

Euskadi, auzolana, bien común

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO



AMASA-VILLABONA
Villabonako Udala

MERKATARITZA INDARBERRITZEKO PLAN BEREZIA

-PERCO AMASA-VILLABONA-

PLAN ESPECIAL DE REVITALIZACIÓN
COMERCIAL

AURKEZPENA

2022ko Azaroa

Egilea:

 **Eikertalde**

0.- TESTUINGURU OROKORRA

Covid-19ak eragindako krisiak, herri-merkataritzak aldeztu aurretik bizi zuten **sakoneko transformazioa bizkortu** du.

- Trantsizio Digitala
- Ingurumen Trantsizioa
- Trantsizio Soziosanitarioa

Merkataritza ere derrigortuta dago garai eta gizarte berri honen beharrezanetara egokitzera, jatorrizko, **hornidura funtzio soila aldatu** da.

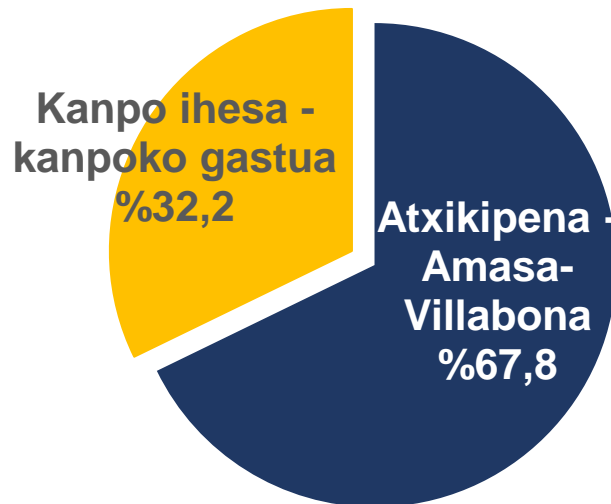
Kontsumitzaileak edozer eskuratzeko aukera zabalak ditu, saltoki eredu desberdinen eta bereziki, Interneten bidezko salmenten hedapen estandarizatua direla eta. Horrenbestez, **herri-merkataritzak bere lehiakortasun maila areagotzeko beharra** dauka.

1.- DIAGNOSIA: ESKARIA

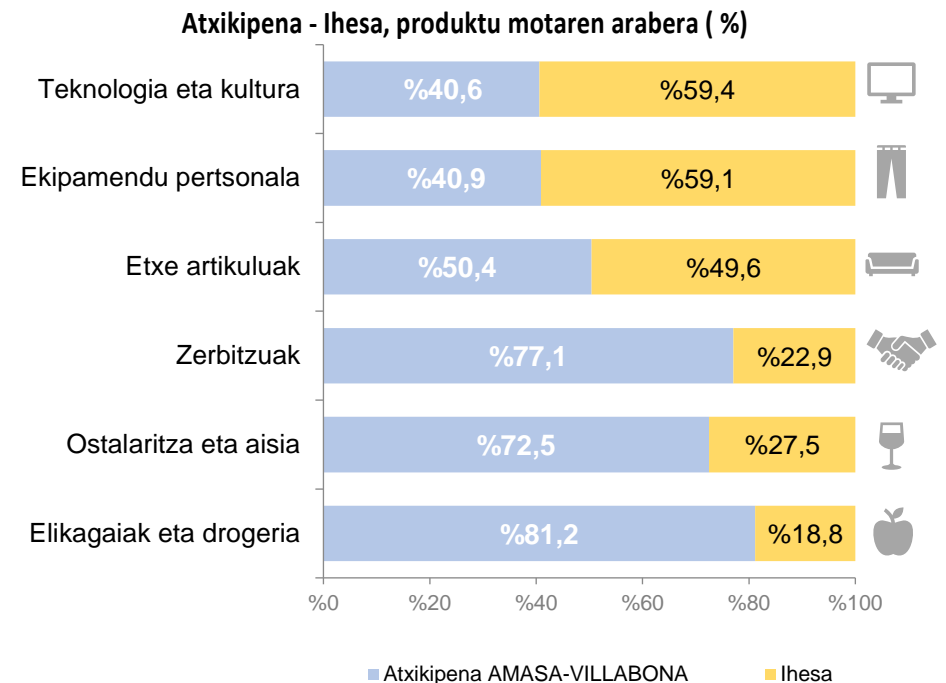
MERKATARITZA GASTU POTENTZIALA: **ihesa**

Zenbat gastuk egiten du ihesa? Zenbat geratzen da?

