



Ayuntamiento de Montilla

PLAN CORREDERA

Revitalización integral
del caso histórico

amontillate

PLAN CORREDERA

MONTILLA (CÓRDOBA)

**INFORME DIAGNÓSTICO Y
PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN**

PRIMERA PARTE: DIAGNÓSTICO

| | |
|--|----------|
| 1. Introducción | página 3 |
| 2. Justificación histórica, cultural y económica | |
| 2.1. La Corredera en su contexto histórico | página 4 |
| 2.2. La Corredera como núcleo económico y social de Montilla | página 5 |
| 2.3. ¿Por qué un Plan Corredera? | página 5 |
| 3. Objetivos | |
| 3.1. Objetivos generales | página 7 |
| 3.2. Objetivos específicos | página 8 |

SEGUNDA PARTE: PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN

| | |
|---|-----------|
| Introducción | página 11 |
| L-1. Cohesión social, dinamización cultural y animación comercial | página 13 |
| L-2. Fomento de la actividad económica | |
| L-2.1. Fomento del alquiler de locales comerciales | página 15 |
| L-2.2. Fomento y desarrollo del comercio | página 16 |
| L-2.3. Promoción turística | página 18 |
| L-3. Mejora en la accesibilidad y cambio del modelo de movilidad | página 21 |
| L-3.1. Peatonalización de la calle Corredera | página 22 |
| L-3.2. Cambio en el modelo de movilidad | página 26 |
| L-3.3. Adaptación del entorno, mejora de la accesibilidad y regeneración de solares vacíos | página 27 |
| L-4. Plan de Comunicación | |
| L-4.1. Proceso de participación ciudadana | página 30 |
| L-4.2. Plan de comunicación | página 31 |
| L-4.3. Acciones de <i>street marketing</i> | página 32 |
| Conclusiones | página 33 |

PLAN CORREDERA
MONTILLA (CÓRDOBA)

PRIMERA PARTE: DIAGNÓSTICO

La recuperación de los cascos históricos es un objetivo muy presente en las ciudades actuales. La degradación física de los centros urbanos, junto con la aparición de nuevos ensanches con mejor accesibilidad y diversos factores socio-económicos, han ido provocando un progresivo desplazamiento de comercios y viviendas hacia zonas menos “históricas” de las urbes españolas.

En este sentido, Montilla no ha permanecido ajena a esta tendencia urbana generalizada durante el último tercio del siglo pasado en gran parte de las ciudades del entorno, hasta llegar a un punto donde se hace necesario promover un complejo proyecto de revitalización del casco histórico para devolverle la importancia que siempre tuvo, convirtiéndolo de nuevo en un foco de desarrollo social, económico y cultural, y fomentando el comercio y el turismo de la ciudad.

En el contexto actual, al hablar de cualquier intervención urbana debemos elaborar un concienzudo proyecto que conjugue tres pilares básicos en los que basar la revitalización: cohesión social, desarrollo económico y sostenibilidad ambiental. Todo ello, por supuesto, vertebrado a partir de un potente plan de comunicación con el ciudadano y a través de procesos de participación que impliquen a la ciudadanía en el proyecto de recuperación urbana de la zona a tratar.

Lógicamente, uno de los proyectos estrella de los grandes intervenciones urbanas en los cascos históricos es la peatonalización, fundamental cuando se habla de accesibilidad. Tanto es así que, en la práctica, este modelo de movilidad se ha generalizado en gran parte de las ciudades europeas. Hay una cierta tendencia en el campo del Urbanismo que no contempla ningún casco histórico moderno sin una restricción más o menos severa del tráfico rodado. Y es que, como señalaba Rolf Monheim, un clásico del estudio de las zonas peatonales alemanas, *“una ciudad sin áreas peatonales representativas parece ahora desesperadamente anticuada”*.

El resultado de un plan de dinamización para un casco histórico como es el Plan Corredera debe ser un proyecto integral e integrador que consiga que el casco histórico de Montilla se convierta en un referente cultural, comercial y turístico, respetando las pautas dadas por la Historia y coordinando y mejorando los proyectos existentes. Se trata, en definitiva, de recuperar la parte noble de la ciudad para convertirla de nuevo en un referente dentro de la comarca. Un referente que nunca debió dejar de ser...

2.1. La Corredera en su contexto histórico

Los orígenes de la trama urbana de la ciudad se remontan al siglo XIV y XV, con la ocupación del cerro del Castillo alrededor de la Ermita de la Vera Cruz y las zonas de la Escuchuela y el Valsequillo. Con la demolición del Castillo, ese primer núcleo de poder en Montilla se desplaza al Llano de Palacio en torno a los primeros años del siglo XVI, quizás el de mayor esplendor de la ciudad bajo los mandos del Marquesado de Priego.

La calle Corredera comienza a gestar su postrera importancia en el núcleo urbano ya en esta época, con la configuración de la Plaza de la Rosa -entonces Plaza Nueva o Baja- en uno de sus extremos, o la fundación en 1512 del Hospital de los Remedios, germen del posterior Colegio de la Encarnación fundado por los Jesuitas y actual solar de la Basílica de la Encarnación, lugar que recoge los restos de San Juan de Ávila, elemento imprescindible para trazar el desarrollo turístico de Montilla hoy día.

Iniciada la expansión sur-suroeste de la ciudad hacia las salidas a Aguilar, Lucena y Málaga, la calle Corredera se configura como una de las principales de Montilla, al conectar la zona noble de la localidad con esas primeras expansiones más allá del entorno del Castillo.

En este desarrollo de la calle Corredera, eje fundamental de este proyecto de revitalización del casco histórico de Montilla, tiene mucho que ver la llegada de los jesuitas hacia mitad del XVI en ese mencionado espacio del Colegio de la Encarnación, formando un extenso complejo que albergaba, junto al centro escolar, la primitiva iglesia, la residencia de los sacerdotes y un extenso huerto. En el colegio, de gran importancia en toda la provincia, se enseñaba a los más pequeños a leer, escribir y a educarse en la doctrina cristiana, además de impartirse cátedras de filosofía, teología y moral. Por aquí pasaron personajes como San Juan de Ávila, San Francisco Solano o Diego de Alvear y Ponce de León.

Con el traslado del Ayuntamiento de la localidad a su actual sede a finales del siglo XIX, la importancia de la Corredera dentro de la trama urbana se hace más palpable, al servir de nexo de unión entre la zona primigenia de la ciudad y los nuevos ensanches y convertirse en centro neurálgico del comercio y la hostelería, creando un importante eje económico junto a la Puerta de Aguilar.

2.2. La Corredera como núcleo económico y social de Montilla

Montilla ha sido tradicionalmente una de las localidades con más peso en la provincia de Córdoba, tanto a nivel económico como demográfico o político. Económicamente, la localidad se ha erigido en uno de los bastiones del comercio en la Campiña Sur de Córdoba y otras zonas cercanas, con sectores de fuerte presencia y desarrollo en la zona centro como la zapatería, la marroquinería o la moda, además de haber sido el principal eje para farmacias, establecimientos hosteleros y entidades bancarias. Al mismo tiempo, la calle Corredera se ha entendido históricamente como una zona residencial de notable arraigo, alcanzando un gran prestigio entre la ciudadanía montillana a lo largo del siglo XX.

La calle Corredera y sus alrededores se han erigido tradicionalmente como la zona comercial por excelencia de Montilla, hasta el boom de la Avenida de Andalucía a finales del siglo pasado. No obstante, en la zona Corredera permanecen tanto el mercado de abastos de la localidad como sus principales comercios, así como el patrimonio cultural y turístico-patrimonial de la ciudad no vinculado al enoturismo: Teatro Garnelo, Casa del Inca, Museo Garnelo y Casa de las Aguas, Basílica de San Juan de Ávila, Edificio La Tercia, Palacio Ducal de Medinaceli o el Castillo del Gran Capitán.

