



Dinamizadores de áreas  
comerciales urbanas

# **PROGRAMA DE DINAMIZADORES DE ZONAS COMERCIALES ABIERTAS DE CANARIAS**

Servicio de Estudios y Planificación Económica



## **PROGRAMA DE DINAMIZADORES DE ZONAS COMERCIALES ABIERTAS DE CANARIAS**

Como medida complementaria al Programa Sectorial para la Potenciación de las Zonas Comerciales Abiertas de Canarias 2002-2008, y para el desarrollo de las mismas, la Dirección General de Comercio ha puesto en marcha este programa que consta de dos áreas de actuación fundamentales: El apoyo a la formación de los dinamizadores y el fomento de la contratación de los mismos.

Creación de un “Gerente Centro Ciudad”, también denominados “Dinamizadores de Zonas Comerciales Abiertas”, cuyo principal objetivo será lograr la potenciación de todos los recursos y características propias del centro de la ciudad, en donde el elemento clave para lograr la correcta gestión es desarrollar y mantener una asociación entre el Sector Público y Privado.

La dirección comercial del comercio urbano ha de confirmarse como un instrumento que permita convertir el tejido comercial de los actuales centros urbanos tradicionales en centros comerciales abiertos a modo de auténticos shopping center capaces de competir con el moderno y atractivo comercio periurbano.

Así pues, la figura de los Dinamizadores o Gerentes de Centros Urbanos ha de configurarse como un factor clave para la optimización y mejora de los resultados de las ciudades. Para ello, estas futuras gerencias han de marcarse tres objetivos básicos:

- a) La adaptación tanto colectiva como individual de la estructura comercial urbana a las necesidades de la demanda previsional.
- b) La dinamización y promoción continua de los centros urbanos como una única unidad de explotación comercial.
- c) La racionalización y potenciación de la prestación de servicios conjuntos dirigidos a los consumidores, introduciendo instrumentos de fidelización conjunta.

### **A) FORMACIÓN**

El objetivo principal de este programa es el de capacitar, por primera vez, a un nuevo perfil directivo para que planifique, gestione y dinamice los centros urbanos de las ciudades como si de verdaderos centros comerciales abiertos se trataran. La finalidad perseguida es la de facultar al futuro directivo para la gestión de la diversidad, de la interdependencia y del cambio estructural necesario, propias del entramado urbano.



En este sentido, el **PROGRAMA DE FORMACIÓN** que se propone persigue los siguientes objetivos generales:

- Adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para planificar, dinamizar y evaluar el potencial del centro urbano en un contexto interurbano cada vez más competitivo.
- Conocer las estructuras, el funcionamiento y las dinámicas de las instituciones públicas y entidades privadas así como los intereses que cada una de ellas tiene respecto al centro urbano de la ciudad.
- Adquirir las habilidades necesarias para relacionarse con la heterogeneidad de agentes y trabajar en un contexto institucional de difícil coordinación.
- Conocer las técnicas de acercamiento y dirección para planificar estratégicamente el desarrollo, promoción y comercialización de los centros urbanos.
- Conocer experiencias y prácticas gerenciales de dinamización y mejora de la calidad en centros urbanos desarrolladas tanto a nivel nacional como internacional.

#### Objetivos específicos:

- Aproximar a los futuros gerentes a la realidad social y económica de los centros urbanos de las ciudades del nuevo siglo XXI a partir de la aproximación a los agentes y a las dinámicas que en ellos acontecen.
- Potenciar las principales habilidades de negociación necesarias para ejercer, de forma eficaz y eficiente, la interlocución e interrelacionarse con los diversos agentes implicados.
- Conocer los principales elementos a considerar en la dirección de organizaciones, departamentos, personas...analizando el valor de diferentes aspectos para la consolidación y optimización de la gerencia de centros urbanos.
- Promover el estudio y la definición de las estrategias que favorezcan la modernización y adaptación de las Pymes de comercio integradas en su área.
- Diseñar planes de comunicación interna y externa que potencien la participación e implicación de los objetivos generales y específicos del área urbana a la que pertenezcan.
- Contribuir a la adaptación individual de la oferta comercial existente a las necesidades de la demanda, informándola, orientándola y asistiéndola técnicamente.
- Diseñar y ejecutar las estrategias para la ejecución de proyectos y acciones que contribuyan a la promoción, publicitación y gestión conjunta de las Pymes comerciales.
- Apostar por la nueva planificación sectorial y estratégica que permita afrontar, de una manera más coparticipada, una realidad urbana cada vez más compleja y heterogénea.
- Capacitar al gerente para que influya en cualquier decisión que afecte a la accesibilidad, la movilidad y el transporte.
- Conocer los requerimientos técnicos de los Sistemas de Información Geográfica, así como ofrecer una recopilación teórica y práctica encaminada al conocimiento y uso de estas aplicaciones.
- Realizar el seguimiento y supervisión de las diferentes actividades desarrolladas.



- Estudiar las oportunidades y gestionar la obtención de ayudas comunitarias con cargo a los fondos estructurales para la realización de actuaciones de modernización de las Pymes de comercio.
- Gestionar y administrar los recursos económicos y humanos, que se generen en función del plan estratégico de la zona urbana.
- Asesorar e informar a la organización empresarial de referencia y reportar con carácter continuado al Coordinador de dinamizadores.
- Capacitar al futuro directivo en el campo de la planificación urbanístico-comercial de territorios y ciudades, con el objetivo de conocer los diferentes instrumentos normativos de ordenación urbana-comercial que habrán de desarrollarse.
- Mejorar la capacidad de atracción y captación a partir de políticas activas que motiven y estimulen al consumidor-ciudadano.
- Desarrollar una gestión comercial eficiente a través de la comunicación comercial y el marketing promocional para dinamizar comercialmente el centro urbano como si de un centro comercial abierto se tratase.
- Facilitar una serie de planteamientos y recursos que permitan mejorar las políticas de calidad del espacio público urbano.
- Realizar las estrategias demandadas considerando todos los elementos de vialidad existentes previstos y sus interrelaciones.

La Dirección General de Comercio viene coordinando y apoyando la realización cursos de formación de dinamizadores para zonas comerciales abiertas con carácter regional instrumentando los mismos a través de una subvención específica a la Federación Empresarial más representativa.

La financiación es del 100 % del Gobierno de Canarias, con excepción de la infraestructura física necesaria para el desarrollo de los cursos. Se financian los gastos de desplazamiento (clase turista) y dietas (Moduladas) de los alumnos precedentes de Islas diferentes al lugar donde se desarrolla el curso.

El planteamiento es que exista un sólo Formato de Curso a nivel regional que se vaya desarrollando por el territorio insular con la participación activa de las organizaciones empresariales interesadas y de los Cabildos Insulares. Se ha desarrollado uno en Santa Cruz de Tenerife y otro en Las Palmas de Gran Canaria.

La selección de candidatos/as al Curso de formación se realiza teniendo en cuenta las necesidades de las zonas comerciales abiertas en funcionamiento y las que están en vías de constitución.

## **B) CONTRATACIÓN**

Al mismo tiempo se trata de apoyar la contratación de dinamizadores de zonas comerciales abiertas, ya formados, a efectos de promover, potenciar y desarrollar los centros tradicionales de compra, adaptándolos a los posibles cambios sociales y estructurales de su entorno, definiendo la participación de las diferentes instituciones implicados en el desarrollo



de la zona (Gobierno de Canarias, Cabildo Insular, Ayuntamiento e Asociación/es Empresarial/es interesada/s en tal contratación.