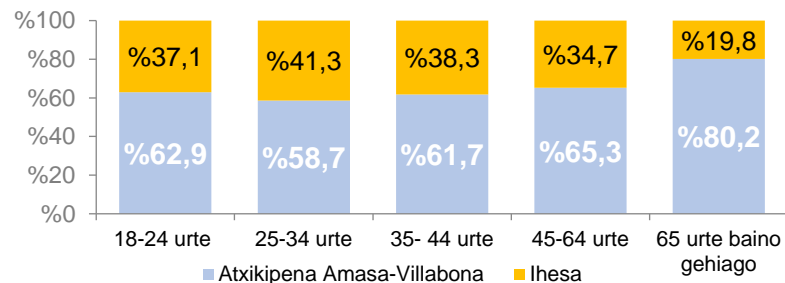
Hirugarren sektoreko gastuaren ihesa* (gastu potentzialaren gaineko % -a)



Nola jokatzen du merkataritza-gastuak jarduera-adarren arabera?

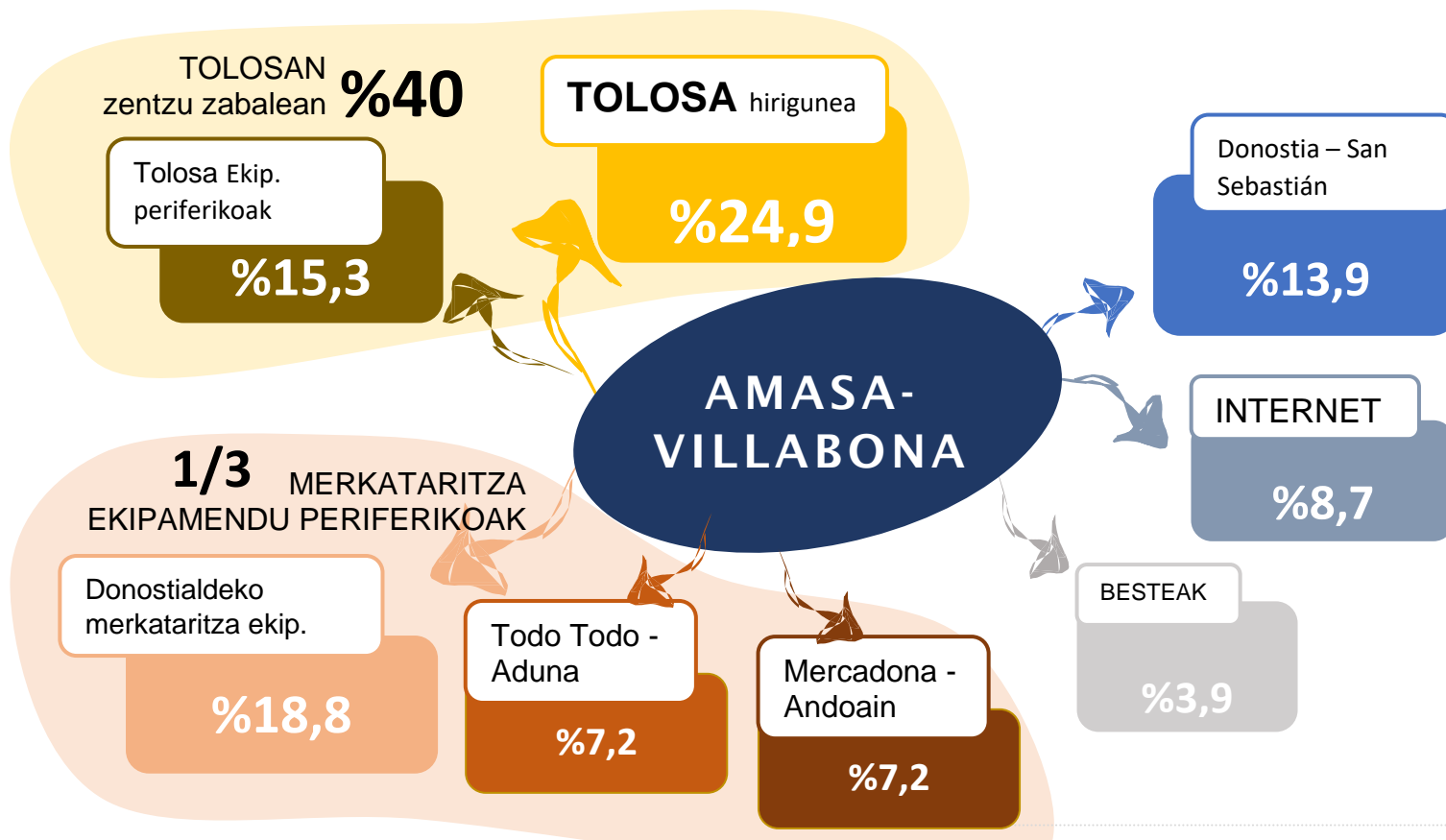


Adinaren eragina gastuaren portaeran



GASTUAREN IHESAREN HELMUGAK

Ihes egiteko norakoak: nora ihes egiten du Amasa-Villabona kanpo egiten den gastuak?