2.3. ¿Por qué un Plan Corredera?

En el devenir histórico de Montilla, es evidente que la calle Corredera ha jugado un importante papel, como centro neurálgico de la ciudad y como nexo entre la ciudad antigua y la moderna -de la mano de la calle Puerta de Aguilar en este segundo rol-, terminando su trazado en la Plaza de la Rosa, desde donde uno puede subir hasta el Castillo del Gran Capitán o bajar para terminar el paseo contemplando la majestuosa fachada renacentista del Palacio Ducal de Medinaceli.

Sin embargo, a finales de dicho siglo comenzó un estancamiento que ha llegado a nuestros días. La crisis comercial y demográfica de la zona puede deberse, en parte, a una serie de factores:

- El despoblamiento del casco histórico hacia zonas más confortables y de mejor acceso.

- El cambio en el modelo comercial, que tiende a sustituir el establecimiento físico por la venta online en muchos sectores con presencia en la zona.
- La escasa implantación tecnológica y la obsolescencia del comercio en la Corredera.
- La intensa competencia, la falta de innovación y la escasa coordinación empresarial.
- La crisis general de los últimos años.

Estos factores -circunstancias económicas y tendencias comerciales actuales- evidencian una disminución generalizada del consumo, más si cabe en el caso del comercio físico tradicional. Los pequeños establecimientos comerciales conviven con la fuerte competencia de otros formatos como el comercio electrónico, la franquicia, los centros comerciales o las galerías. Si bien el comercio de Montilla no tiene el problema de los centros comerciales o las galerías dentro de la localidad, lo cierto es que hay una creciente predisposición del ciudadano a desplazarse fuera de municipio a realizar sus compras.

La consecuencia directa de todo ello es que el emprendimiento en la zona Corredera ha sufrido un profundo descenso en los últimos años, desplazándose el núcleo demográfico y económico hacia otras zonas más amplias, con más aparcamiento y con mejores accesos, algo posible gracias a las características físicas de la Avenida de Andalucía o Avenida de Boucau.

Actualmente, políticos, comerciantes y residentes saben que sus esfuerzos deben dirigirse a volver a situar la Corredera, y por extensión la ciudad, en la cumbre de la comarca. Es evidente que Montilla necesita intenciones, pero también nuevas ideas y estrategias; proyectos innovadores y revolucionarios -localmente hablando- que reviertan la situación presente, que de seguir en la dinámica actual terminaría por dejar un centro histórico abandonado y en decadencia.

Y, visto que es físicamente imposible que la zona Corredera compita en igualdad de condiciones con otras zonas periféricas más modernas, ordenadas y accesibles, ¿por qué no hacer de la Corredera un espacio diferente? Apostar por la regeneración urbana a partir de un modelo sostenible, que implique a la ciudadanía, con fuerte predominio del peatón y el ciudadano y donde se garantice la cohesión social y la puesta en valor de la oferta cultural, patrimonial y económica de la zona. Siempre con el objetivo de evitar el desplazamiento del montillano a otras ciudades para hacer sus compras y de atraer al foráneo a la localidad para realizar las suyas.

Solo con un proyecto de esta envergadura se conseguirá devolver a la calle Corredera y su entorno el lugar de privilegio del que nunca debió salir.

3

objetivos

Como se ha ido desgranando en los apartados anteriores, el fin último del Plan Corredera debe ser la regeneración urbana de esta zona desde un punto de vista social y económico a partir de un proyecto transversal que implique a toda la ciudadanía y tenga en cuenta las vicisitudes de comerciantes, residentes, visitantes, transportistas y agentes culturales.

Todo ello en un marco de responsabilidad y coherencia histórica, para evitar la banalización y terciarización que, en ocasiones, provoca este tipo de actuaciones. No hay que olvidar que se trata de una zona de especial relevancia en la evolución del casco urbano de la ciudad, erigiéndose en uno de los núcleos que, sociocultural y económicamente, han tenido mayor importancia en ella.

3.1. Objetivos generales

El objetivo principal del Plan Corredera es, lógicamente, la transformación del casco histórico de Montilla para devolverle la vitalidad que siempre ha tenido. Al conformar los centros históricos de las ciudades tramas urbanas de características peculiares y de muy difícil competencia con otras configuraciones como los centros comerciales, las avenidas periféricas o los ensanches, el Plan Corredera debe perseguir un espacio diferente, innovador y habitable, donde se ofrezca al usuario una experiencia única en cada visita.

Este Plan de debe sustentar en los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad urbana:

- Sostenibilidad Social: fomentando la cohesión entre los distintos grupos de población, implicando al usuario en la toma de decisiones y mejorando la gestión del espacio público y su apropiación por parte del ciudadano a través de procesos de debate y participación ciudadana.
- Sostenibilidad Económica: poniendo en valor los negocios locales y atrayendo nuevos focos de actividad económica, además de apostar por los sectores

cultural, turístico y creativo en el casco histórico como agentes clave del desarrollo de estas zonas de especial singularidad.

- Sostenibilidad Ambiental: recuperando el espacio público para el peatón mediante un cambio en el modelo de movilidad urbana, incrementando la calidad de vida en términos de salud, confort y bienestar para todos los ciudadanos.



3.2. Objetivos específicos

Los 3 pilares anteriores que conforman los objetivos generales de este Plan deben sustentarse en el cumplimiento de otros objetivos más específicos que se pueden resumir en los siguientes puntos:

1. Fomento de la promoción económica y recuperación social del casco histórico en un marco de equilibrio entre el desarrollo sostenible, urbanístico, cultural, medioambiental y de cohesión social:
 - a. Dinamización socio-cultural de la calle Corredera y su entorno histórico mediante la implicación de residentes, agentes culturales privados, asociaciones y demás colectivos ciudadanos.
 - b. Recuperación del casco histórico para el peatón, restringiendo el acceso a vehículos a motor, creando planes de concienciación y proponiendo alternativas de movilidad y aparcamiento. periférico.

2. Desarrollo de acciones de mejora del espacio urbano, en congruencia con la reactivación social y económica, para generar una oferta turístico-cultural, comercial y de ocio atractiva:
 - a. Rehabilitación urbana y puesta en valor de espacios públicos degradados.
 - b. Coordinación entre diferentes agentes económicos.
 - c. Implantación de tecnología, sistemas de calidad y de sostenibilidad para conseguir una oferta cultural, turística y comercial adecuada a las tendencias del mercado.

3. Fomento de la innovación y desarrollo de nuevas herramientas para el emprendimiento en el casco histórico:
 - a. Promoción de Montilla en el exterior como destino turístico y comercial de calidad mediante una estrategia que implique el uso de nuevas tecnologías, redes sociales y contenidos audiovisuales.
 - b. Apuesta por la economía colaborativa como nuevo marco de desarrollo profesional y comercial.
 - c. Uso de aplicaciones que persigan la implantación de Montilla como *smart city*, y su aprovechamiento por los sectores implicados.

Un último objetivo transversal servirá en el Plan Corredera como eje vertebrador de los objetivos anteriores, tanto generales como específicos: potenciar la cohesión social entre los distintos agentes implicados: ciudadanía, tanto residentes en el centro como vecinos de otras zonas; sectores político, cultural, económico (comercio, hostelería, profesionales...); transporte público, transporte de mercancías, etc. Objetivo integrador que se conseguirá mediante un plan de comunicación que conlleve procesos de participación ciudadana y que establezca una línea permanente de comunicación entre dirigentes y ciudadanos.

