos lúdicos y culturales de Binéfar, aprovechando la promoción de la nueva zona Comercial constituida.

Si estos actos se realizan dentro del marco del Caso Antiguo, aprovecharlos efectuando dentro del nuevo área comercial (zona Aragón y Lérída) alguna actividad complementaria relacionada con el tema tratado.



CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

2.) Reforzamiento de la actividad tradicional.

Los Cascos Antiguos de las ciudades han sido durante siglos el centro de la actividad comercial. La figura protagonista fue siempre la propia calle, donde se generaba la actividad de los gremios artesanos y comerciantes.

El contacto del público con los productos a la venta en el mercado tradicional era mayor y más directo de los que lo es en los actuales establecimientos.

La proximidad de la Lonja puede ayudar además la atracción de los visitantes a este tipo de actividades.

De esta manera se pretende recuperar la animación de la actividad en las calles del Centro, intenta recuperar una aproximación a la animación que se crea habitualmente en los hipermercados.



CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

3.) Cumpleaños de la nueva Zona Comercial.

Al igual que el impacto que tiene en las proximidades el día en que se celebra el mercadillo en la ciudad (12 de cada mes), conseguir una puesta en escena similar con esta nueva zona de modo que se asimile este nuevo espacio a la inauguración de un nuevo producto en Binéfar. Para ello, de modo periódico debe alimentarse con productos o inauguraciones nuevas de modo que evolucione con el tiempo.

Como objetivo prioritario de todas estas actividades está el darse a conocer y como objetivo no menos importantes es el de obtener una base de datos de clientes interesados para enviar información en un futuro y de este modo conseguir una aproximación continua a nuestros clientes objetivo.



CRITERIOS SECTORIALES DE ORDENACIÓN COMERCIAL

Creación y promoción de una imagen comercial conjunta

Mejora en la oferta comercial

Búsqueda de locomotoras en la zona

Gestión coordinada de la nueva zona comercial

Actuaciones de tipo promocional y publicitarias

Animación ciudadana y comercial

4.) Animación cultural.

Se trata de relacionar de un modo continuado el aspecto comercial de la ciudad con la tradición cultural e histórica de Binéfar.

En colaboración con las escuelas se pueden organizar una serie de actividades basadas en la historia de Binéfar. Una de ellas puede ser un concurso de dibujo, editando una serie especial de bolsas con los ganadores.

Se trata de involucrar más a las familias y procurar que acudan al Centro Comercial abierto sintiéndolo como algo suyo.

