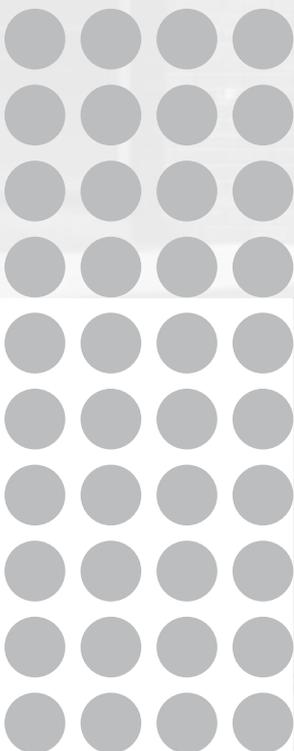


M O V I L I D A D

S O S T E N I B I L I D A D

H A B I T A B I L I D A D



AGECEU

PAISAJE URBANO

F O R O S

DEBATE Y REFLEXIÓN

ECONOMÍA URBANA

VALÈNCIA

27 DE MARZO DE 2023



MATARÓ/SABADELL
VALÈNCIA
ALICANTE
VITORIA-GASTEIZ
BILBAO
PAMPLONA

GOBERNANZA

DIGITALIZACIÓN



ECONOMÍA URBANA
VALENCIA

F O R O S
DEBATE Y REFLEXIÓN
VALÈNCIA

ECONOMÍA URBANA
27 DE MARZO DE 2023

F O R O S
DEBATE Y REFLEXIÓN
ALICANTE

DIGITALIZACIÓN
4 DE ABRIL DE 2023

F O R O S
DEBATE Y REFLEXIÓN
BILBAO

HABITABILIDAD Y ESPACIO SOCIAL
ABRIL DE 2023

F O R O S
DEBATE Y REFLEXIÓN
PAMPLONA

GOBERNANZA
MAYO DE 2023

F O R O S
DEBATE Y REFLEXIÓN
VITORIA-GASTEIZ

PAISAJE URBANO
MAYO DE 2023

F O R O S
DEBATE Y REFLEXIÓN
MATARÓ/SABADELL

MOVILIDAD
JUNIO DE 2023

F O R O S
DEBATE Y REFLEXIÓN

LOS FOROS AGECEU

Una reflexión estratégica sobre la gestión de los centros urbanos

Los Foros de debate de AGECEU forman parte del proceso de reflexión estratégica impulsado por la nueva Junta Directiva de AGECEU constituida en septiembre de 2022. Los profesionales que trabajamos en el estudio, diseño, gestión o dinamización de las centralidades urbanas, debemos dedicar especial atención a las condiciones que se dan, cambian o dejan de darse en estas áreas. Conscientes de que estamos ante un nuevo contexto, desde AGECEU proponemos abrir un debate sobre las cuestiones que hoy están condicionando –y lo seguirán haciendo en el futuro– el desarrollo y la función de las centralidades urbanas.

Los foros son una herramienta de participación abierta a los socios de AGECEU y tienen como objetivo principal reflexionar, debatir e intercambiar ideas sobre algunas de las cuestiones que, desde AGECEU, consideramos clave para el futuro de las centralidades urbanas.

Se han diseñado 6 foros temáticos que pretenden incitar a un debate honesto, sincero y participativo; dirigido a conocer qué aspectos están cambiando la forma y función de las centralidades urbanas. También a identificar escenarios futuros y a reflexionar sobre cuál debe ser el papel de los profesionales, agentes y empresas que están implicados en la gestión, impulso y dinamización de estos espacios.

Los foros se celebrarán entre marzo y junio de 2023 y tendrán un formato híbrido (presencial y online). En la segunda parte del año, se realizará la puesta en común y AGECEU planteará, en el marco de la Presidencia Española de la UE, sus conclusiones.