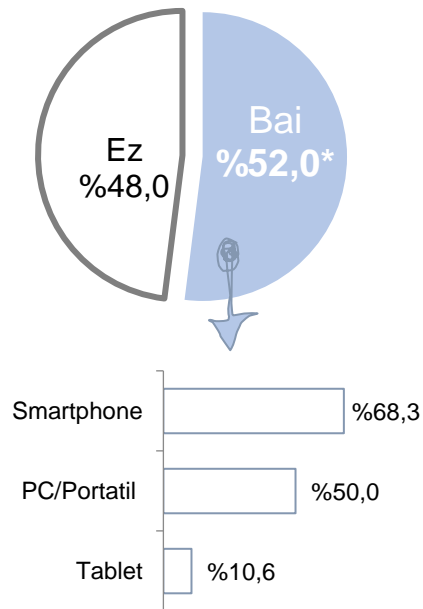


Iturria: Amasa-Villabonako familiei egindako inkesta

1.3.- INTERNET, GASTU-IHESAREN NORAKOA

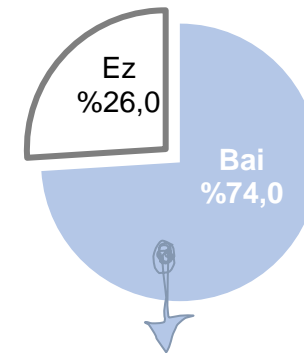
Erabilera eta erosteko ohiturak INTERNETek

Produktuei eta/edo zerbitzuei buruzko informazioa bilatzeko Internet erabiltzen duen biztanleria (%)

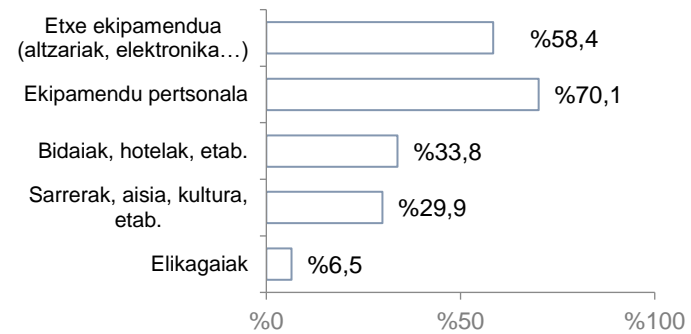


**25-45 urteko gazte helduen artean, % 86-93 inguruk adierazi du Internet erabiltzen duela bilaketa-bide gisa produktu/zerbitzu bat erosi aurretik.*

Internet bidez gutxienez behin erosi duten biztanleak (%)



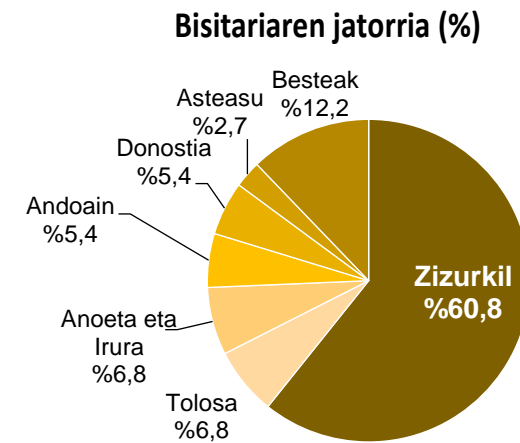
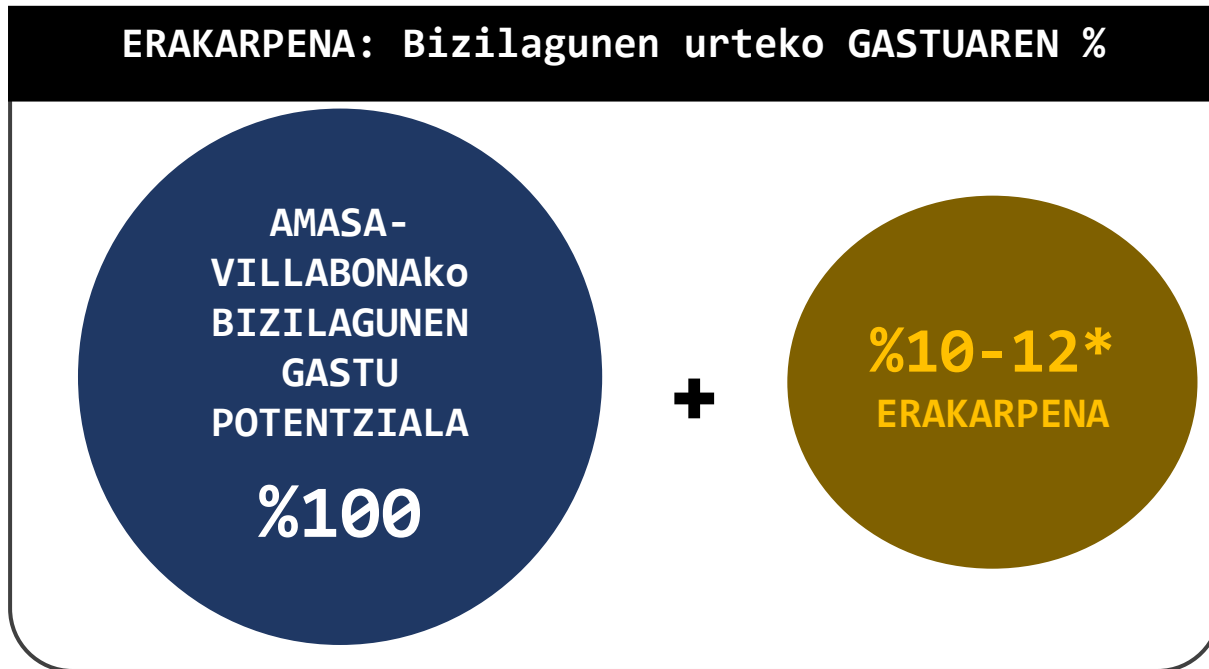
Internet bidezko erosleen %, merkataritza-adarren arabera