PLAN CORREDERA
MONTILLA (CÓRDOBA)

SEGUNDA PARTE: PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN

introducción

El cumplimiento de los objetivos descritos en la primera parte de este Informe solo se podrá conseguir con una marcada estrategia que implique a los sectores político, cultural, económico y social de Montilla, para poder recuperar la zona centro y convertirla en referente de la comarca. Para ello se deben tomar una serie de medidas previas, una de las cuales es la peatonalización de la calle Corredera.

Si bien esta medida va a suponer un grave trastorno en un primer momento, tanto a residentes como a comerciantes, transportistas y visitantes, la experiencia de la gran mayoría de ciudades en las que se ha implantado este modelo de movilidad sostenible demuestra que, a medio plazo, la satisfacción de los afectados aumenta considerablemente.

Por supuesto, no es la peatonalización la única vía para conseguir la regeneración socio-económica que se pretende, sino que aquella debe ir acompañada por un Plan de Movilidad Urbana que recoja la problemática existente alrededor de este cambio de concepto. Para el Plan Corredera se han trazado cuatro líneas de actuación, tres de las cuales sirven de base a los pilares fundamentales de la sostenibilidad urbana ya mencionados (social, económica y ambiental); y una cuarta línea general que se basa en los principios de información, transparencia y participación ciudadana. Veamos estas líneas de actuación propuestas:

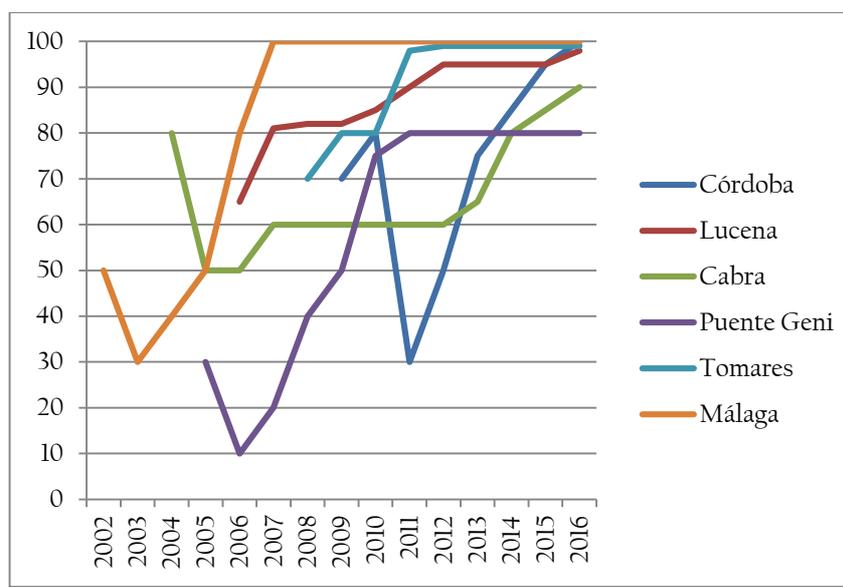
| | |
|-----|---|
| L-1 | <i>cohesión social, dinamización cultural y animación comercial</i> |
| L-2 | <i>fomento de la actividad económica</i> |
| L-3 | <i>mejora en la accesibilidad y cambio del modelo de movilidad</i> |
| L-4 | <i>plan de comunicación</i> |

Se debe tener en cuenta que, después de examinar diferentes proyectos de cascos históricos de numerosas ciudades, las medidas y soluciones tradicionales no suelen funcionar en estos singulares espacios urbanos, muy limitados por su configuración histórica y urbanística, y se deben tomar otras medidas más “radicales”, como son los procesos de peatonalización, que suponen una auténtica transformación de las zonas afectadas, convirtiéndolas en espacios modernos, accesibles, sostenibles, habitables y atractivos para el visitante.

Por supuesto, esta transformación no estará exenta de polémica y de numerosos problemas que se deben ir superando en continua comunicación con los afectados.

Nos referimos a problemas de circulación, de acceso a residentes, de carga y descarga de mercaderías para los comercios o del uso de la vía pública peatonal; problemas cuya solución nos la puede dar la experiencia de otras ciudades próximas a Montilla, geográfica o poblacionalmente hablando.

El siguiente cuadro nos muestra cómo en seis ciudades próximas a Montilla que han apostado en los últimos años por la peatonalización como vía de recuperación de sus cascos históricos, han pasado de una inicial incertidumbre y tímida ilusión por el nuevo proyecto a un inmediato rechazo y opinión negativa del mismo, normalmente vinculado a la realización de obras de adecuación y a un período inicial donde los comercios y ciudadanos aún no se han adaptado a la nueva situación. Sin embargo, lo que resulta curioso es que, a medio o largo plazo, las expectativas generadas con la peatonalización se ven superadas por la realidad: la actividad económica se dispara, la satisfacción de la ciudadanía con el proyecto sube considerablemente y aquellos que en un primer momento mostraron su rechazo, cambian de opinión, solicitando incluso la ampliación de la zona peatonal.



Cuadro: Satisfacción ciudadana con peatonalización de su ciudad.
Elaboración propia a partir de noticias relacionadas y estudios publicados.

L-1 ***cohesión social, dinamización cultural y animación comercial***

El alto grado de consenso de la ciudadanía en los objetivos que propone el Plan Corredera, así como la sensación de pertenencia al proyecto común por parte de todos los agentes implicados será la única vía para alcanzar los fines perseguidos. Dentro de las líneas de actuación, por tanto, hay que incluir procesos de participación ciudadana para el diseño de las futuras directrices de un Plan que debe ser dinámico y en movimiento constante.

Además, la implicación de los diferentes sectores puede conseguirse mediante la realización de actividades culturales por parte de colectivos montillanos que dinamicen el casco histórico al mismo tiempo que buscan la animación comercial que la zona necesita para su reactivación. Lógicamente, esto no puede conseguirse sin la participación activa de los principales beneficiados: residentes y comerciantes de la zona centro.

Así pues, la cohesión de los distintos colectivos con intereses en el Plan Corredera y la dinamización socio-cultural del casco histórico con un objetivo enfocado al desarrollo económico de los comercios de la zona son los principales argumentos de actuación de este Plan. ¿Cómo conseguirlo? Proponemos algunas líneas de trabajo para desarrollar actividades concretas como las que siguen:

1. *Placemaking*: creación de mesas temáticas y transversales para diseñar el espacio público que quedará en el casco histórico con el Plan Corredera y afrontar los posibles problemas que surjan de su aplicación con todos los afectados.
2. “Cultur-Arte” (cultura en la calle): habilitar la calle Corredera y su entorno, así como los locales actualmente en desuso, como galería abierta de arte, exponiendo trabajos de pintura, escultura, fotografía o moda. El reto será implicar conjuntamente a artesanos, artistas, industrias creativas y propietarios de locales a trabajar en un proyecto ambicioso que puede dinamizar la zona al mismo tiempo que se consigue un lugar de exposición privilegiado para los artistas de Montilla.
3. Teatro y música en directo en la calle, vinculando estas manifestaciones culturales con los distintos elementos patrimoniales del casco histórico. Uso de las nuevas tecnologías para la difusión de estas iniciativas e integración de

la infancia en las mismas: creación de un grupo de jóvenes artistas, escuela de música, talleres infantiles, etc.

