



Ayuntamiento
de Vitoria-Gasteiz
Vitoria-Gasteizko
Udala

Mesa de Comercio y Hostelería de Vitoria-Gasteiz

Conclusiones





Dentro del marco del Plan Estratégico de Comercio y Hostelería 23-26, se convoca la Mesa de Comercio y Hostelería correspondiente al segundo semestre de 2024.

El objeto de la Mesa es hacer balance de las actuaciones llevadas a cabo a lo largo de 2024, así como identificar las prioridades del sector para 2025, tratando de avanzar en los aspectos de colaboración y coordinación interinstitucional.

Para ello, son 4 los puntos que se abordaron en la Mesa, de los cuales recogemos las principales conclusiones en este documento.

1. PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO Y HOSTELERÍA. Exposición de avances municipales.
2. COMISIÓN DE LOCALES DISPONIBLES. Principales conclusiones y reflexiones.
3. REFLEXIÓN RETOS SECTORIALES. Dinámica participativa
4. PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN 2025 de las entidades. Puesta en común.

1. PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO Y HOSTELERÍA. EXPOSICIÓN DE AVANCES MUNICIPALES

A lo largo de 2024, desde el Departamento de Promoción económica, Empleo, Comercio y Turismo, se ha trabajado en el desarrollo de las cuatro líneas recogidas en el PECH 23-26.

LINEA 1. RACIONALIDAD EN LA ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN PÚBLICO PRIVADA: Avances en

- **Mesa de Comercio y Hostelería:** Se ha implantado un nuevo modelo de funcionamiento de la Mesa orientado a favorecer la participación, fortalecer las relaciones de colaboración y coordinación de las entidades participantes
- **Comisiones de trabajo.** Realización de la Comisión de locales disponibles también bajo un nuevo modelo de funcionamiento. *(Ver conclusiones en el punto 2)*
- **Observatorio de comercio.** Informe de Coyuntura del Comercio y Hostelería del 1er semestre.

LINEA 2. VITORIA – GASTEIZ CIUDAD COMERCIAL: Avances en

- **Campaña de promoción del comercio y el consumo local.** Con el fin de fomentar la elección de compra en los comercios de la ciudad frente a otras formas de consumo menos cercanas, sostenibles y amables, se ha dado continuidad pero dotándola de una mayor dimensión y contenido a la campaña **“Haz clic y compra aquí”**

Contenidos de la Campaña: comunicación + dinamización: fiesta del comercio local, compras encadenadas, 1ª cata comercio local,...
- **“Haz Clic y busca aquí”:** Campaña de comunicación para promover entre los ciudadanos y visitantes el conocimiento del comercio de la ciudad. Se trata de establecer sinergias entre campañas bajo un mismo “paraguas de imagen”
- **Dendaz Denda** Este año con el Programa “150 gramos”, festival en el que el público asistente a los establecimientos participantes, disfrutaban con piezas cortas de artes escénicas: teatro, danza, performances, ...



LINEA 3. ACTUACIONES FUNCIONALES DE URBANISMO COMERCIAL PARA FACILITAR EL CONSUMO

- **Dinamización de locales comerciales inactivos.** Diagnostico + censo + puesta en marcha del Plan de dinamización de locales
- **Ayudas a la dinamización de locales comerciales inactivos.** Recién finalizado el plazo de solicitudes.
 - Solicitudes presentadas: 37
 - Solicitudes aceptadas: 23
 - Presupuesto dispuesto: 98.818,18 €
- **Pickgeo**, herramienta para la optimización en la ubicación de negocios. Presentación el 28 de diciembre
- **Servicio de asesoramiento gratuito en ubicación de negocios.** En marcha a partir de enero de 2025
- **Colaboración con Urbanismo y coordinación para Obras de Teatro Principal**, María Sarmiento,..