Iturria: Amasa-Villabonako familiei egindako inkesta

MERKATARITZA GASTUAREN ERAKARPENA

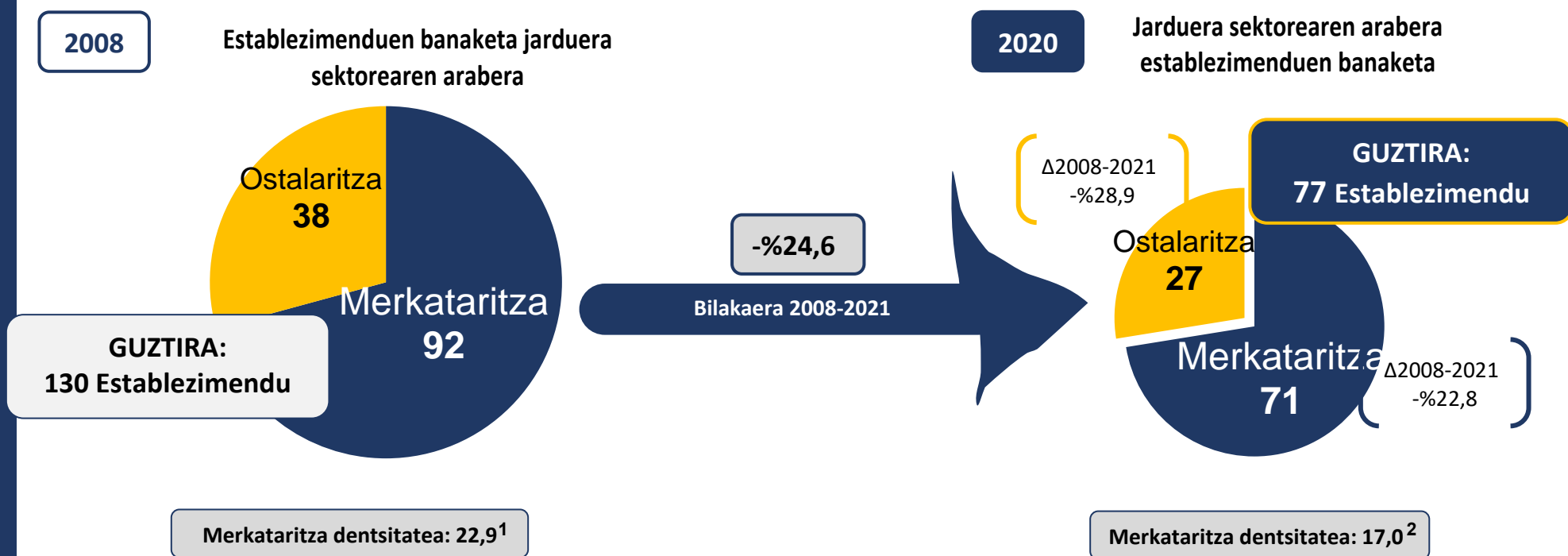
Zenbat merkataritza gastu erakartzen dugu, herri bezala?



Iturria: Beste udalerrri batzuetako kontsumitzaileei fluxu kontaketa galdeketa

2.- ESKAINTZA

HIRUGARREN SEKTOREKO ZENBAKI OROKORRAK



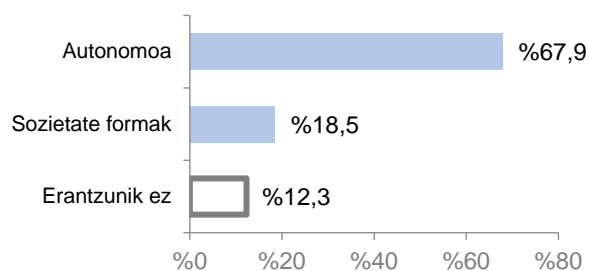
Iturria: jarduera ekonomikoen direktorioa (JEGID) 2008 eta 2021 – Eustat.
Erreferentziako urteko urtarrilaren 1eko datuak.

