



BARRIOS/PEQUEÑO COMERCIO

7.1/ Regeneración de los barrios.

- ✦ Integrar los barrios en la red turística de Vitoria-Gasteiz, siguiendo el modelo de Nueva York y Bilbao, al objeto de que los visitantes tengan una visión más amplia de la ciudad.
- ✦ **Gestionar y coordinar una mayor interlocución del ayuntamiento con las asociaciones vecinales. Periódicamente, habrían de realizarse reuniones en locales municipales (p.e. Centros Cívicos) en las que tod@s los vecin@s podrían asistir y proponer mejoras para su barrio (o para la ciudad, globalmente). Cada barrio tendría un representante, quien se reuniría con el resto de representantes de cada barrio, con el alcalde y los concejales de cada sector, para barajar la viabilidad de las propuestas y ponerlas en marcha.**
- ✦ Proyectar una política urbanística que promueva la integración cultural de sus barrios, evitando zonas guetificadas por conceptos de edad, cultura o clase social.
- ✦ Fortalecer los servicios sociales de los barrios.
- ✦ Dotar de un transporte colectivo eficaz y rápido que integre el barrio en la ciudad.
- ✦ Atender a todos los barrios por igual, evitando desigualdades entre los céntricos y los periféricos.
- ✦ Potenciar el desarrollo y la autogestión de l@s jóvenes del barrio. Cesión de locales para jóvenes.
- ✦ Ofertar lonjas vacías de los barrios para talleres y actividades de ocio y tiempo libre. Estas lonjas también podrían tener un uso comercial como semilleros de empresas para que los nuevos emprendedores y autónomos pudieran generar proyectos empresariales.
- ✦ Estudiar un plan de recuperación para el barrio de Errekaleor, analizando las demandas con los nuevos inquilinos y personas que aún permanecen en el barrio.
- ✦ **Recopilar las necesidades de los diferentes barrios, mediante la realización de reuniones periódicas entre los técnicos municipales responsables y las diferentes AA VV y plataformas ciudadanas que trabajen en este ámbito. Dicha información servirá para conformar, adecuadamente, el programa de obras anual, con la colaboración y acuerdo, inexcusable, de los agentes ciudadanos anteriormente citados y el propio Ayuntamiento.**

7.2/ Promoción del comercio local

- ✦ Apostar decididamente por el pequeño comercio urbano, fomentando el consumo en comercio local.

- ⊕ Visibilizar las consecuencias positivas de comprar en comercio local, buscando una mayor recaudación de impuestos, construcción de hospitales, mejora de infraestructuras, etc.
- ⊕ Concienciar a la ciudadanía en la generación de empleo local y en la necesaria supervivencia de los negocios autóctonos.
- ⊕ Fomentar el comercio de proximidad y de barrio, que comercialice productos artesanos producidos en nuestro Territorio o Comunidad.
- ⊕ Promover el acompañamiento municipal en el desarrollo tecnológico del pequeño comercio, aunando esfuerzos con el resto de instituciones que trabajan en esta línea y en su adaptación a nuevos modelos de negocio.
- ⊕ Potenciar los acuerdos con UPV y centros de formación de desarrollo para promover estudios sobre comercio.
- ⊕ **Diseñar un mapa comercial de la ciudad por áreas/barrios, en el que se indique tipología de comercio existente, perfil de consumidor y oferta comercial. Definir estrategias para su desarrollo de modo que se faciliten las labores de asesoramiento a las nuevas iniciativas y permita un mapa de ayudas según oferta y lugar de instalación.**
- ⊕ Comprometerse con la implementación y la temporalización del Plan Estratégico de Comercio y Hostelería que se está desarrollando.
- ⊕ Desarrollar una “ventanilla única” para la atención al pequeño comercio, favoreciendo la interlocución única y eficiente y fomentando la colaboración público-privada, el asociacionismo y su integración en las entidades ya existentes.
- ⊕ Concienciar al comerciante de la importancia que tiene la formación.
- ⊕ Potenciar las ayudas al pequeño comercio y a la contratación en dicho sector.
- ⊕ Desarrollar campañas institucionales con las asociaciones comerciales, al objeto de fomentar la atracción de clientes de localidades limítrofes.
- ⊕ Fomentar la vinculación de eventos de ciudad externos al comercio con dicha actividad (Triatlón, Festivales, Congresos, etc.).
- ⊕ Potenciar la oferta comercial como un eje más de atracción turística de la ciudad.
- ⊕ Poner en valor el comercio local singular, tratando de generar sinergias entre las diferentes actividades comerciales de la ciudad, como una línea de oferta de cara al turismo que la visita.

