

Experiencias en comercio urbano en el Foro AGORA

Más de cien experiencias en materia de comercio urbano, impulsadas por Ayuntamientos y entidades de toda España estarán presentes en el Espacio de Experiencias, una de las cuatro zonas previstas en el Foro del Comercio Urbano, AGORA, que se celebrará en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga entre los días 6 y 8 del próximo mes de mayo. AGORA es el marco en el que agentes públicos y privados se unen para intercambiar, aprender y compartir experiencias orientadas al desarrollo de las ciudades y del comercio, y este año celebra su segunda edición.

Ser punto de encuentro del comercio urbano, el lugar donde "pensar la ciudad" de una forma integradora y transdisciplinar, el espacio donde diseñar proyectos, desde el presente, para las zonas comerciales urbanas del futuro, son algunos de los objetivos a cubrir en el 2º Foro del Comercio Urbano AGORA, que el mes próximo se celebra en Málaga. Con más de 700 congresistas, 3.000 visitantes profesionales, 356 empresas e instituciones expositoras sobre una superficie de 2.850 metros cuadrados de exposición, la convocatoria de este año ofrece buenas perspectivas, a las que hay que sumar las más de 100 experiencias presentadas por alrededor de 80 instituciones y Administraciones Públicas, otros 40 casos reales contados por sus responsables y más de 110 ponentes a lo largo de las tres jornadas.

AGORA está promovido por el Ayuntamiento de Málaga, la Asociación Española de Gerentes de Centros Urbanos (AGECU), la Cámara de Comercio de Málaga y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, la FEMP, la Junta de Andalucía y el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Tras celebrar su primera edición, AGORA se ha convertido en referente nacional en la gestión y desarrollo del comercio en las ciudades.

Las cuatro zonas de AGORA

Al igual que ya ocurrió en la convocatoria anterior, el Foro AGORA distribuirá sus contenidos en cuatro ámbitos diferenciados. El primero de ellos es el II Congreso Internacional del Comercio Urbano, un foro de debate con ponentes de primer nivel cuyo objetivo es ser fuente de conocimiento e ideas para los responsables del sector del comercio y la ciudad para ayudarles a acometer transformaciones en el área urbana.

El segundo de los ámbitos de AGORA es el correspondiente a exposición de experiencias; se trata de un espacio que quedará reservado en la zona expositiva en el que a través de paneles informáticos y medios audiovisuales, se exhibirán las ya mencionadas experiencias.

El Aula Interactiva es otra de las zonas previstas; se trata de una zona en la que los responsables de los proyectos y casos de relevancia nacional e internacional ofrecerán sus ponencias; el Aula está concebida como un lugar de intercambio de experiencias y aprendizaje. Proyectos seleccionados de entre los presentados en el Aula y entre las experiencias propuestas en el ámbito anterior, quedarán recogidos en la Guía de Buenas Prácticas que se elaborará con motivo del evento. Para realizar su selección se ha valorado que las experiencias puedan convertirse en un referente o modelo a seguir por otras ciudades.

Finalmente, como cuarta y última zona, aparece la Galería de Productos y Servicios, un espacio en el que se mostrarán productos, soluciones y servicios innovadores, destinados a todos aquellos elementos de vanguardia de aplicación en las ciudades y que favorecen su desarrollo sostenible. La Galería de Productos y Servicios estará dedicada a la muestra de oferta innovadora, reunirá en un mismo espacio diferenciado del resto de la exposición y sin necesidad de stand, las propuestas y soluciones ofrecidas por empresas de mobiliario, luminaria y limpieza urbana; tecnología y software para Administraciones, y equipamiento y servicios urbanos, entre otras. Así, también estarán presentes consultoras y asesorías; empresas de servicios y productos para el comercio; arquitectura y urbanismo comercial, y empresas de comunicación y soluciones para el comercio.



Imágenes de la última edición de Agora.

Experiencias propuestas

En AGORA presentarán sus experiencias ciudades como Santiago de Compostela, Vitoria-Gasteiz, Albacete, Elda, Orihuela, Palma de Mallorca, Badalona, Santa Coloma de Gramanet, Sitges, Bilbao, Burgos, Alcázar de Sanjuán, Irún, Las Palmas y La Aldea de San Nicolás (Las Palmas de Gran Canarias), Lleida, Madrid, Málaga, Torremolinos, Velez-Málaga, San Pedro de Alcántara (Marbella), Melilla, Pamplona, Ourense, Gijón, Estrada y Vilagarcía D'Arousa (Pontevedra), Salamanca, Teruel, Toledo, Benetússer y Ontinyent (Valencia), Madrid, Barcelona, Valencia y Zaragoza, entre otras.

De esta manera se mantiene uno de los aspectos que dan valor a este certamen: ÁGORA es un escaparate de proyectos y difusión de experiencias que pueden desarrollarse también con éxito en otros puntos del territorio. Se convierte, además, en un foro en el que poner en común y debatir sobre el presente y el futuro del comercio urbano.