ECONOMÍA URBANA
VALENCIA

OBJETIVO

ECONOMÍA URBANA

El foro sobre ECONOMÍA URBANA se enmarca en el ciclo de Foros AGEUCU, para debatir y reflexionar entre los socios de AGEUCU y elaborar un diagnóstico de la situación actual y las perspectivas de futuro de las centralidades urbanas, así como a la formulación de propuestas profesionales.

En este Foro, que inicia el ciclo en València, queremos reflexionar sobre cómo y por qué las actividades económicas, se localizan o se deslocalizan en los centros urbanos, contribuyendo a reforzar, modificar y transformar, su “atractividad”, sus funciones o sus usos.

Las áreas urbanas se están transformando tanto por el cambio en el tejido de las empresas que operan en ellas como por la función que realizan como destino de compras, ocio y servicios.

La revitalización de las áreas urbanas del centro sigue siendo necesaria en el equilibrio entre atractividad, sostenibilidad y proximidad, lo que supone un reto para las políticas públicas y las empresas, especialmente de servicios.



ECONOMÍA URBANA
VALENCIA

METODOLOGÍA

ECONOMÍA URBANA

El foro se organiza con la colaboración de la Oficina Pateco del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana y la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico de Valencia.

Está dirigido especialmente a los socios de AGEUCU -que podrán participar previa inscripción- y a otros profesionales invitados exclusivamente por la organización del foro.

El foro tendrá un formato híbrido (presencial/online y un carácter participativo, ya que pretende la interacción y el debate entre los participantes.

Contará con personas expertas, informantes clave, socios y socias de AGEUCU, relatores y editores de contenido.

Así, se celebrará físicamente en la sede de AGEUCU, ubicada en la Plaza de Alfonso el Magnánimo, 12, 1º, de València. Y será retransmitido en streaming a través de la plataforma Zoom.



ECONOMÍA URBANA
VALENCIA

CONTENIDOS

ECONOMÍA URBANA

Eje central

Reflexionar y debatir sobre los cambios que están experimentando las centralidades urbanas desde el punto de vista de la economía urbana.

Cómo ha cambiado la “foto” de las actividades económicas que se desarrollan en las centralidades urbanas y qué implicaciones tienen esos cambios en la transformación económica de sus funciones, usos y atractivos.

Cuestiones clave para la reflexión y el debate.

- ✘ ¿Cómo ha cambiado la oferta de actividades económicas de los centros urbanos?
- ✘ ¿De zonas comerciales a áreas empresariales?
- ✘ ¿Se ha perdido tejido comercial? ¿Desaparecen empresas y puntos de venta? ¿Cuáles?
- ✘ ¿Faltan o sobran comercios?
- ✘ ¿Cómo se está diversificando de la oferta?
- ✘ ¿Qué servicios amplían, complementan y refuerzan la oferta de actividades económicas?
- ✘ ¿Cuál es futuro del comercio familiar tradicional y el nuevo “comercio de autor”?
- ✘ ¿Cuál es la salud de nuestras calles comerciales?
- ✘ ¿Qué ha pasado con los locales comerciales?
- ✘ ¿Cuáles son los riesgos y amenazas de los locales vacíos y de la “desertización comercial” ; ¿cómo combatirla?
- ✘ ¿Cuáles son hoy las “locomotoras” del centro urbano? ¿Cuáles serán en el futuro?
- ✘ ¿La “vuelta al centro” es real? ¿Quién vuelve al centro?
- ✘ ¿Franquicias sí, franquicias no?
- ✘ ¿Cuál es el futuro de las empresas tradicionales y familiares?
- ✘ ¿Qué formatos y modelos de negocio emergen en los centros urbanos?
- ✘ ¿Cuál es la estrategia de localización y relocalización de las cadenas? ¿Son locomotoras del centro?
- ✘ ¿Qué impacto tienen el ocio y el turismo? ¿Están nuestros centros gentrificados?
- ✘ ¿Hay sustitución del comercio por las actividades de hosteleras y de ocio, o complementariedad?
- ✘ El comercio de proximidad, cotidiano y los mercados municipales ¿conveniencia o atracción?
- ✘ ¿Cómo afectan las nuevas estrategias omnicanal a la localización de puntos de venta y servicio en el centro?

