



**AGECEU** Asociación Española para la  
Gerencia de los Centros Urbanos

# DECLARACIÓN AGECEU 2024

## MIRANDO AL FUTURO DE LAS CENTRALIDADES URBANAS

Por un enfoque de la gestión profesional de las centralidades urbanas, desde la cooperación público-privada, que sea innovadora, integral y basada en las personas, en la sostenibilidad y en la reinención de la funcionalidad.

**MADRID, 10 DE MAYO 2024**

**Documento aprobado en la Asamblea General de La Asociación Española para la Gestión de los Centros Urbanos (AGECU), celebrada en el Palacio de Santoña, en Madrid, el 10 de mayo de 2024.**

*Este documento es un resumen ejecutivo del Manifiesto “Una mirada al futuro de las centralidades urbanas”, también tomado en consideración en esta Asamblea.*

# MOTIVACIÓN DE ESTA DECLARACIÓN

Este documento es una **declaración pública de las ideas clave y de la visión de los profesionales de la Asociación Española para la Gerencia de los Centros Urbanos (AGECEU)** para la transformación de las centralidades urbanas en **lugares vibrantes, humanos, sostenibles, conectados y singulares**, en la confianza de que sigan siendo tan necesarias como irremplazables en el futuro de nuestras ciudades.

Es una síntesis de conclusiones y propuestas a las que hemos llegado tras un **proceso de reflexión participativo** realizado en colaboración con expertos y profesionales comprometidos con la gestión de las centralidades urbanas.

Pretendemos seguir con un **debate abierto, honesto y crítico**, y generar adhesiones y complicidades que permitan **avanzar en un modelo de gobernanza público-privada de las centralidades urbanas**.

Nuestro convencimiento es que el avance sólo será posible si se impulsa la gestión profesional colaborativa de estos lugares, acompañando los procesos de transformación de la economía, la sociedad y de las empresas, sin nostalgia ni autocomplacencia.

Creemos y trabajamos por la **puesta en valor y la revitalización, social y económica, de los lugares de centralidad urbana** en las ciudades, pequeñas, medianas y grandes. Esta tarea nos incumbe a todos: ciudadanía, empresariado, profesionales, agentes públicos y organizaciones e instituciones.

Hacemos un llamamiento a **resignificar estos lugares centrales** como espacios de socialización, intercambio, comercio, vida, ocio, cultura e identidad. Su atractivo debe basarse en el **equilibrio e integración de los negocios en un entorno urbano de calidad, amable, conectado y singular en cada ciudad**.

Para seguir avanzando en el diagnóstico, el debate y las soluciones a muchos de los problemas de las centralidades urbanas, así como en las propuestas para el aprovechamiento de las oportunidades, invitamos a otros agentes a **sumarse a esta reflexión y esta iniciativa**.

Hacemos una **convocatoria a los profesionales y agentes que se sientan concernidos en esta tarea para formar parte de una red profesional amplia, sólida, diversa y abierta**, que en cooperación trabaje por el futuro de las centralidades urbanas.

## 1 ■ DEBEMOS REPENSAR LA CENTRALIDAD URBANA Y TRABAJAR PROFESIONALMENTE POR SU FUTURO, SIN NOSTALGIA NI AUTOCOMPLACENCIA

En un escenario económico, social, tecnológico, cultural y empresarial en profunda transformación, las centralidades urbanas seguirán siendo, también en el futuro, **lugares vibrantes por su actividad económica diversa, compacta y cambiante**, si trabajamos profesionalmente y de forma colaborativa para este objetivo.

Las centralidades urbanas serán cada vez más **“lugar de lugares” y “destino multipropósito”** donde la oferta de negocios se organizará en ejes, zonas o áreas que, a través de sus calles, plazas y espacios públicos, conformarán **zonas urbanas densas, necesariamente bien conectadas, con un paisaje urbano diferenciado**. Resignificar o mejorar el posicionamiento de estos lugares, con la consiguiente percepción positiva de ellos, es un trabajo profesional que necesita de la colaboración público-privada.

Los espacios de centralidad urbana serán notorios y de calidad si se gestionan desde la multifuncionalidad; y serán viables si tienen un **tamaño suficiente, concentración y densidad económica, infraestructuras que faciliten la movilidad y accesibilidad**, acordes con su alcance territorial.

