

VICÁLVARO: VECA, UN ESPACIO COMERCIAL ABIERTO QUE CRECE CON EL DISTRITO

Vicálvaro está construyendo su futuro comercial

Vicálvaro representa uno de los ejemplos más interesantes de la nueva estrategia de comercio de proximidad que se está desarrollando en Madrid.

El proyecto **Vicálvaro, Espacio Comercial Abierto (VECA)** ya está en funcionamiento con un objetivo claro: revitalizar y potenciar el pequeño comercio, mejorar su competitividad y reforzar su papel como elemento de cohesión social del distrito. (vicalvaroespaciocomercialabierto.es)

Y Vicálvaro tiene una particularidad que hace especialmente estratégica esta iniciativa.

El distrito está creciendo y transformándose.

Conviven el Casco Histórico, Valdebernardo, Valderrivas y El Cañaveral, cuatro realidades urbanas con características diferentes. El proyecto VECA parte precisamente de esta diversidad para construir una estrategia comercial común.

No se trata solamente de proteger el comercio existente.

Se trata de conseguir que **el comercio de proximidad crezca al mismo tiempo que crece Vicálvaro.**

Del comercio de barrio al territorio comercial

El gran valor de VECA es que propone superar la visión de los establecimientos como unidades aisladas.

Un pequeño comercio puede tener una clientela fiel, pero difícilmente puede desarrollar por sí solo grandes campañas de comunicación, promoción, digitalización o fidelización.

Cuando esos comercios se integran en un Espacio Comercial Abierto, la situación cambia.

- Pueden compartir una identidad.
- Promocionarse conjuntamente.
- Participar en actividades.
- Generar rutas comerciales.
- Intercambiar clientes.
- Mejorar su presencia digital.

Y, sobre todo, construir una imagen colectiva.

La suma de los comercios puede convertirse en una gran oferta comercial de proximidad.

Un proyecto para los cuatro barrios

La estrategia de VECA tiene que asumir que Vicálvaro no es un único territorio comercial.

El **Casco Histórico** concentra la tradición y buena parte de la memoria comercial del distrito.

Valdebernardo cuenta con una estructura residencial consolidada.

Valderrivas representa una importante transformación urbana.

Y **El Cañaveral** simboliza una de las grandes áreas de expansión de Madrid.

El proyecto VECA identifica expresamente estos cuatro barrios y plantea una estrategia capaz de atender sus diferentes dinámicas.

Esta diversidad puede convertirse en una fortaleza.

La estrategia no debería intentar que todos los barrios sean iguales.

Debe conseguir que **todos formen parte de una misma red comercial**.

El gran reto de El Cañaveral y los nuevos barrios

La expansión urbana genera una oportunidad excepcional para el pequeño comercio.

Miles de nuevos vecinos significan nuevas necesidades de consumo, nuevos servicios y nuevas oportunidades empresariales.

Pero existe también un riesgo: que los nuevos barrios se desarrollen sin una estructura suficiente de comercio de proximidad y que los consumidores dependan exclusivamente de grandes superficies, plataformas digitales o desplazamientos fuera del barrio.

Por eso es fundamental actuar desde el principio.

El comercio debe crecer con la vivienda.

Y la planificación de los nuevos barrios debe incorporar espacios adecuados para pequeñas empresas, establecimientos comerciales, restauración y servicios.

VECA puede convertirse en una herramienta para conectar el comercio tradicional con el nuevo comercio que irá surgiendo en las zonas de expansión.

El Mercado de Vicálvaro, un activo estratégico

El comercio de proximidad de Vicálvaro cuenta además con un elemento de enorme valor: su mercado municipal.

El Mercado de Vicálvaro fue inaugurado en 1987 como una galería comercial de barrio y actualmente combina alimentación, comercio especializado, restauración

y servicios. El Ayuntamiento lo define como un espacio que contribuye a “hacer barrio y hacer Vicálvaro”. ([Ayuntamiento de Madrid](#))

Mercado, comercio de calle, hostelería y nuevos establecimientos pueden y deben complementarse y generar una oferta mucho más potente.

La Universidad como oportunidad

Vicálvaro cuenta además con otro activo singular: la presencia de la **Universidad Rey Juan Carlos**.

La comunidad universitaria constituye un mercado potencial especialmente relevante para el comercio, la restauración y los servicios.

El propio proyecto VECA identifica expresamente la necesidad de establecer un vínculo estable con la comunidad universitaria.

Esto abre posibilidades muy interesantes:

campañas específicas para estudiantes;

promociones comerciales;

rutas gastronómicas;

programas de emprendimiento;

colaboración con jóvenes emprendedores;

actividades culturales;

y acciones de digitalización.

Universidad y comercio pueden formar una alianza estratégica para el futuro de Vicálvaro.

Una plataforma para hacer visible el comercio

Uno de los pilares de VECA es precisamente la digitalización.

El proyecto contempla una plataforma digital con perfiles de establecimientos, promociones y mapa interactivo para facilitar el acceso de los ciudadanos a la oferta comercial.

Esto supone transformar la manera en la que el vecino descubre el comercio.

Antes había que conocer la calle o pasar delante del establecimiento.

Ahora el consumidor puede descubrirlo desde su teléfono.

El objetivo debe ser que la plataforma evolucione progresivamente desde un directorio hacia un verdadero **ecosistema digital del comercio de Vicálvaro**.