LINEA 4. CONSOLIDACIÓN Y MEJORA DE LA ESTRUCTURA COMERCIAL Y HOSTELERA: Emprendimiento + Competitividad

- **Análisis y puesta en marcha de un semillero** dirigido al sector comercio. Empezamos con 2 locales en c/Correría.
- **Relevo generacional.** Proceso incipiente, para sentar las bases de la actuación en 2025.
- **Urban Commerce.** Realizado en octubre con éxito de público y valoración
- **Think Tank** en torno al emprendimiento y la gestión de la edad, en proceso de licitación y puesta en marcha
- **Mapa interactivo de establecimientos comerciales.** Actualmente con campaña de comunicación (más de 1.400 negocios) + videos
- **Ayudas económicas a la implantación y modernización.**
- **Ayudas económicas a la transformación digital**

2. COMISIÓN DE LOCALES DISPONIBLES. Principales conclusiones y reflexiones.

2.1 Finalidad: Identificar posibles líneas de intervención para la activación de locales disponibles en los principales ejes comerciales de Vitoria Gasteiz, promoviendo la actuación conjunta de los diferentes agentes sectoriales, cada uno dentro de su ámbito.

2.2. Desarrollo: Dos sesiones



1ª Sesión: Conocimiento de la situación e identificación de aspectos sobre los que trabajar de forma conjunta

2ª Sesión: Identificar posibles líneas de intervención para la activación de locales vacíos, a partir de cuatro ámbitos de trabajo identificados:

- Evitar la degradación de la fachada comercial
- Movilización de locales disponibles/continuidad de actividad
- Movilización de espacios sin uso/ejes comerciales en retroceso
- Movilización de proyectos (individuales/colectivos)

2.3 Principales conclusiones:

- Necesidad de limitar el “campo de actuación”
- Complejidad de la situación
- Necesidad de intervenciones diversas que actúen de forma coordinada y con visión integral para abordar esa complejidad.
- Necesidad de intervenciones “particularizadas”
- La activación de locales disponibles está “íntimamente” ligada al



emprendimiento/crecimiento/diversificación/transmisión

2.4 Reflexiones y actuaciones sobre los ámbitos de trabajo:

Evitar la degradación de la fachada comercial

- Locales vacíos con aspecto de abandono y suciedad
- Persianas y escaparates con pintadas, mala imagen
-

- * Medidas **necesarias pero no suficientes** en sí mismas
- * **Adaptadas** a la realidad y situación de cada eje/zona comercial
- * **Seguimiento y mantenimiento en el tiempo**
- *

Movilización de locales, espacios/ejes comerciales; continuidad de actividad

- Movilizar a los propietarios
- Alquileres más asequibles
- Potenciar las transmisiones
- Implantación de nuevas actividades (emprendimiento)

- * **Nuevas ayudas municipales al alquiler:**
- .
- * **PICKGEO:**

Movilización de proyectos

- ¿Cómo llegar a los emprendedores?
- ¿Otros proyectos?

- * **Proyectos que integren** las diferentes perspectivas: emprendimiento-crecimiento/Personas propietarias
- * **Impulsar/Facilitar la bajada de actividades** ubicada en pisos a bajos comerciales
- * **Adaptados a la realidad de cada eje/zona/espacio**



3. REFLEXIÓN RETOS SECTORIALES: Dinámica participativa.

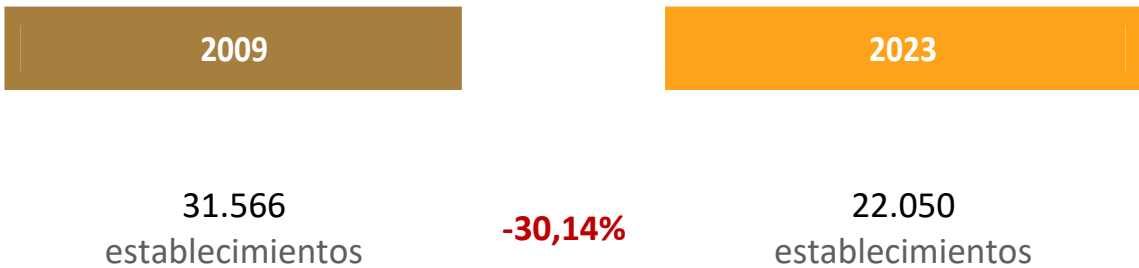
Finalidad: Identificar aquellas líneas de trabajo prioritarias para el sector de comercio y hostelería de Vitoria – Gasteiz de cara al próximo ejercicio.

Ambitos de trabajo propuestos en relación al dato de partida: Emprendimiento y Gestión de la edad.