En un análisis más detallado de los proyectos propuestos, se observa que las áreas de intervención propuestas en las experiencias ofrecen una participación desigual; una parte importante se centra en aspectos de promoción de ventas y animación comercial; y otro volumen similar de experiencias está referido a incentivos y desarrollo de la actividad comercial, seguidas por las vinculadas con el turismo, el ocio y la cultura; las iniciativas con presencia menos numerosa son las relativas a regulación y ordenación comercial, la movilidad y los transportes así como la ordenación y planificación urbana.

II Congreso del Comercio Urbano

Ponentes de relevancia nacional e internacional participarán este año en el II Congreso del Comercio Urbano, patrocinado por la Dirección de Política Comercial del Ministerio de Indus-



tria, Turismo y Comercio y la Cámara de Comercio de Málaga. El encuentro abordará en su sesión inaugural el nuevo marco normativo del comercio interior y de los servicios derivados de la Directiva del Parlamento Europeo de diciembre de 2006. Para ahondar en este tema, acudirán a Málaga responsables y personalidades de dicho Ministerio y de la Unión Europea involucrados en el desarrollo de la normativa.

Las perspectivas en el comercio y en el consumo y las respuestas de las empresas comerciales ante la crisis centrarán las dos sesiones siguientes, con la presencia de ponentes de la talla de Juan E. Iranzo, Director General del Instituto de Estudios Económicos; Javier Casares Ripoll (Catedrático de Economía de la Universidad Complutense de Madrid) o José María Sainz de Vicuña, economista y consultor empresarial.

Roberto San Salvador del Valle, del Instituto de Estudio de Ocio de la Universidad de Deusto, y el Director de la Agencia de Ecología Urbana de Barcelona, Salvador Rueda, participarán en sendas sesiones sobre el comercio urbano en la ciudad cultural y turística y el planteamiento de soluciones de diseño urbano y urbanismo comercial para conseguir ciudades sostenibles y competitivas.

El 8 de mayo el 'branding' urbano o la creación de una marca de ciudad se convertirá en el protagonista del Congreso. En la sesión participarán Victoria Elizagarate, de la Universidad del País Vasco y Juan Ramón Plana, Director de la Asociación Española de Anunciantes, entre otros ponentes. Además se realizará una mesa redonda con experiencias de desarrollo de marca ciudad y presentación de anuncios publicitarios.

Toda la información relacionada con AGORA puede consultarse en www.foroagora.com, mientras que novedades, encuestas y artículos del sector están disponibles en el blog www.formapartedeagora.com ★

Francisco de la Torre

Alcalde de Málaga



“En las épocas de crisis, el comercio ha sido capaz de mantener el empleo”

Su ciudad, Málaga, será la anfitriona de AGORA, el Foro del Comercio Urbano, una actividad que, según explica Francisco de la Torre, otorga a las ciudades “cohesión y vitalidad”. Acoger ahora este Foro, que en su pasada edición reportó muy buenos resultados, puede consolidar a la ciudad andaluza como protagonista en el sector. Así lo ha valorado el Alcalde para Carta Local.

En una situación de crisis económica como la actual ¿qué capacidad tiene el comercio para mantener y revitalizar ciudades?

El comercio urbano, constituye un elemento estructurante de nuestras ciudades, que les otorga cohesión y vitalidad. Las ciudades nacieron con el comercio, en las plazas, en las ágoras, eran los núcleos de relación humana, donde se daba el intercambio, las relaciones, y esto siempre fue así en nuestro modelo de ciudad mediterránea y seguirá siendo así. Además, se ha demostrado en diferentes estudios de distribución comercial que en las épocas de crisis, el comercio ha sido capaz de mantener el empleo. Por tanto, admitiendo que se producen reestructuraciones y que hay que asumir retos, con la especialización y la búsqueda de nuevo nichos de mercado, para seguir siendo competitivos, el comercio seguirá dotando de vitalidad a nuestras ciudades.

¿Qué representa para Málaga acoger una feria como Ágora?

Ágora es un foro de encuentro, con un formato diferente que reúne cuatro eventos en uno. Desde la concepción del proyecto, en la que participamos, se pensó en ofrecer un espacio de intercambio de experiencias, un congreso con contenido científico de excelencia, presentación de casos prácticos y soluciones para el desarrollo no sólo del comercio sino también de las ciudades. Y así la primera edición resultó un éxito convirtiendo el foro en un referente y posicionando a Málaga como ciudad protagonista

en este sector. Y prueba de ello es que este año se volverán a presentar más de cien casos de toda España en el Espacio de Experiencias y el Aula desde los ámbitos asociativos y empresariales, cámaras de comercio y de instituciones públicas y Ayuntamientos. El congreso, que en la edición pasada reunió a más de 700 congresistas, presenta un programa científico con ponentes de primer orden, nacional e internacional.

¿Qué aporta Málaga a este evento de transcendencia nacional?

Como evento Ágora aporta mucho a Málaga y Málaga también aporta mucho a Ágora, porque es una ciudad idónea para acoger este encuentro. Tenemos buenas comunicaciones, una magnífica oferta comercial y hostelera, así como una amplia oferta cultural que ofrecer a los congresistas, incluida la noche en blanco que se celebrará el sábado 9, por lo que es un atractivo más para los congresistas que vengan y permanezcan el fin de semana en nuestra ciudad.