4. Jornadas, talleres e iniciativas de animación comercial no permanentes que vinculen a comercio, hostelería y colectivos culturales:
 - a. “Vintage Market”: mercadillo de productos retro, de segunda mano o restaurados.
 - b. “Filosofía DIY: customiza tu look”: jornada donde se realizarán talleres prácticos sobre cómo personalizar ropa, complementos o calzados sobre prendas que los propios asistentes traigan a la jornada y/o prendas “prestadas o cedidas” por comercios.
 - c. “Personal shopper”: guías de estilo, talleres de maquillaje, etc, con implicación de los comercios de moda de la zona para dar a conocer su oferta de productos y propiciar la participación de un público objetivo de entre 18 y 35 años.
 - d. “Eco-alimentos y KM 0”: la importancia de una alimentación saludable también a la hora de tapear; imprescindible la participación de la hostelería del casco histórico.
 - e. “Rincón de Juegos”: jornada para dar a conocer diferentes juegos pedagógicos y libros infantiles y bilingües, para los más pequeños de la casa. Con el objetivo de dar a conocer las alternativas educativas y lúdicas que las papelerías, librerías y otros comercios de Montilla pueden ofrecer.
 - f. Noches temáticas con proyecciones de imágenes en edificios históricos y singulares mediante *video-mapping*.

L-2

fomento de la actividad económica

Ninguna rehabilitación o puesta en valor de un casco histórico tendría sentido, salvo escasas excepciones, si no tiene en cuenta el fomento de la actividad económica de la zona. En el caso de la calle Corredera y su entorno, la configuración histórica de la trama empresarial presente provoca que esta línea de actuación tenga especial incidencia en los sectores de la hostelería y el comercio. Sin embargo, los nuevos tiempos y la adaptación a ellos del mercado económico hacen obligatorio incluir aquí también a la industria creativo-cultural y al sector turístico, claves también en la regeneración económica del casco histórico.

Veamos las principales propuestas a desarrollar en esta línea:

L-2.1. Fomento del alquiler de locales comerciales

Uno de los principales problemas con que cuenta el casco histórico de Montilla, y que supone un importante freno al desarrollo de nuevas actividades comerciales en la zona, es sin duda el elevado precio de alquiler para locales, que se sitúa entre los 700 y los 1.000 euros de promedio mensual; y que equipara el precio de alquiler de esta zona al de otras mucho más accesibles y con mejores perspectivas actuales de desarrollo.

Por ello, uno de los puntos clave en el Plan Corredera debe ser el fomento del alquiler en la zona, facilitando el acceso de nuevos empresarios y profesionales al mercado en condiciones favorables. Las principales actuaciones específicas en este aspecto suponen:

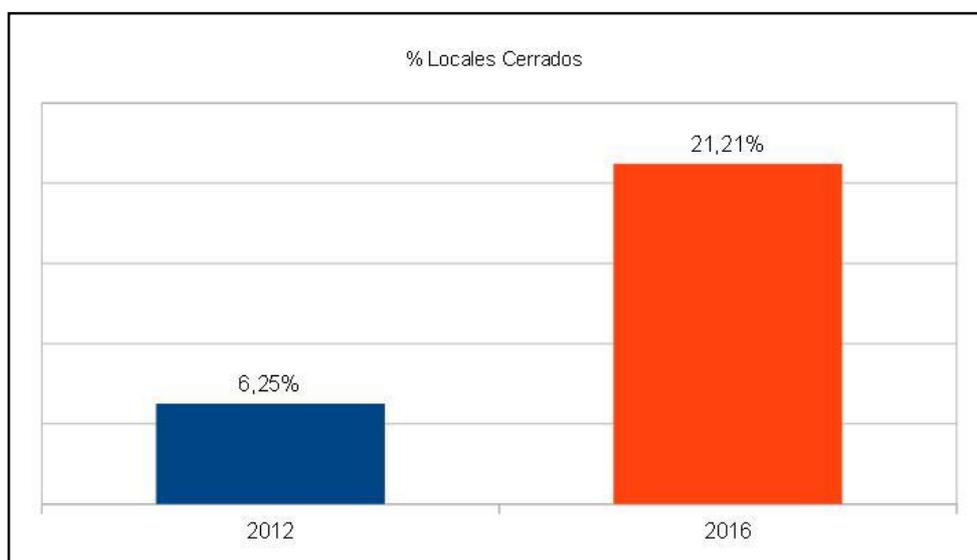
1. Creación de una bolsa de locales vacíos en alquiler, en estrecha colaboración con las empresas inmobiliarias de la localidad.
2. Bonificación de impuestos para los propietarios que pongan en alquiler su local, pudiendo limitarse esta bonificación al cumplimiento de ciertos requisitos que promuevan el alquiler efectivo de los locales vacíos, como un precio máximo o la facilitación de las características físicas, jurídicas y urbanísticas del local.
3. En caso de que la idea anterior no consiga los resultados perseguidos, se puede plantear la penalización tributaria por el mantenimiento de locales comerciales cerrados y sin intención de sacar al mercado de alquiler.

4. Creación de una línea de ayudas a la contratación de seguros para impagos de alquiler.
5. Dotación económica a una línea específica de subvenciones municipales para el alquiler de locales comerciales en el casco histórico, a través de programas como el “Cheque Emprendimiento”, ya impulsado este año 2016.
6. Organización de jornadas de puertas abiertas para visitar los locales comerciales disponibles, con promoción en localidades periféricas a Montilla, a fin de promocionar el casco histórico como zona comercial de primera categoría.

L-2.2. Fomento y desarrollo del comercio

La progresiva desaparición del tradicional comercio en el casco histórico y los problemas existentes para la implantación de nuevos sectores han provocado que el centro de Montilla vea cómo cada vez son menos y más anticuados los establecimientos abiertos al público. Al mismo tiempo, la casi ausencia de lazos de colaboración y asociacionismo empresarial en la zona hacen inexistentes las campañas colectivas, que tanto éxito dan en otras ciudades.

El siguiente gráfico muestra la progresivo abandono del casco histórico por parte de los establecimientos comerciales, que se van de la zona buscando otras ubicaciones más propensas a su actividad. Es por ello por lo que se hace patente la necesidad de encontrar una solución a este despoblamiento comercial.



*Cuadro: Porcentaje de locales cerrados en calle Corredera
Fuente: Elaboración propia Ayuntamiento de Montilla*

Para devolver el esplendor comercial y hostelero a la zona se necesita un plan estructurado y ambicioso que apueste por la cooperación, las nuevas tecnologías y la mejora de la imagen como puntos de partida para una nueva etapa en el casco histórico. Como principales medidas se proponen:

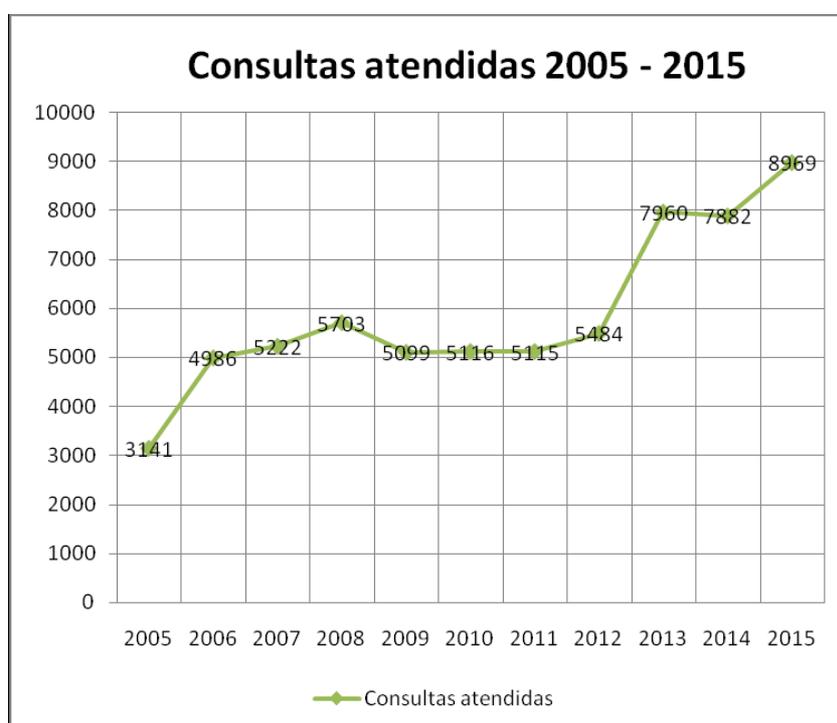
1. Desarrollo del Centro Comercial Abierto: si bien este ente debe estar por normativa gestionado por un organismo privado, desde el Ayuntamiento pueden coordinarse una serie de actuaciones paralelas que darán el impulso definitivo a este ambicioso proyecto:
 - a. Plan de renovación estética de establecimientos, mejorando la percepción por parte del consumidor hasta lograr una imagen atractiva y moderna del sector comercial.
 - b. Regeneración urbanístico-comercial en la zona. con una homogeneización identitaria del casco histórico.
 - c. Dinamización del entorno mediante la organización y fomento de actividades culturales.
2. Convocatoria de un “Cheque Emprendimiento” para apoyar a los comercios que se establezcan en la zona.
3. Impulso de proyectos de cooperación:
 - a. Innovación competitiva del sector comercial, dotándolo de una cooperativa de servicios para ofrecer a sus clientes una serie de valores añadidos que cada establecimiento, por sí solo, no podría ofrecer (entrega a domicilio, salas de lactancia, financiación de compras, aparcamiento gratuito, etc.)
 - b. Apoyo a proyectos de *coworking*, mediante una línea específica de ayudas en el “Cheque Emprendimiento” para ayudas al alquiler de espacios compartidos.
4. Mejora de la imagen comercial del Mercado de Abastos y dinamización del mismo, estableciendo un programa que atraiga al público con una oferta gastronómica y cultural:
 - a. Programa de captación de nuevos operadores en el mercado, mejorando la oferta comercial con la incorporación de puestos de venta singulares que podrían ir asociados a tendencias emergentes de consumo: productos gourmet, comida preparada, productos

- ecológicos, productos dietéticos y saludables (sin gluten, sin lactosa, sin azúcar, bajos en grasa, etc.).
- b. Programa de captación de operadores de restauración y otras formas de ocio con el fin de convertir los mercados en un centro gastronómico.
 - c. Ofertar un conjunto de servicios que faciliten la compra a las personas más jóvenes para poder captar su atención, ya que es un público que acude en menor medida a los mercados: venta on-line, entrega a domicilio, ampliación de horarios de apertura, etc.
5. Agilización de los trámites municipales para la apertura de nuevos establecimientos, con la creación de un protocolo de actuación para facilitar desde un primer momento al emprendedor un listado con los pasos, requisitos y costes de apertura de nuevo local.
6. Apoyo a actividades efímeras:
- a. Mercados temporales en la calle.
 - b. *Pop-up store* (tiendas instantáneas): durante un breve período se alojan en un local vacío varios emprendedores que tengan intención de poner en marcha un negocio en la zona. Los propietarios, a cambio de ceder gratuitamente los locales para este uso, tendrán un importante reclamo publicitario de los mismos. Por su parte, los emprendedores podrán ver la respuesta por parte del cliente del modelo de negocio que desean llevar a cabo y poner en práctica los elementos necesarios para la gestión de un negocio.
 - c. Campañas específicas, como Navidad, Rebajas o *Black Friday*, por ejemplo.

L-2.3. Promoción turística

El turismo es un sector en auge en Montilla, tal como se desprende de los informes generados por el propio Ayuntamiento a partir de los datos recogidos por la Oficina Municipal de Turismo, que muestran un crecimiento continuado en los últimos 10 años tanto en número de consultas como en el de visitas a la localidad, consolidándola como uno de los destinos turísticos de importancia dentro de la provincia de Córdoba.

Las consultas realizadas a los servicios turísticos municipales nos muestran una escasa presencia de turistas extranjeros, en torno al 5% de los visitantes. Entre ellos, franceses, británicos o alemanes son los más habituales. Por tanto, quizá sea este uno de los aspectos mejorables en la promoción turística de la zona. Aprovechando las oportunidades de las nuevas tecnologías y poniendo en valor elementos patrimoniales actualmente en desuso, se conseguirá crear una oferta turística de calidad. Además, es imprescindible estrechas lazos con localidades vecinas de buen desarrollo turístico, como Lucena, Priego, Baena o Cabra, a fin de crear en el visitante la necesidad de pernoctar fuera de la ciudad de Córdoba para conocer la provincia.



Cuadro: Consultas atendidas por la Oficina de Turismo (2005-2015)
Fuente: INFORME TURÍSTICO AÑO 2015, BIT Turismo, S.L.

Las actuaciones que deben impulsarse por parte del Ayuntamiento en materia de promoción del turismo en Montilla son:

1. Planificación integral de los recursos: Plan Estratégico de Turismo:
 - a. Catálogo de recursos turísticos del casco histórico de Montilla: Teatro Garnelo, Casa del Inca, Casa de las Aguas y Museo Garnelo, Basílica de San Juan de Ávila, Convento de Santa Clara, etc.
 - b. Mejora de la señalética en el casco histórico, normalizando las placas y balizas existentes para mostrar una imagen uniforme.

- c. Promoción de actividades turísticas en la propia calle, con participación de los agentes turísticos y culturales de la localidad. Por ejemplo, visitas teatralizadas por el casco histórico o actuación de estatuas vivientes representando los personajes históricos de Montilla.
 - d. Difusión y puesta en uso de las rutas monumentales existentes y creación de nuevos itinerarios:
 - i. San Juan de Ávila.
 - ii. Iglesias.
 - iii. Castillo del Gran Capitán - Barrio de la Escuchuela.
2. Proyecto EVA: experiencias del vino en el Al-Ándalus.
3. Promoción turística de Montilla en el exterior, con asistencia a ferias sectoriales y mejora de la presencia en las actividades del Patronato de Turismo de Córdoba, el Club Patrimonio y otros organismos especializados.
4. Incorporación de las nuevas tecnologías (redes sociales, *apps*, realidad virtual y/o aumentada) a las rutas turísticas planificadas.

L-3

mejora en la accesibilidad y cambio del modelo de movilidad

Cambiar los hábitos ciudadanos siempre es tarea compleja y difícil para las autoridades. En el caso de los modelos de movilidad urbana, sobre todo si implican la peatonalización de calles céntricas, la dificultad se multiplica. Sin embargo, el esfuerzo debe merecer la pena, viendo las numerosas intervenciones que en este sentido se vienen sucediendo en numerosas ciudades de todas España.

Para entender la problemática que se presentará en un plan de peatonalización y movilidad alternativa en la Corredera, uno de los principales ejes circulatorios del centro de Montilla, tenemos que entender la idiosincrasia de la zona, las necesidades de sus residentes; pero también es preciso estudiar los modelos implantados en otras localidades para detectar posibles distorsiones, problemas y soluciones a los mismos.