¹ Eustaten datuen arabera, 2008ko merkataritza-dentsitatea kalkulatzeko, Amasa-Villabonako bizilagunak. Bizilagunen udal estatistika 5.675 pertsonakoa zen

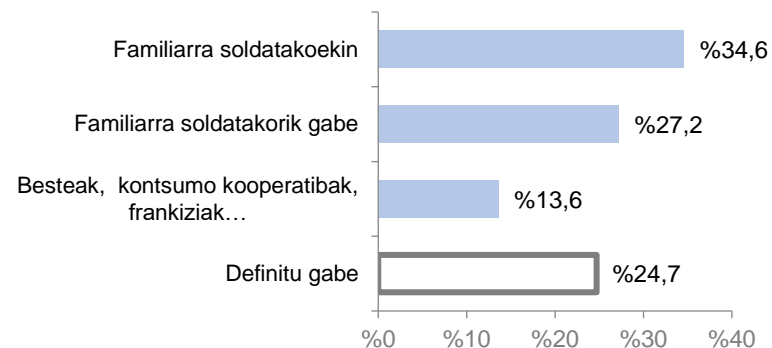
² Merkataritza-dentsitatea kalkulatzeko, Amasa-Villabonako bizilagunek 2020an, Eustaten datuen arabera. Bizilagunen udal estatistika 5.755 pertsonakoa zen

HIRIKO HIRUGARREN SEKTOREKO EHUNAREN OINARRIZKO EZAUGARRIAK

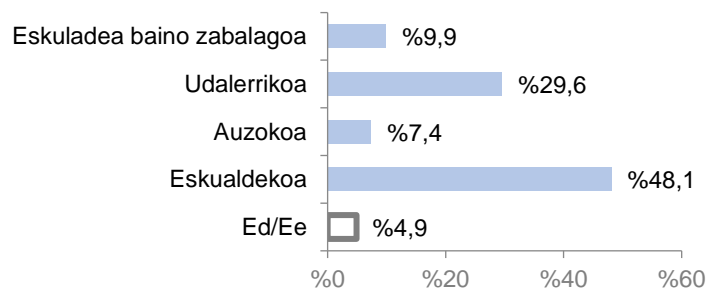
Establezimenduaren forma juridikoa (%)



Establezimenduaren ustiapen erak (%)

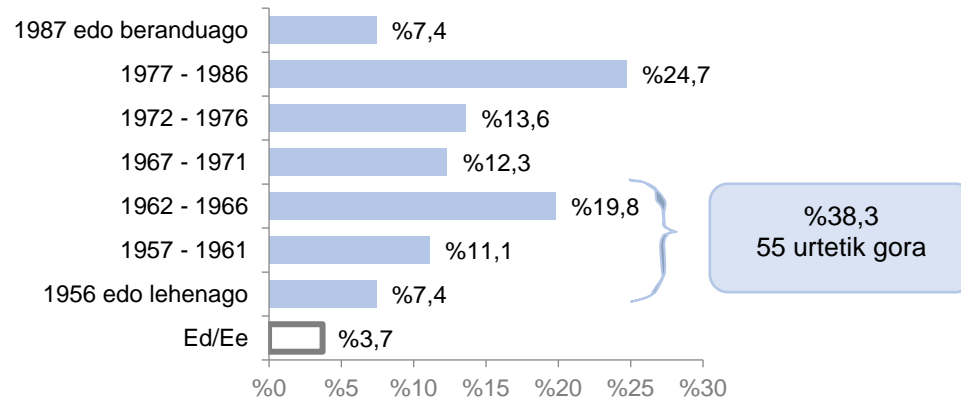


Establezimenduaren (bezeroen jatorria) eragin eremua (%)

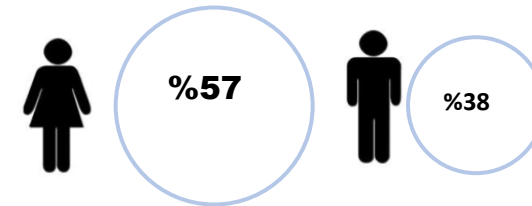


ENPRESABURUEN PROFILA

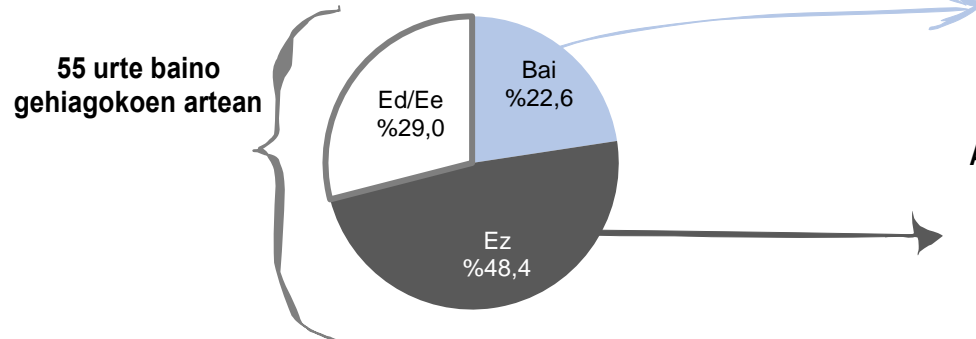
Establezimenduaren arduradunaren jaiotze urtea (%)



