



**II CONGRESO REGIONAL DE ASOCIACIONES
DE COMERCIO Y GERENTES DE ZONAS
COMERCIALES ABIERTAS DE CANARIAS**
LA PALMA | 29 y 30 de Noviembre 2007|



**Gobierno
de Canarias**

Consejería de Empleo,
Industria y Comercio
Dirección General de Comercio

BLOQUE IV. Accesibilidad y movilidad



BLOQUE IV | Ponencia

Estrategias de coordinación supramunicipal y metropolitanas. Dinamización del comercio local

Sr. Miguel Rivas Casado

Socio Director de Grupo TASO

BLOQUE IV

Mesa de Trabajo

Sr. Antonio Corona

Especialista en Urbanismo Comercial

Sra. Lola Monzón

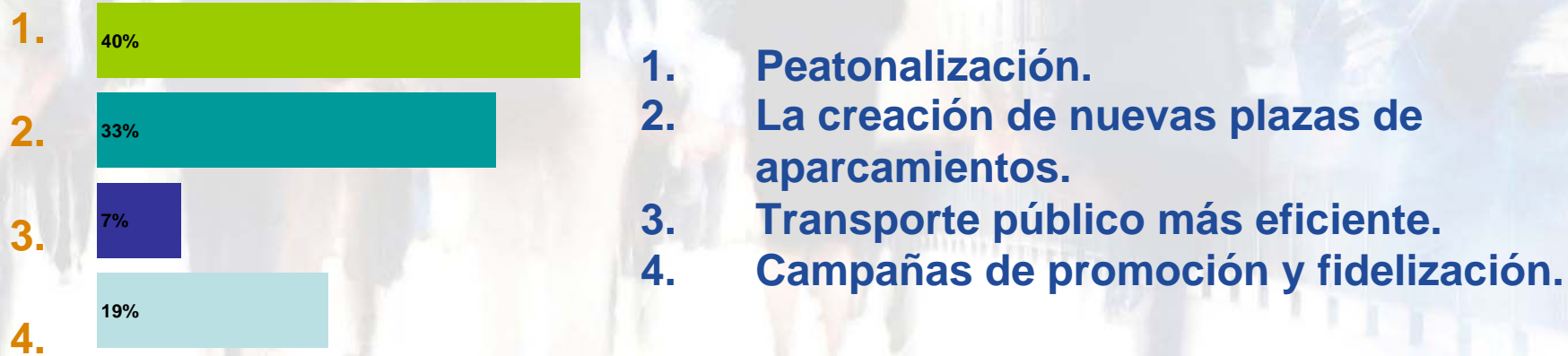
Presidenta AZCAGRAN

Sr. Victor Nuñez

Presidente ALAPYME

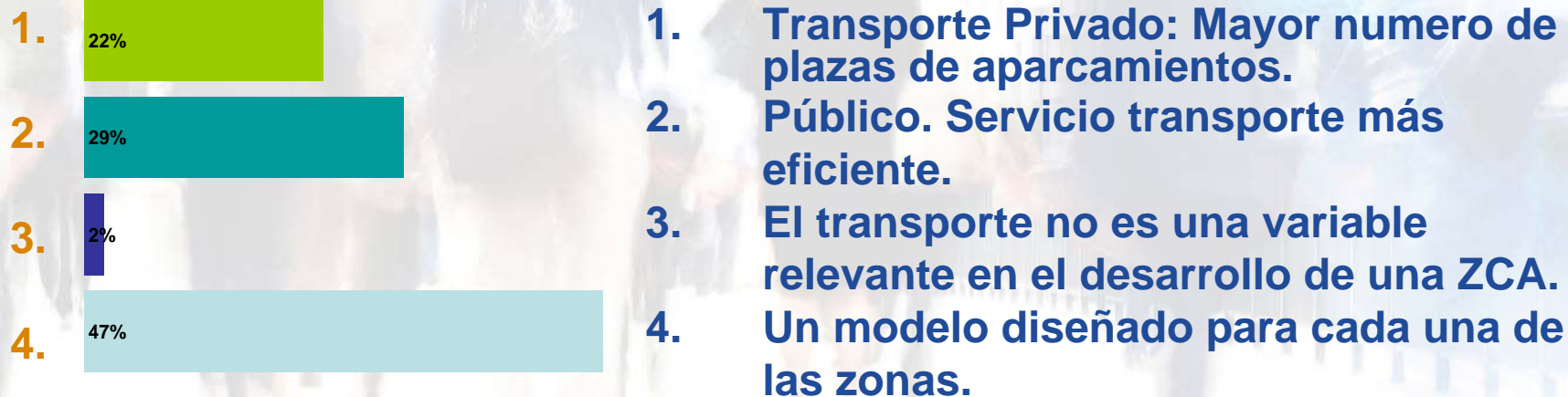


Qué tipo de actuaciones incrementan la atracción de visitantes de las Zonas Comerciales Abiertas





En su opinión, ¿qué modelo de transporte produce un mayor desarrollo de las zonas comerciales?





¿Sobre el comercio inciden una diversidad de políticas públicas: gestión urbanística, movilidad, promoción turística, seguridad...etc. ¿Qué nivel de coordinación existe en estos momentos en esas políticas de manera que sean beneficiosas para el comercio?

1. 35%

2. 59%

3. 4%

4. 2%

1. No existe coordinación.
2. El nivel de coordinación es bajo.
3. Existe un nivel aceptable de coordinación.
4. Existe una gran coordinación.



¿Qué mecanismos son más adecuados para que las políticas públicas confluyan de forma sinérgica y más beneficiosa sobre el comercio?

1. 0%
2. 0%
3. 0%
4. 0%

1. **Mecanismos basados en la intervención exclusiva de la administración.**
2. **Mecanismos basados en la consulta de grupos de expertos.**
3. **Mecanismos basados en la consulta de los comerciantes.**
4. **Mecanismos mixtos basados en los anteriores**



¿Cuál debe ser el ámbito de actuación de las campañas de promoción de las zonas comerciales abiertas?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

4%

72%

8%

12%

4%

1. Muy localizado (Calles específicas).
2. Zonal (Zona comercial abierta).
3. Municipal.
4. Insular.
5. Autonómico.