En el caso que nos ocupa, por ser referentes dentro de los procesos de movilidad sostenible en todo el mundo, hemos tomado ciertas ideas de ciudades europeas como Brujas, Copenhage, Cracovia, Stuttgart o Ljubijana; urbes españolas como Pontevedra, Oviedo, Burgos, La Laguna (Tenerife);o, acercándonos más a nuestro municipio, Málaga, Sevilla o Córdoba.

Por supuesto, no se puede comparar Montilla a ciudades del tamaño y la potencialidad turística y económica de las mencionadas, por lo que estas ideas sacadas de los proyectos mencionados han sido trasladadas a proyectos de ciudades pequeñas y medias, tomándose también soluciones llevadas a cabo por procesos de peatonalización de localidades como Tolosa (Guipúzcoa), Cartagena (Murcia), Ansoáin (Navarra), Arahal, La Rinconada y Tomares (Sevilla), Mahón (Baleares), Puerto del Rosario (Las Palmas), Tomelloso (Ciudad Real) o Villanueva de la Serena (Badajoz).

Acercándonos a la zona de actuación, se han estudiado los procesos llevados a cabo en Lucena, Cabra, Puente Genil o Pozoblanco, con más éxito en unas localidades que en otras, por lo que se ha tratado de descifrar los errores cometidos en cada uno de estos proyectos a fin de anticiparnos a ellos y plantear las soluciones antes de que el problema aparezca.

L-3.1. Peatonalización de la calle Corredera

El uso cotidiano que durante décadas se le ha dado al automóvil en los centros de las ciudades ha originado una progresiva degradación ambiental, así como un consumo desmesurado del espacio público, que inevitablemente nos lleva al deterioro en la calidad de vida para sus residentes, la ineficacia de las actividades económicas que se desarrollan y la huida de la población -residencial y comercial- hacia sectores periféricos de la ciudad. En el caso de Montilla, ya en el Estudio-Diagnóstico de Necesidades del Comercio Minorista, presentado por el propio Ayuntamiento este mismo año, destaca una frase que interesa especialmente al presente Plan Corredera:

*“La accesibilidad y movilidad, entendiendo esta como la facilidad de acceso de vehículos hasta la entrada de las zonas comerciales urbanas y la habilitación de zonas para transeúntes, con tráfico restringido y zonas peatonales, está favorablemente considerado por los demandantes entrevistados, destacando la **importancia por parte de los comerciantes de la zona Corredera por peatonalizar esta zona**, creando así una zona estéticamente más comercial por la ausencia de coches y el aumento de seguridad para los viandantes, aspecto que ha motivado el desarrollo de nuevos negocios”.*

Entendemos, por tanto, que la peatonalización del casco histórico no solo es deseable desde un punto de vista ambiental, social y turístico, sino también comercial y económico, siendo los propios comerciantes los que, a través de las encuestas realizadas en el Estudio reseñado, vienen demandando medidas contundentes para mejorar la accesibilidad y cambiar el modelo de movilidad en esta zona histórica de Montilla.

Los problemas asociados a la peatonalización son varios. El primero y más evidente, la regulación del tráfico rodado en la zona. Se ha demostrado, en los modelos urbanos estudiados, que la peatonalización parcial suele fracasar en la mayoría de los casos, pues no permite la adopción de medidas urbanísticas severas ni el cambio estético suficiente para provocar la regeneración de los cascos históricos. El tráfico rodado debe eliminarse lo máximo posible de esta zona. Pero... ¿qué ocurre con aquellos usuarios que tienen la obligación de circular por ella? Detectamos varios grupos afectados por un posible cierre al tráfico de una zona residencial y comercial como es el caso de la calle Corredera:

1. Usuarios de garajes en la zona peatonal: en la Corredera apenas existen cocheras, y las que hay se encuentran ubicadas en el tramo comprendido entre calle San Fernando y Plaza de la Rosa. Permitir el acceso a sus usuarios, previa adopción de un sistema de identificación, no supondría un desbarajuste excesivo en el plan de peatonalización. La Policía Local y los usuarios tendrían que debatir si es conveniente el acceso a estas cocheras desde uno u otro extremo de la vía peatonal para buscar la menor de las molestias.
2. Comerciantes y residentes: la carga y descarga de mercancías para los establecimientos y viviendas del casco histórico, así como el traslado de residentes con movilidad reducida, debe regularse para evitar situaciones de indefensión o, en la vertiente opuesta, aprovechamiento por parte de estos afectados. Se deben habilitar zonas y horarios de carga y descarga, limitando el período de permanencia en ellas, y tratar las situaciones especiales con la individualización que merecen. No se debe llegar al extremo de la calle Cruz Conde en Córdoba, una de las más restrictivas en este aspecto, que solo contempla la posibilidad de que los residentes y comerciantes detengan sus vehículos por unos minutos en una única zona habilitada para ello al inicio de la zona peatonal. Pero tampoco se puede permitir el libre acceso a aquellos, pues se echaría por tierra el objetivo último de la peatonalización.
3. Usuarios de farmacias de guardia: realmente, existen zonas de parking o de carga y descarga a pocos metros de cada establecimiento, por lo que esto no debería suponer ningún problema en la práctica. Lógicamente, en los días en que alguna de las farmacias de la zona esté de guardia, para garantizar el acceso de los ciudadanos a un derecho básico como es la compra de medicamentos, se debe permitir el acceso al tráfico rodado. Se puede plantear que dicho acceso libre sea exclusivamente en horario nocturno, cuando los efectos de la peatonalización tiene menos fuerza.
4. Transporte público: en Montilla hay un problema evidente con los vehículos de transporte público, al consistir en autobuses de grandes dimensiones que no satisfacen las nuevas directrices en materia de movilidad, accesibilidad y sostenibilidad. El transporte público debe fomentarse, por supuesto, pero deben buscarse trazados alternativos que eviten la zona peatonal. Y es fundamental el cambio del modelo de transporte público en la localidad.

5. Emergencias: lógicamente, el acceso a vehículos de emergencias debe permitirse siempre en la zona, aunque estos deben ponderar la urgencia real de la situación con las molestias causadas por su tránsito en la zona peatonal, sobre todo en horas de alta concurrencia de personas.

Para paliar los efectos de estas restricciones al tráfico rodado en la calle Corredera, existen soluciones traídas de otros proyectos de idénticos objetivos, algunos de los cuales son perfectamente asumibles para el Plan Corredera. Por ejemplo, la posibilidad de crear un almacén de carga y descarga de mercancías en una zona extrema del área peatonal, desde donde los comercios podrían recibir sus envíos fuera del horario establecido al efecto. La idea es conseguir la mayor restricción al tráfico rodado en la zona, permitiendo que los transportistas entreguen en el almacén, desde donde puede haber un sistema de reparto más eficiente y sostenible, como vehículos eléctricos o bicicletas, como ocurre en ciudades como Málaga. Esta propuesta se podría gestionar a través del Centro Comercial Abierto.

La peatonalización de la calle Corredera debe ir de la mano de un complejo y estructurado Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS), que contemple medidas accesorias a la restricción del tráfico rodado. En este aspecto, se deben tomar en consideración los siguientes elementos, que deberán ser estudiados y puestos en debate con los principales afectados:

1. Plan de aparcamiento disuasorio:

Para poder restringir el tráfico en el centro histórico, es fundamental contar con una red de aparcamientos periféricos que inviten al ciudadano dejar el vehículo en estos aparcamientos para acudir al centro caminando. Si bien supone un planteamiento a medio o largo plazo, conseguir un número elevado de plazas en parkings públicos cercanos al casco histórico mejorará la habitabilidad de la zona y la percepción de la misma por parte de los visitantes. Además, puede atraer al comercio a usuarios de fuera de la localidad, seducidos por la posibilidad de disfrutar de las ventajas de una zona comercial peatonal sabiendo que el aparcamiento no es un problema.