En el espacio de experiencias de Agora, su Ayuntamiento presenta una iniciativa sobre el centro histórico como entorno de interés protegido ¿En qué consiste exactamente?

Es un proyecto destinado a potenciar la movilidad peatonal del centro histórico para residentes y visitantes y proteger el patrimonio histórico y cultural del centro histórico, que está declarado

B.I.C., en un espacio de 45 hectáreas aproximadamente. Se trata de regular el acceso de vehículos a este espacio, ordenándolo para que no se acceda de manera indiscriminada. Los vehículos que accedan serán los de los residentes, y los de las personas que tienen negocios y los que tengan que acceder a los aparcamientos públicos y privados que hay dentro de este espacio. Para ello se están habilitando sistemas de lecturas de matrículas de vehículos que permitirán el paso a los vehículos autorizados. Este proyecto recibió un premio en 2008 del Ministerio de Industria, a través del IDAE. Ha sido un proyecto muy consensuado con asociaciones de vecinos y comerciantes del esta área urbana.

¿Qué otras experiencias propone el Ayuntamiento en este espacio?

Se van a presentar otros tres proyectos más. El primero es “la noche en blanco”, una propuesta de cultura participativa y carácter gratuito, un encuentro nocturno del arte y la cultura. La primera edición tuvo lugar el año anterior y ofreció 36 actividades distintas –21 exposiciones con visitas guiadas, obra de teatro, visitas guiadas a monumentos y espacios singulares, conciertos, videocreaciones, performance, todo ello repartido en 26 espacios diferentes de la ciudad–, 17 interiores y 9 al aire libre.

El plan de instalación de contenedores soterrados, es otro proyecto, que consiste en el soterramiento de los contenedores de las fracciones de orgánica, envases, vidrio y papel y cartón en el centro histórico. Las fases puestas en marcha permitirán contar con un total de 180 contenedores por lo que se alcanzará una capacidad de 800.000 litros.

Finalmente, el distintivo de accesibilidad, un proyecto desarrollado por el Ayuntamiento a través de las áreas municipales de Accesibilidad Universal, de Turismo y de Comercio, en colaboración con la Cámara de Comercio de la Provincia, que tiene como objetivo refrendar las condiciones de accesibilidad de comercios, establecimientos hoteleros y hosteleros. Se trata de impulsar la concienciación de los empresarios en relación con la accesibilidad. El proyecto contribuirá a potenciar la imagen de Málaga como ciudad accesible.

¿Cuáles son las principales demandas de los comerciantes malagueños a su Ayuntamiento?

Las relacionadas con el mantenimiento de la seguridad ciuda-

dana, la limpieza y el ornato público, aspectos fundamentales y muy importantes en la imagen global que proyecta toda ciudad. Todos estos aspectos están muy vinculados al catálogo más directo de prestación de servicios públicos que ofrece una Administración Pública como la Local y que por descontado que intentamos atender con la mejor y mayor diligencia y eficacia posibles, porque lógicamente benefician al conjunto de la comunidad.

¿Qué representa para Málaga la actividad ferial a lo largo del año?

El Palacio de Ferias y Congresos se ha convertido en sus algo más de cinco años en un motor económico y de desarrollo de Málaga; la creación de empresas relacionadas con el sector de eventos, la mejora y crecimiento de la planta hotelera, restauración, ocio y servicios, transportes e infraestructura son un fiel reflejo de lo que supone tener en la ciudad un centro de negocios con actividad ferial y congresual. En total, en 2008 se estima en más de 119 millones de euros la renta inducida en Málaga como consecuencia del gasto de los congresistas y del impacto del volumen de negocio ferial.

El gasto que de media realiza un congresista en una ciudad varía en función de su tamaño, según el último informe estadístico sobre el turismo de reuniones, relativo a 2007. Así, para una ciudad como Málaga, la media sería de 451,18 euros/día. El resultado, considerando el número de congresistas que se han reunido en el Palacio en 2008, es de 50,76 millones euros entre alojamiento, compras, ocio, restauración y transporte, principalmente.

La llegada del AVE, a finales de 2007 ¿Ha supuesto algún impulso especial para esta dinámica ferial?

El AVE es un elemento de potenciación para el turismo urbano en Málaga y, por tanto, ha servido también para reforzar la proyección de Málaga como ciudad ferial y congresual.

Habría que destacar que la actividad ferial y congresual repercute de manera indirecta también en la creación de empleo, como consecuencia de las múltiples empresas involucradas en la celebración de un evento. Así, se estima en 4.600 los puestos que se mantienen a lo largo de 2008 de empresas auxiliares y de servicios, según un estudio de KPMG para AFE (Asociación de Ferias Españolas) sobre la repercusión de la actividad ferial ★

“Las ciudades nacieron con el comercio, en las plazas, en las ágoras, eran los núcleos de relación humana, donde se daba el intercambio, las relaciones, y esto siempre fue así en nuestro modelo de ciudad mediterránea”