Del escaparate físico al escaparate digital

Un comercio puede tener una excelente ubicación y, sin embargo, ser prácticamente invisible en Internet.

VECA puede ayudar a solucionar este problema.

La estrategia de VECA incorpora:

- perfiles completos de los establecimientos;
- fotografías y vídeos;
- productos y servicios;
- horarios actualizados;
- promociones;
- mapa comercial;
- campañas conjuntas;
- redes sociales;
- agenda de actividades;
- rutas comerciales;
- programas de fidelización.

El objetivo es que **Vicálvaro sea también visible como territorio comercial en Internet.**

El siguiente salto: la inteligencia artificial

La inteligencia artificial abre una nueva oportunidad.

Los comerciantes pueden utilizarla para generar contenidos, diseñar campañas, analizar información y mejorar su comunicación.

Pero VECA puede ir más allá.

Puede convertirse en uno de los primeros espacios comerciales abiertos de Madrid que incorpore progresivamente herramientas de **inteligencia comercial territorial.**

Analizar tendencias.

Conocer los intereses de los consumidores.

Detectar oportunidades.

Diseñar campañas personalizadas.

Identificar establecimientos que necesitan mayor promoción.

Y preparar información estructurada para que los asistentes de IA puedan recomendar los comercios de Vicálvaro.

El reto será que cuando un vecino pregunte:

“¿Dónde puedo comprar esto cerca de casa?”

la inteligencia artificial pueda responder con establecimientos de VECA.

Comercio, sostenibilidad y locales vacíos

El proyecto VECA incorpora además una dimensión especialmente importante: la sostenibilidad y la economía circular, así como la posibilidad de trabajar en la reactivación de locales vacíos.

Este punto es fundamental.

Un local vacío no es solamente un problema inmobiliario.

Es una oportunidad económica perdida.

La estrategia debería permitir identificar locales disponibles, facilitar el contacto con emprendedores y favorecer la instalación de nuevas actividades.

De esta forma, el Espacio Comercial Abierto puede convertirse también en una **herramienta de regeneración económica urbana**.

Vicálvaro necesita comercio, pero también necesita comunidad

El comercio de proximidad tiene una dimensión económica evidente.

Pero su importancia va mucho más allá.

Los establecimientos son puntos de encuentro.

Permiten que los vecinos se conozcan.

Generan actividad en las calles.

Contribuyen a crear sensación de seguridad.

Favorecen la autonomía de las personas mayores.

Y fortalecen el sentimiento de pertenencia.

El propio proyecto VECA sitúa la cohesión social y la calidad de vida entre las funciones esenciales del pequeño comercio.
(vicalvaroespaciocomercialabierto.es)

Por eso, **defender el comercio de Vicálvaro es también defender la vida de sus barrios**.

VECA como modelo para el Madrid del futuro

Vicálvaro tiene algo que otros territorios no tienen con tanta intensidad:

un comercio tradicional que debe consolidarse y una población nueva que está transformando el distrito.

VECA puede actuar como puente entre ambos mundos.

Entre el comercio de siempre y los nuevos establecimientos.

Entre el Casco Histórico y los nuevos desarrollos urbanos.

Entre el consumidor tradicional y las nuevas generaciones.

Entre el comercio físico y el comercio digital.

Entre el pequeño establecimiento y la inteligencia artificial.

El proyecto inicial ya planteaba una meta especialmente significativa: convertir la diversidad de Vicálvaro en una ventaja competitiva y construir un modelo replicable en otros distritos de Madrid.

Ese es precisamente su gran potencial.

Una nueva concepción del comercio de proximidad

VECA demuestra que un Espacio Comercial Abierto no debe limitarse a promocionar establecimientos.

Debe convertirse en una **estrategia integral de desarrollo económico local**.

- Comercio.
- Urbanismo.
- Digitalización.
- Cultura.
- Universidad.
- Emprendimiento.
- Sostenibilidad.
- Cohesión social.

Todo forma parte de la misma ecuación.

Y Vicálvaro puede convertirse en un laboratorio privilegiado para demostrarlo.

Vicálvaro, un distrito que crece con su comercio

El gran objetivo podría resumirse en una frase:

que el comercio crezca al mismo ritmo que Vicálvaro.

Que los nuevos vecinos encuentren establecimientos cerca de sus hogares.

Que los comerciantes tradicionales puedan modernizarse y continuar.

Que los nuevos emprendedores encuentren oportunidades.

Que los jóvenes conozcan y utilicen el comercio local.

Que la Universidad se integre en la vida económica del distrito.

Que el Mercado de Vicálvaro se convierta en uno de los nodos de la red.

Y que todo ello esté conectado mediante una plataforma digital y una estrategia común.

Vicálvaro no debe limitarse a crecer urbanísticamente. Debe crecer comercialmente.

Y VECA puede ser el instrumento para conseguirlo.

La experiencia de Vicálvaro, junto con las de **Moratalaz, Vallecas, Retiro y Atocha-Delicias**, permite empezar a dibujar una nueva estrategia para Madrid: una red de **Espacios Comerciales Abiertos**, adaptados a las características de cada distrito, pero unidos por una misma filosofía.

Cooperar para competir.

Digitalizar para crecer.

Innovar para permanecer.

Y, sobre todo:

hacer del comercio de proximidad una pieza estratégica de la ciudad del futuro.

Este es el objetivo y la estrategia de COPYME y CIAE