En Montilla, habría que replantearse la gestión de los aparcamientos públicos de la Plaza de la Rosa y de la calle Ronda de Curtidores, unificando precios y estableciendo incentivos para su uso por parte de los usuarios de los comercios del casco histórico, como un horario de pago reducido o

promociones para diferentes campañas en consonancia con las asociaciones empresariales.

Se debe además detectar nuevos puntos de aparcamiento, con la posibilidad de utilizar para ello solares vacíos a corto plazo; pero con el horizonte de la búsqueda de nuevos parkings públicos capaces de albergar la totalidad de los vehículos que se pretendan recibir con el Plan Corredera. Además, el plan de aparcamiento debe contar con un programa específico para ofertar plazas con un precio especial a residentes.

2. Circulación periférica

Restringir al tráfico una vía como la Corredera supondrá, sin ningún género de dudas, un notable aumento del tráfico en las calles aledañas: Córdoba, Altillos y Escuelas, principalmente. Si bien a corto plazo es difícil solucionar este problema, con un horizonte temporal más amplio sí que es posible evitar congestiones en otras zonas del caso histórico, con un profundo plan de concienciación y una educación desde edades tempranas para evitar el uso de vehículo privado en desplazamientos cortos, algo que en Montilla está a la orden del día.

Aparte de la educación ambiental, se pueden tomar medidas de colocación de elementos disuasorios que inviten al conductor la toma de rutas alternativas que eviten la zona del casco histórico. Por ejemplo, la implantación de zonas de prioridad peatonal, limitadas a 20 o 30 km/h, con badenes y pasos de peatones amplios y calzadas de plataforma única, dificultará la presencia de vehículos más allá de los que realmente necesiten usar estas vías.

Todas estas medidas de restricción del tráfico debe hacerse con un potente trabajo de información al ciudadano, empezando por la colocación de placas y señales que recuerden la existencia de estas zonas peatonales o de preferencia peatonal desde mucho antes de llegar a ellas, para que el conductor pueda decidir tomar un camino alternativo para su destino.

3. Optimización del transporte público

Como se ha venido señalando, el actual modelo de transporte público - servicio de autobús urbano- con que cuenta la localidad es poco efectivo, ineficiente e insostenible desde un punto de vista económico, funcional y medioambiental. Es evidente que el modelo debe sustituirse por otro que

apueste por vehículos de reducidas dimensiones para que puedan dar servicio en la zona del casco histórico sin mermar los efectos de la peatonalización, circulando por las vías periféricas y sirviendo con ello, además, de disuasión al uso del vehículo privado.

Se debería estudiar la posibilidad de disponer de más de una línea de bus urbano, que cubra los distintos barrios del municipio y de servicio a los puntos clave como Polígono Industrial Llanos de Jarata, Hospital Público o Cementerio Municipal, reduciendo a la vez los tiempos de espera por parte de usuario; establecer unos horarios fijos de paso del bus por cada línea, con suficiente publicidad para el ciudadano; e incluso plantear un sistema de seguimiento por GPS del autobús, para que el usuario sepa cuánto tiempo resta para que llegue su autobús.

Solo con acciones como estas se conseguirá el cambio de conciencia deseable en la ciudadanía de Montilla, muy propensa -quizá demasiado- al uso del vehículo privado, insostenible desde el punto de vista medioambiental.

L-3.2. Cambio en el modelo de movilidad

En estrecha relación con el punto anterior, la peatonalización no tiene mucho sentido si no va acompañada, como hemos señalado, de un PMUS. Ello implica un cambio en la mentalidad ciudadana, normalmente muy reacia en localidades pequeñas al uso del transporte público y de otros medios de locomoción. Este cambio del modelo de movilidad se conseguirá con un arduo trabajo de concienciación y educación.

La educación en movilidad es una importante herramienta de futuro. Se debe iniciar desde la escuela, por lo que campañas que impliquen a los centros educativos han de formar parte de los programas de educación ambiental para divulgar los valores cívicos asociados a la movilidad sostenible y responsable. Y, por supuesto, además de fomentar los desplazamientos a pie dentro de la localidad, se debe impartir a los jóvenes una educación vial a través de jornadas pedagógicas y programas lúdicos, culturales y de ocio, para concienciar en torno a la conducción y el consumo de alcohol y el respeto de los límites de velocidad.

Volviendo al tema que nos ocupa, para conseguir que la peatonalización triunfe debemos cambiar el modelo tradicional de desplazamientos en vehículos motorizados, que en la localidad se suelen realizar incluso para traslados que serían

más rápidos de hacerse a pie o en bicicleta. En este sentido, se plantea la posibilidad de realizar campañas empíricas que demuestren que el uso del coche en ciertas rutas o a horas determinadas es mucho más lento que los medios alternativos, además, mucho más responsables.

L-3.3. Adaptación del entorno, mejora de la accesibilidad y regeneración de solares vacíos

Una última línea básica dentro de esta estrategia de sostenibilidad ambiental se encuentra ya en marcha, habiéndose acometido la última fase de reforma de la calle Corredera, eje fundamental de este Plan que lleva su nombre, y que persigue la configuración de una vía de plataforma única, con accesos amplios y pasos de peatones próximos que desemboquen directamente en la zona peatonal.

La idea que se busca es un paseo abierto, que devuelva la calle al ciudadano y gane espacio como lugar de ocio, esparcimiento y encuentro. Gracias a la reactivación comercial de la zona, e impulsado por el desarrollo del Centro Comercial Abierto, el paseo puede hacer las funciones de galería comercial al aire libre, erigiéndose como alternativa digna al modelo anglosajón de centro comercial cerrado y creando un espacio identitario con la historia y la idiosincrasia de la ciudad.

El casco histórico de Montilla adolece de ciertos problemas que, con sucesivas intervenciones, deben ser resueltos:

1. Excesivo número de solares vacíos en pleno centro, no solo en la Corredera, sino también en calle Escuelas, San Fernando o Capitán Alonso de Vargas, zonas clave del casco histórico y que deben regenerarse para evitar la sensación de vacío que provoca la existencia de este tipo de parcelas sin uso.
2. Red de cableado aéreo en toda la zona centro, que afecta muy negativamente a la imagen del casco histórico y da una sensación de dejadez y abandono que influye en la percepción que se tiene de la localidad desde fuera.
3. Ausencia de zonas verdes más allá del Paseo de Cervantes, en la periferia del casco histórico.

En consonancia con lo anterior, y fruto de ello, el cableado aéreo que presenta no solo la zona centro sino casi toda la localidad se evidencia a su paso por los solares vacíos, mostrando un amasijo de cables colgantes que merman la estética del casco histórico y deben ser suprimidos. El soterrado de los mismos es una tarea costosa, pero debe afrontarse, al menos, progresivamente. En Montilla, los primeros nodos que deben eliminarse con los de la Plazuela de la Inmaculada y los de la confluencia de Corredera y Plaza de la Rosa.

Por su parte, la creación de zonas verdes y áreas de esparcimiento debe ser otra prioridad en este proceso de regeneración urbana. Un primer paso está dado, con el triángulo verde planteado en la última fase de remodelación de la calle Corredera, que creará un pequeño pulmón a la entrada de la zona peatonal que, sin duda, será un atractivo más para el proyecto global.