Mecanismo de participación: Mentimeter

Datos de partida:

Evolución del parque comercial minorista en Euskadi 2009 – 2023*

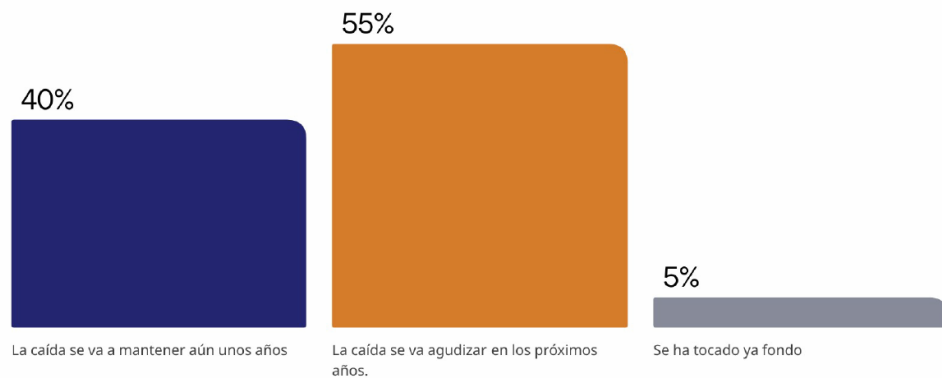


*Comercio minorista salvo los de automoción

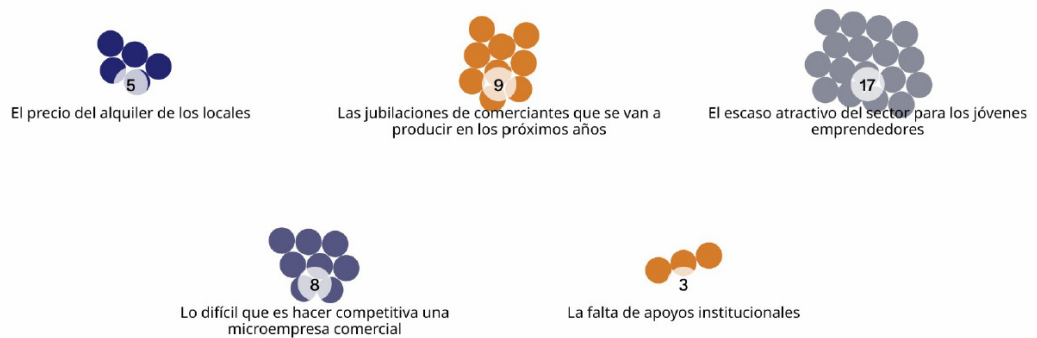
Resultados del proceso participativo:

A.- Evolución prevista de la situación:

Considerando la evolución a la baja en el número de comercios de Vitoria-Gasteiz en el último decenio, ¿Cómo crees que va a evolucionar en el futuro?



¿Cuáles de los siguientes aspectos inciden más en la negativa evolución de la fachada comercial? Señala las dos más importantes.



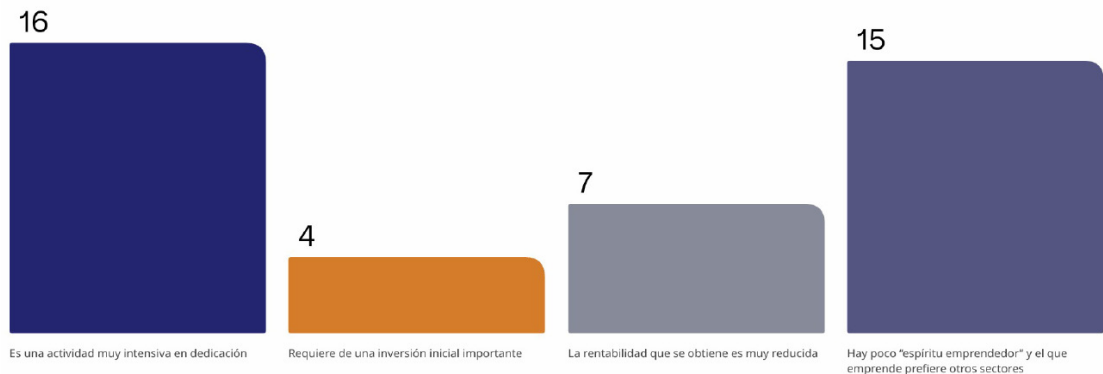
• Conclusiones sobre la situación del sector comercial