## 2 ■ LA MUTACIÓN DE LAS ECONOMÍAS URBANAS ES TAMBIÉN UNA OPORTUNIDAD PARA NUEVOS ATRACTIVOS EN LAS CENTRALIDADES URBANAS, PERO HAY QUE GESTIONAR ESE CAMBIO.

Constatamos que **el comercio físico cede espacio a otras actividades de servicios** más alineadas con los comportamientos y preferencias de los ciudadanos. **Esa mutación del tejido económico debe ser una oportunidad**, no una amenaza, y debe ser gestionada estratégicamente para que el atractivo de estos lugares siga siendo en el futuro tan relevante y singular como lo es, al menos, actualmente.

La gestión profesional de estos espacios tendrá que ir dirigida a **acompañar los procesos de transformación de las economías urbanas**, de las empresas y de la sociedad. Hay que abordar el desafío de **atraer nuevos negocios**, complementarios y competitivos, y nuevos públicos usuarios de su oferta comercial y de servicios.

La competitividad de la oferta de los negocios en las centralidades urbanas sólo puede mantenerse y resultar atractiva **si incorpora nuevas propuestas de valor**, en el comercio y los servicios, con **nuevas actividades experienciales** alineadas con los hábitos y preferencias de los usuarios, que conecten con la omnicanalidad de las empresas y la imparable digitalización de los ciudadanos y de los negocios.

La **mezcla de los negocios globales y locales** marcarán la dinámica urbana de las diversas zonas. Asistimos a una nueva dinámica de relocalizaciones de negocios, de **integración de lo virtual y lo físico** en los puntos de venta, de hibridación de formatos, de negocios globales que puede evolucionar hacia lo “glocal”.

Hay que poner en valor las centralidades urbanas para que sean los **lugares-nicho**, por excelencia **para los negocios unilocalizados, singulares y de autor**, liderados por nuevas generaciones de emprendedores que se implantan en zonas tradicionales o emergentes. Estos negocios de las centralidades urbanas son un factor clave de su diferenciación como lugares únicos.

### **3 ES NECESARIA UNA ALIANZA CON LA CIUDADANÍA PARA FORTALECER LOS ESPACIOS CENTRALES COMO LUGARES DE SOCIALIZACIÓN ABIERTOS, TOLERANTES Y DIVERSOS.**

El comercio, en las centralidades urbanas, ha demostrado ser un buen **espacio de socialización y cohesión social**, además de un referente de la **vitalidad urbana**. Esa función de socialización estimula la **convivencia intergeneracional** y puede dar una mejor respuesta a una ciudadanía cada vez más empoderada y comprometida con un **consumo más responsable y consciente**.

La **cultura y el turismo** concurren en las centralidades urbanas reforzando esos lugares como espacios de socialización, de diversidad, aprendizaje y libertad individual.

Las centralidades urbanas son los lugares por excelencia del **emprendimiento local**. Su reto es incorporar a los nuevos emprendedores como renovadores de su oferta, además de atraer el capital humano y el talento que contribuyan a rejuvenecer los negocios y facilitar el relevo generacional.

El reto principal de los negocios en las centralidades urbanas es preservar su **singularidad y exclusividad**, su compromiso con los jóvenes y con los nuevos estilos de vida de los consumidores.

## 4 SE DEBE GARANTIZAR LA MOVILIDAD DESDE LA SOSTENIBILIDAD Y SIN GENERAR DESIGUALDADES.

**La accesibilidad a las centralidades urbanas debe estar protegida y garantizada**, planificada integralmente para superar la estrecha visión de la gestión del tráfico y el aparcamiento de vehículos.

La movilidad es condición necesaria en una buena política de habitabilidad, vivienda y densificación de una centralidad urbana. Los residentes no pueden ser discriminados por residir allí, al igual que los ciudadanos que eligen esa centralidad como destino de sus compras tampoco pueden serlo. **La movilidad, concebida como un nuevo derecho, debe gestionarse con equidad** sin que las centralidades urbanas sean discriminadas por sus funciones singulares e irremplazables.

Una centralidad urbana, de carácter comercial y de servicios, necesita de un enfoque de la movilidad que sea **singular, inteligente, flexible y adecuado a su entorno territorial, a su ámbito de influencia y a su contexto social y económico**. Esta es una condición necesaria para mantener su atractivo y funcionalidad.