Enpresarien generoa (%)

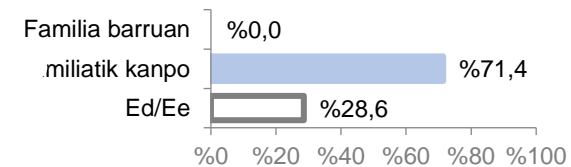


Aurreikusitako/ planifikatutako ondorengotza edo eskualdatzea (%)

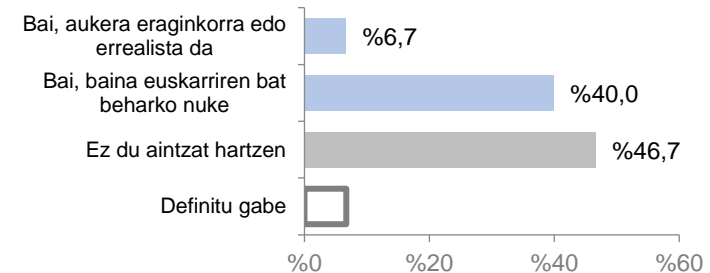


Iturria: Amasa-Villabonako establezimenduei galdeketa

Planteatutako eskualdatze edo ondorengotza (%)

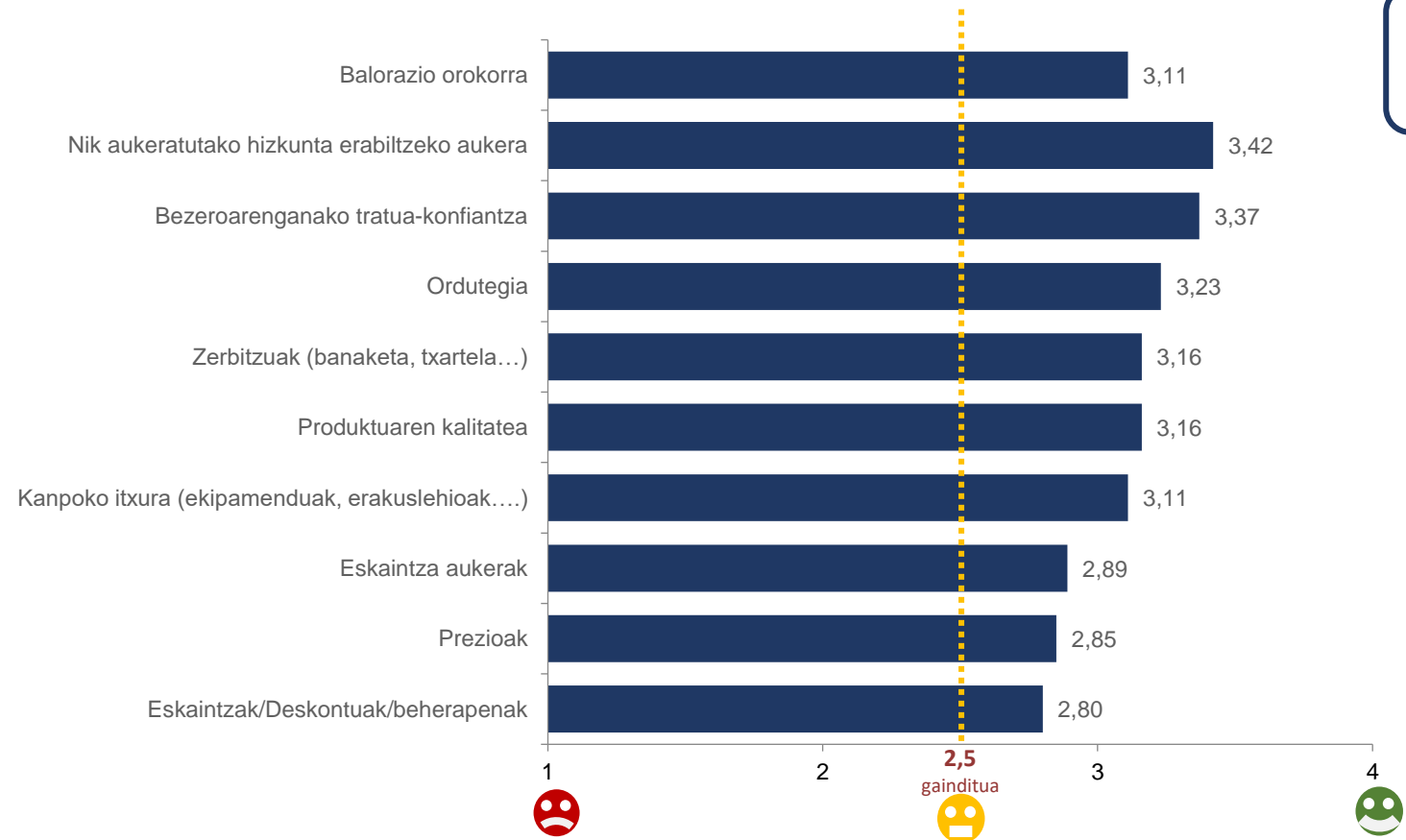


Aukera moduan ondorengotza edo eskualdatzearen ideia (%)



MERKATARITZAREN EGOERAREN BALORAZIOA

MERKATARITZAREN balorazioa Amasa-Villabonako bizilagunen aldetik (%)



Balorazio orokorra:
7,8 /10

Iturria: Amasa-Villabonako herritarrei galdeketa

3.- HIRIGINTZA ETA GAINONTZEKO ELEMENTUAK

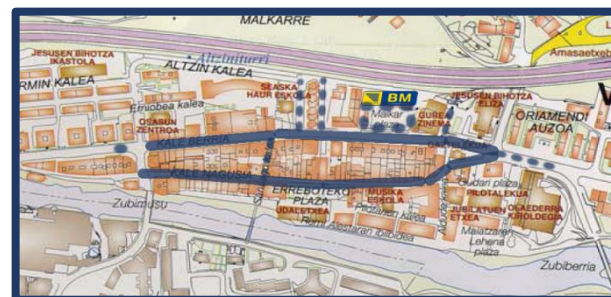
Tolosaldean kokaturik, Tolosaren “itzalpean” eta gertutasun zein konexio onak baldintzatuta, eskualdeko bigarren herririk handiena da (biztanleriaren arabera) eta **bailara-burua**.

Trenbidearen eta **errepideen** -N-1 eta A-15- artean kokatzen da Amasa-Villabona.

Merkataritza erdigunea bi kaleen inguruan

osatzen da:

- Historikoki komertziala den Kale Nagusia
- Protagonismoa handitzen doan Kale Berria.



Honekin batera, **Errota kalearen inguruan** bertako bizilagunei zerbitzua ematen dien merkataritza- eta ostalaritza-eskaintza batek osatzen du herriaren dinamika

PLANAREN XEDEA ETA IKUSPEGIA

XEDEA

- Amasa Villabonako merkataritza- eta hiri-ekonomiako eskaintzari eustea eta garatzea, udalerriko eta bailarako udalerrietako (Zizurkil, Asteasu, Anoeta) hirugarren sektoreko erreferentzia gisa.

IKUSPEGIA

- Udalerraren nortasunari buruz lan egitea eta tokiko merkataritza munduko merkataritzaren paradigma berrian birkokatzea, hiriko tokiko merkataritza udalerriekiko eta herritarren bizi-kalitatearekiko konpromisoaren erreferentzia-elementu bihurtuz.
- Elkarte- eta enpresa-arloko merkataritza-estrategietan ikuspegi berritzailea txertatzea, egungo politika tradizionalen mugak gainditzeko