L-4

plan de comunicación

Esta última línea tiene un marcado carácter transversal, y contempla no solo las acciones encaminadas a informar de los programas y actuaciones del Plan Corredera al ciudadano, sino también a conseguir la participación real y efectiva de este en el diseño de su ciudad y en el nuevo modelo de movilidad que se plantea. Para ello, esta línea se basa en los principios de información, transparencia y participación.

L-4.1. Proceso de participación ciudadana

De manera simultánea al desarrollo de las obras de adaptación de la calle Corredera y como primera fase de la puesta en marcha del actual Plan, el Ayuntamiento ha estructurado la comunicación con los ciudadanos en base a los distintos interesados y colectivos afectados o que, deseablemente, deben involucrarse en el proceso para conseguir un alto grado de consenso que facilite el éxito del Plan Corredera. Los distintos grupos se tratarán de distintas maneras. Algunos de ellos necesitarán varias sesiones previas para consensuar opiniones; otros deberán ser llamados en las sucesivas fases del Plan a fin de evaluar resultados parciales; por último, ciertos colectivos tienen un papel fundamental en la dinamización socio-cultural y económica de la zona, por lo que debe mantenerse una comunicación permanente con ellos y establecer un protocolo de organización.

| | |
|----|--|
| 1 | <i>Grupos políticos</i> |
| 2 | <i>Vecinos residentes en el casco histórico (A. VV. El Centro)</i> |
| 3 | <i>Cuerpo Municipal de Policía, Bomberos, Ambulancias</i> |
| 4 | <i>Comercios de la zona y asociaciones comerciales (ACOMON, AEACO)</i> |
| 5 | <i>Agentes turísticos</i> |
| 6 | <i>Agentes inmobiliarios</i> |
| 7 | <i>Dueños de locales comerciales</i> |
| 8 | <i>Propietarios de solares vacíos</i> |
| 9 | <i>Transporte público: empresa de autobuses y taxis</i> |
| 10 | <i>Empresas de transporte privado</i> |
| 11 | <i>Asociaciones culturales y deportivas que dinamicen la zona</i> |
| 12 | <i>Colectivos de movilidad alternativa: asociaciones ciclistas, AMPAS,..</i> |

Con muchos de los grupos anteriores ya se han mantenido diversas reuniones de las que se han obtenido interesantes datos que servirán para pulir el Plan y evaluar las primeras reacciones a las propuestas planteadas, algunas de las cuales ya han sido adaptadas o replanteadas en función de las necesidades detectadas a partir de este método participativo. La propuesta, indispensable para el buen devenir del proyecto, implica la consideración y estudio de todas las propuestas, dudas y problemas planteados por estos colectivos y la valoración de los mismos por parte de los responsables municipales, que deben sopesar el equilibrio entre los intereses particulares frente al bienestar general de la ciudadanía.

En un futuro, se plantea la posibilidad de crear una especie de asamblea permanente que trate los aspectos cotidianos del desarrollo del Plan Corredera hasta su total implantación.

L-4.2. Plan de comunicación

El proceso de comunicación del Plan Corredera ha de estructurarse en dos estrategias generales para hacer llegar a todos los ciudadanos sus objetivos, los cambios previstos y las propuestas a debatir:

1. Estrategia de comunicación online: en consonancia con la adaptación que se persigue de la zona a los nuevos tiempos, la comunicación del proyecto debe buscar los nuevos canales de información con el ciudadano, aprovechando los recursos digitales municipales (redes sociales, webs de las distintas áreas del Ayuntamiento), la prensa digital o los recursos de los agentes implicados.
2. Estrategia de comunicación offline: no obstante lo anterior, hay que tener en cuenta que la zona en la que nos encontramos es un área con notable presencia de personas mayores, sin acceso a las nuevas tecnologías y acostumbradas a otro tipo de canales de comunicación. Para ellos, y con el objetivo de que nadie se quede fuera de este proceso ciudadano, el Plan Corredera debe utilizar también los canales tradicionales, como la prensa escrita, el Boletín de Información Municipal o la televisión, para difundir el proyecto. No se puede descartar, por supuesto, el canal directo a pie de calle con el comercio y la ciudadanía, mediante la realización de encuestas de satisfacción o la recogida de propuestas en los propios establecimientos.

L-4.3. Acciones de *street marketing*

A veces, los procesos de transformación urbana se gestan en la propia calle. Aprovechando las tendencias actuales de publicidad creativa, se plantea establecer un programa de acciones de revitalización del casco histórico a través de pequeños detalles que, además de embellecer y dinamizar la zona, van creando en el ciudadano una conciencia de respeto por el casco histórico, que le haga entender su especial singularidad y el porqué de la necesidad de una intervención integral como la que se lleva a cabo.

A modo de ejemplo, y tratando de despertar el sentir de patria chica de los montillanos hacia su ciudad, se propone una serie de acciones que deben ser completadas con otras y renovadas en el tiempo, para que la sorpresa y la innovación siempre vayan de la mano en todas las líneas de actuación del proyecto, incluido en Plan de Comunicación:

1. Customización del mobiliario urbano, con elementos de señalética creativa, creando mensajes y campañas que busquen esa revitalización comercial del casco histórico.
2. Colocación de *photocalls* “retro”, con fotografías antiguas de Montilla, situados en puntos clave del casco histórico.
3. Proyección de micro-vídeos sobre personajes populares que forman o han formado parte del casco histórico. El ensalzamiento de un vecino por parte de sus conciudadanos ayudará a crear una conciencia colectiva de pertenencia al casco histórico y facilitará el conocimiento de la singularidad del barrio. Estos vídeos deben difundirse por medios digitales aprovechando la fuerza viral de las redes sociales.
4. Elaboración de un *timelapse* que muestre la transformación del casco histórico, con fotografías que reflejen al antes y el después de los edificios o enclaves estratégicos de la zona.

conclusiones

El Plan Corredera que se propone tiene como fin último la revitalización del casco histórico de Montilla, una zona de gran valor histórico-cultural y socio-económico en la localidad. Para que esto sea posible es indispensable la implicación de todos los agentes económicos, culturales, políticos y ciudadanos de la localidad.

Es necesario un plan integral de regeneración para poder abordar la puesta en valor de inmuebles como el Castillo del Gran Capitán, La Tercia, la Iglesia de Santiago, la Basílica de San Juan de Ávila o el Palacio Ducal de Medinaceli. Espacios todos ellos situados en el área de influencia de este plan y cuya importancia histórico-cultural y potencial valor turístico justifican por sí solos la necesidad de un proyecto de dinamización cultural, económica y comercial del centro, que irremediamente debe arrastrar al desarrollo social y turístico de la localidad.

Sobre la base de todo lo anterior se hace necesario plantear nuevas estrategias para la zona de calle Corredera y su entorno, que ayuden a transformar y modernizar la oferta cultural, comercial y turística; a desarrollar acciones de mejora dirigidas a promocionar su actividad económica, respetando las singularidades de la zona, y garantizando una oferta de calidad. En este sentido las actuaciones que se proponen pretenden incidir en la promoción económica y recuperación socioeconómica del casco histórico con una fuerte incidencia de la economía creativa y cultural, dentro de un marco centrado en las tres vertientes básicas de la sostenibilidad: social, económica y ambiental.

El éxito o el fracaso del Plan dependerá, en última instancia, del grado de implicación de la ciudadanía en la toma de decisiones, del sentimiento de pertenencia al proyecto y de la aportación constructiva de ideas por parte de todos los implicados: políticos, ciudadanos, comerciantes, hosteleros y colectivos culturales.

Porque, no les quepa duda a ninguno de ellos, la revitalización del casco histórico es tarea y responsabilidad de todos. Y, por supuesto, un derecho que todos disfrutaremos.