**Las centralidades urbanas son un buen ejemplo de las llamadas ciudades o territorios de los quince minutos**. Este modelo redistribuye las oportunidades económicas y la movilidad asociada a ellas. En cada ciudad **pueden convivir diferentes centralidades urbanas** y cada una de ellas puede funcionar como un área urbana de proximidad.

Necesitamos **más y mejores infraestructuras de transporte público**, con medidas de fomento e incentivo al uso de los medios, y mejores interconexiones entre las diferentes modalidades de transporte, personales y colectivas.

Del mismo modo que se limita o desincentiva el uso de vehículos privados en su acceso a las centralidades urbanas consolidadas, **debería desincentivarse, equitativamente, la movilidad, no sostenible, en los espacios periurbanos que compiten como nuevas centralidades**.

## 5 SE REQUIERE UN NUEVO URBANISMO QUE CUIDE LA MULTIFUNCIONALIDAD, QUE SEA FLEXIBLE.

El urbanismo en la centralidad urbana, donde la ciudad está consolidada, necesita **abordarse de forma integral** y teniendo en cuenta la interdependencia de las funciones, áreas y flujos.

El llamado “**urbanismo comercial**” ha dado excelentes resultados en la mejora de la calidad de los espacios de las centralidades urbanas. Su reivindicación desde los colectivos de empresarios y comerciantes debe seguir, aunque **abordando los nuevos retos urbanos, los cambios sociales, la habitabilidad, la sostenibilidad, el diseño urbano y la renaturalización de los espacios públicos.**

La integración de las actividades económicas, comercio y servicios, conformando un “**paisaje comercial**” **armónico, amigable, confortable, respetuoso con la edificación y los valores culturales** es un valor único de las centralidades urbanas.

La ordenación y la **planificación urbana debe ser más ágil, flexible y adaptada** a los cambios sociales y económicos. El diseño de los entornos urbanos donde hay concentración de negocios y servicios comerciales necesita de enfoques específicos, singulares, partiendo siempre de la **preeminencia en la movilidad del peatón** e incorporando los **retos del cambio climático y del urbanismo regenerativo.**

## 6 SON NECESARIOS NUEVOS MODELOS E INSTRUMENTOS PARA LA GOBERNANZA DE LAS CENTRALIDADES URBANAS

Necesitamos de nuevos modelos de gestión de las centralidades urbanas, **innovadores, ágiles, flexibles, escalables, profesionales, comprometidos con lo común**, que faciliten la ejecución de proyectos, y que creen el marco de la cooperación entre administraciones, empresas y organizaciones, involucrando también a la ciudadanía.

Modelos ya desarrollados en otros países como los **Business Improvement Districts** (BIDs) o los ya iniciados en algunas comunidades autónomas españolas, como **los APEU o los APIE**, suponen un avance y una oportunidad para experimentar una nueva forma de articular la colaboración público-privada.

Sigue siendo necesaria una **regulación estatal básica, habilitante, de impulso y facilitación de estos nuevos modelos** que proporcione seguridad jurídica, transparencia y base democrática, así como suficiencia financiera.

## **7 DEBEMOS APOSTAR POR UNA RED PROFESIONAL DE LAS CENTRALIDADES URBANAS Y UN COMPROMISO PÚBLICO.**

Dentro de cada ciudad, dependiendo de su tamaño y área de influencia, pueden desarrollarse diversas centralidades urbanas. **No se trata de un fenómeno exclusivo de las grandes ciudades**, cualquier ciudad, si su contexto demográfico y territorial lo permite, puede desarrollar su función de centralidad urbana (económica, comercial y de servicios) si los ciudadanos la respaldan como usuarios de sus funciones y se desarrolla una oferta de negocios y servicios que resulte atractiva.

La **convivencia y complementariedad entre proximidad y centralidad** es un reto urbano de primer orden y debería generar un renovado enfoque de la gestión urbana, de la movilidad, del urbanismo, sin menoscabo de los atractivos y funciones jerárquicas de cada función urbana.

Es necesario un **compromiso público, sostenido y continuado**, de las administraciones locales y autonómicas, apoyando la **profesionalización de los modelos de gestión** de las centralidades urbanas, superando el déficit crónico de financiación en **proyectos transformadores** que deben ser liderados por la iniciativa privada colaborativa, pero sirviendo al interés general.