A black and white photograph of a bicycle leaning against a wall with arched windows. The bicycle is positioned in the lower right quadrant of the frame, leaning against a dark vertical post. The wall is light-colored and features two arched window openings. The ground is paved with cobblestones. The overall mood is quiet and urban.

ECONOMÍA URBANA
VALENCIA

PROGRAMA

ECONOMÍA URBANA

16:00 H. | PRESENTACIÓN DEL FORO

- × Agustín Rovira
Presidente de AGEUCU

16:15 h. | PARTICIPACIÓN DE EXPERTOS

- × Pilar Zorrilla
Profesora Titular en el área de Comercialización e Investigación de Mercados de Universidad del País Vasco/Euskal Erriko Unibertsitatea.
- × Nuria Beltrán
Presidenta de la Comisión de Retail del Colegio de Economistas de Cataluña
- × Concepción Díaz de Villegas
Directora general de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid
- × Ramón Marrades
Urban economist | Director at Placemaking Europe

Debate entre expertos y socios.

17:15 h. | MESA DEBATE

- × Jordi Obradors
Director de la Fundació Comerç Ciutadà i del Observatorio de los centros urbanos y Gerente de Sabadell Comerç Centre.
- × Cristina Gaona
Profesional, investigadora y docente de Marketing.
- × Ricardo Rustarazo
Director de Retail&trade Marketing
- × Julia Martínez
Gerente de la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico de Valencia.

Debate general.

18:00 H. | REFLEXIÓN FINAL Y CONCLUSIONES

19:00 H. | FIN DEL FORO

Relatores:

Agustín Rovira y Julia Martínez

Editora:

M^a José Rodríguez Pérez



ECONOMÍA URBANA
VALENCIA

PARTICIPAN

EL DIAGNÓSTICO Y LA VISIÓN DE LOS EXPERTOS



PILAR ZORRILLA

Doctora en Economía. Profesora Titular en el área de Comercialización e Investigación de Mercados de Universidad del País Vasco/Euskal Erriko Univertsitatea. Es especialista en Retailing y Shopping Experience, y cuenta con una amplia experiencia como ponente, docente e investigadora. Ha tenido también experiencia en la Administración Pública siendo Viceconsejera de Comercio y Turismo del Gobierno Vasco (2009-2012). Desde La UPV/EHU ha animado iniciativas de formación de profesionales de la distribución comercial y de la dinamización del comercio local. Su libro “Distribución comercial en la era omnicanal”, con Gloria Aparicio Castro, pone el énfasis en omnicanalidad y en el acceso del consumidor, hiperconectado y móvil, a una inmensa oferta de productos y servicios dónde la clave será la integración on/off y la socialización de la experiencia de compra en red.



NURIA BELTRÁN

Economista. Presidenta de la Comisión de Retail del Colegio de Economistas de Cataluña. Tiene una amplia trayectoria profesional como experta en el sector del comercio minorista, asesora, formadora y consultora. Fue impulsora y directora de la Escola Superior de Comerç i Distribució (ESCODI) en Terrassa, de la Universitat Autònoma de Barcelona, desde 1999 a 2019 y previamente desarrolló su carrera profesional en las Cámaras de Comercio de Catalunya y asociaciones de empresarios. Ha analizado la evolución del comercio local, desde la estructura de las pequeñas y medianas empresas del comercio catalán, trabajando desde la profesionalización de sus emprendedores y la renovación de sus modelos de negocio.