- El número de establecimientos va a seguir a la baja en los próximos años
- Los principales aspectos que inciden en esta tendencia son:
 - El escaso atractivo del sector para los jóvenes emprendedores.
 - El sector de hostelería señala en cambio que ya se han abordado medidas y ahora el sector es atractivo y rentable
 - Las próximas jubilaciones en un sector con una edad media de 52 años

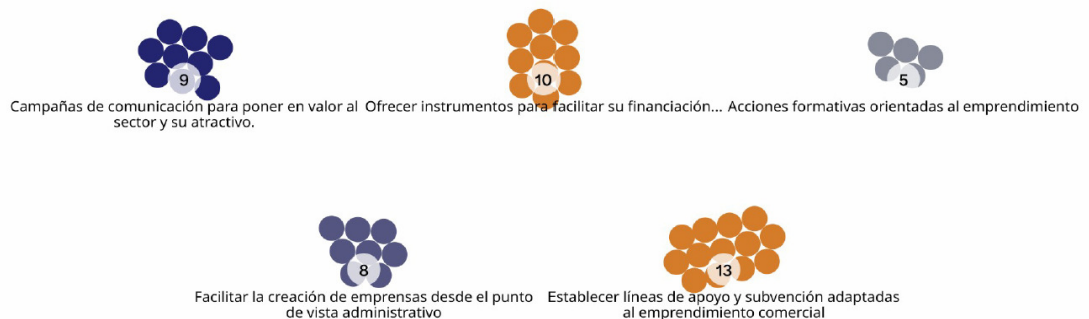
- Las dificultades para hacer competitiva a una microempresa

B.- Medidas para atajar el retroceso de la fachada comercial: Emprendimiento y Gestión de la Edad.

¿Por qué consideras que el emprendimiento en el sector es tan limitado y poco innovador? Señala las dos más importantes



¿Qué tipo de medidas consideras más efectivas? Señala las dos más importantes



- Conclusiones sobre los aspectos en los que trabajar**
 - Complejidad: Son múltiples los factores que inciden sobre el retroceso de la fachada comercial. No sirve una única medida.
 - Las limitaciones al emprendimiento y el relevo comercial son el tipo de actividad, muy intensiva en dedicación y el escaso espíritu emprendedor. El que emprende prefiere hacerlo en otro sector.
 - Principales medidas para potenciar el emprendimiento:
 - Apoyo a la inversión y la financiación de los proyectos de emprendimiento.
 - Campañas de comunicación para poner en valor el sector y visibilizar sus atractivos.
 - Facilitar los trámites administrativos para la creación de empresas.



4. PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN 2025 de las entidades. Puesta en común.

Finalidad: Promover la colaboración y coordinación interinstitucional

Ámbitos de trabajo señalados por las entidades participantes:

Este es un espacio de puesta en común que se abre por primera vez en la Mesa de Comercio y Hostelería, buscando encontrar ámbitos de colaboración y coordinación en favor de promover sinergias y un uso más eficiente de recursos, evitando posibles solapes.

También busca fomentar la alineación de las actuaciones de los diferentes agentes sectoriales para hacer frente a las necesidades y retos del comercio y la hostelería en la ciudad, dentro del Marco Estratégico.

Como espacio de novedad, dio lugar a intervenciones diversas en cuanto a contenido y grado de detalle ya que la situación de los diferentes agentes es también muy diversa, tanto en contenidos a trabajar, como en ritmos de planificación, teniendo en cuenta que se afronta el fin de año, momento de gran actividad para el sector.

Entre los ámbitos de trabajo a continuación se muestran algunos de los señalados:

- **Grandes empresas:**
 - Sostenibilidad: Inversiones para reducir las emisiones; producto local...
 - Ciberseguridad
 - Experiencia de cliente
 - Formación y sensibilización del cliente para que ponga en valor al comercio local.
 - Crecimiento
 - Captación de talento

- **Otras entidades:**

- Proyectos relacionados con los ODS: “Renove armario”...
- Relevo generacional: identificación de empresas cuyos responsables están próximos a la jubilación; adaptación de los programas orientados a la gestión del relevo,
- Sensibilización del cliente: Charlas en colegios destinadas a que desde pequeños aprendan a “consumir en local”
- Colaboración intersectorial . Asistencia a Ferias.
- Mapeo de locales inactivos en los barrios de Vitoria – Gasteiz.