ECONOMÍA URBANA
VALENCIA

PARTICIPAN

EL DIAGNÓSTICO Y LA VISIÓN DE LOS EXPERTOS



RAMÓN MARRADES

Economista urbano. Director de Placemaking Europe, con sede en Róterdam. Licenciado por la Universitat de València y MSc por la Universidad de Utrech. Emprendedor social. Ha sido investigador en Econcult, la Unidad de Investigación en Economía de la Cultura de la Universitat de València, y miembro fundador de la plataforma internacional de jóvenes urbanistas Urbego. Emprendedor social que ha recibido mención honorífica en el International Young Planning Professional Award (2012) y el Premio Jóvenes Emprendedores Sociales de la Universidad Europea por el proyecto Cien Pies (2013). Fue durante cuatro años, hasta junio de 2020, director de Estrategia de La Marina de València del frente marítimo que se ha convertido en un gran espacio público y el principal distrito de innovación de la ciudad de València. Su trabajo con proyección en diversas ciudades y países, se asienta en la conexión entre la economía y la planificación urbana en forma de investigación, emprendimiento y consultoría.



MARÍA CONCEPCIÓN DÍAZ DE VILLEGAS

Directora General de Comercio y Hostelería del área de gobierno de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Madrid. Tiene una larga trayectoria en la Administración Local donde ha ejercido desde 1987, en puestos técnicos y directivos, relacionados con la gestión de mercados, el comercio y la promoción de la economía urbana. Licenciada en Veterinaria por la Universidad de Zaragoza y en Máster en Gestión Pública por el Instituto de Empresa. En Madrid, ha impulsado la modernización de sus mercados municipales desde la gestión público-privada y el desarrollo de áreas de comercio urbano y de la ciudad como principal destino de turismo urbano.



ECONOMÍA URBANA VALENCIA

PARTICIPAN

LOS PROFESIONALES DESDE AGECU, SU DIAGNÓSTICO. SU VISIÓN.



JORDI OBRADORS

CEO de La Transversal de proyectos; empresa especializada en la gestión de asociaciones de centros urbanos y consultoría en proyectos de actividad económica urbana. Director de la Fundació Comerç Ciutadà i del Observatorio de los Centros Urbanos de la misma Fundación, que agrupa a los centros de Sabadell (del que es su gerente), Terrassa, Sant Cugat del Vallès, Granollers, Mataró, Vic y Olot. Ha liderado los trabajos técnicos para la constitución de los APEUS de Olot, Granollers, Sabadell y Terrassa.



CRISTINA GAONA

Profesora de Marketing en la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) y Universidad Jaume I (UJI). Es consultora experta en retail e investigadora. Ha formado parte de la Junta Directiva de AGEUCU y cuenta con una acreditada experiencia profesional en la gestión de asociaciones de comerciantes de centro urbano. Empezó su carrera profesional en Castilla-León, en la Asociación de Comerciantes de Gamonal de Burgos. Actualmente compagina la docencia y los proyectos de investigación y desarrollo del comercio local.



RICARDO RUSTARAZO

Es fundador, y desde 1985 ha dirigido Retail&Trade Marketing, consultoría especializada en retail, de Barcelona. Impulsó y dirigió el Club Retail Iberia, un grupo de más de 45 enseñas de retailers, operadores del sector servicios y de la restauración, con más de 4.000 puntos de venta que han conformado un grupo de "inteligencia colectiva" sobre modelos de negocio y estrategias de localización. Es socio profesional de AGEUCU experto en ayudar a la toma de decisiones de los distribuidores para mejorar la atractividad de sus puntos de venta.

A black and white photograph of an urban scene. In the foreground, a paved area with a brick pattern leads to a concrete curb. Behind the curb is a wall made of large, rectangular tiles. A satellite dish is mounted on the wall. Long, dark shadows are cast across the wall and pavement, suggesting a low sun position. The overall mood is quiet and urban.

ECONOMÍA URBANA
VALENCIA

PARTICIPAN

LOS PROFESIONALES DESDE AGECU, SU DIAGNÓSTICO. SU VISIÓN.



JULIA MARTÍNEZ

Licenciada en derecho por la Universitat de València.
Gerente de la Asociación Centro Histórico de València.
Miembro de la Junta Directiva de AGECU.



AGUSTÍN ROVIRA

Director de la Oficina PATECO del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana.
Economista profesor asociado de la Universitat de València.
Presidente de AGECU.



F O R O S
DEBATE Y REFLEXIÓN
VALÈNCIA