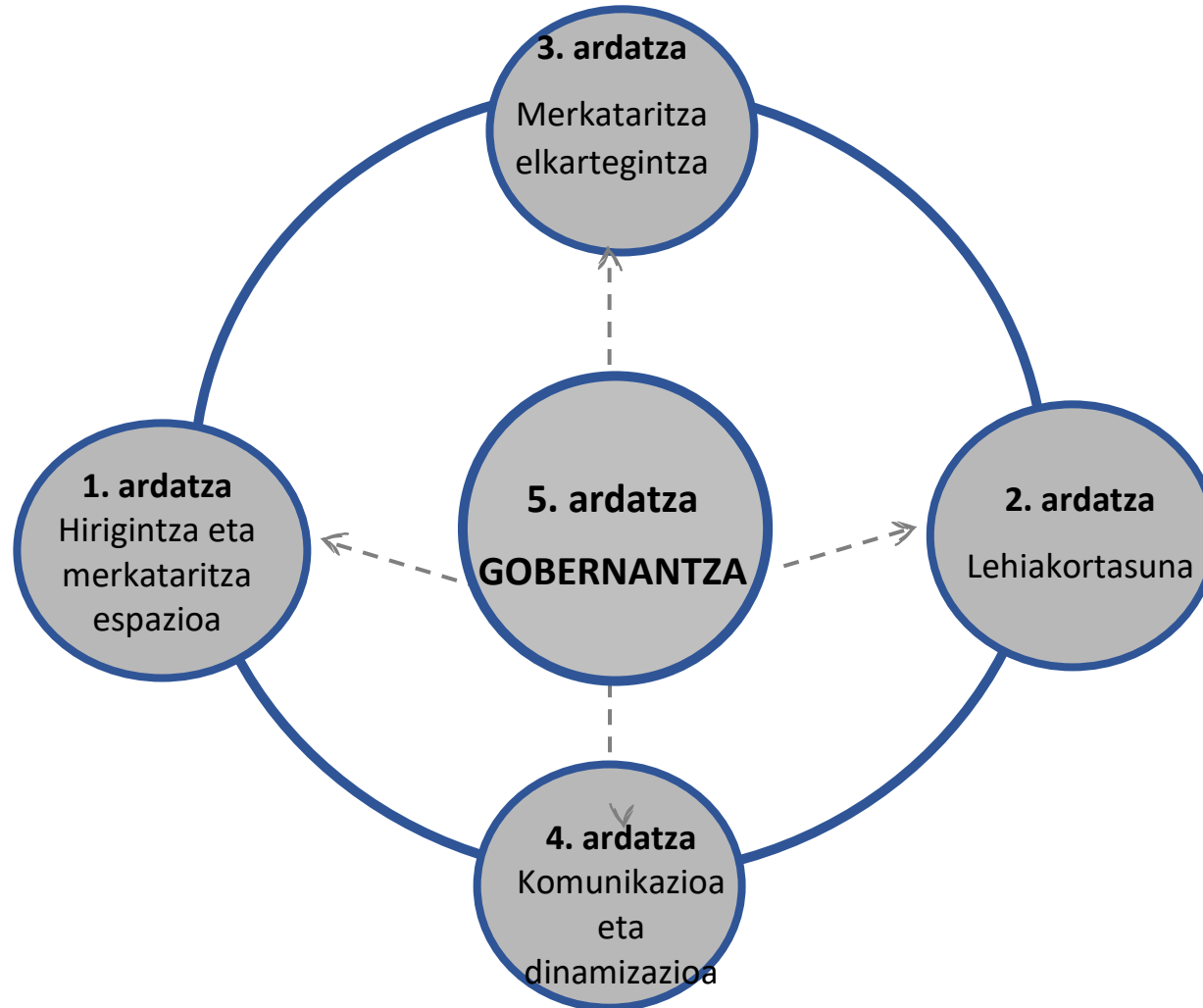
LAN ESKEMA

Hirigintza komertziala (hiri-espazioaren irisgarritasunerako/adeitasunerako tresna gisa), espazio horren animazioa/dinamizazioa (erakarpen-motor gisa), lehiakortasuna (zerbitzuaren eta kalitatearen euskarri gisa) eta estrategia berrien bidezko eguneratzea batzen dituen lan-eskema tradizionalen oinarritzea.

- Herritarra merkataritza-sistemaren bihotzean birkokatzea (bizilagunari/bezeroari zuzendutako estrategiak: leialtasuna eta erabateko gogobetetzea)
- Merkataria eta kontsumitzaileentzako baliozko zerbitzu berrien garapena sustatzea
- Hibridazioa eta merkataritzaren eta zerbitzuen arteko lan-estrategiak sustatzea

PLANAREN ESKEMA ETA EKINTZA PLANA

Ekintza-plana 5 ardatz edo esku-hartze arloren inguruan eraikitzen da.



1 ARDATZA

MERKATAL HIRIGINTZA



1.1. Lerroa

Aparkalekuak

1.2. Lerroa

Lerroa Oinezkoentzako sistema

1.3. Lerroa

Merkataritza lokalak

1.4. Lerroa

**Merkataritza-seinaleztapena
hobetzea eta hiri-estandarrak**

1.5. Lerroa

Merkataritzako leihatila bakarra

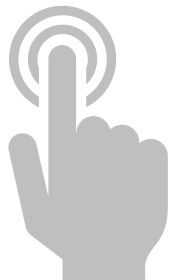
1.6. Lerroa

Aisialdirako espazioak

2

ARDATZA

LEIHAKORTASUNA



2.1. Lerroa

Prestakuntza merkataritzan

2.2. Lerroa

Digitalizazio Eredu Propioa

2.3. Lerroa

Zerbitzu aurreratuen diseinua

2.4. Lerroa

Enpresa-transmisioa eta ekintzailtza

2.5. Lerroa

Udal Merkatua Bultzatzea

3 ARDATZA

MERKATARITZA ELKARTEGINTZA



3.1. Lerroa

Elkartearen funtzionamendu eta egitura

3.2. Lerroa

Elkartetik eskainitako Zerbitzuak

3.3. Lerroa

Merkatal leialtasuna

4 ARDATZA

KOMUNIKAZIO ETA DINAMIZAZIOA



4.1. Lerroa

Elkarte-animazioko programari buruzko gogoeta eta Amasa-Villabonako jai- eta kultura-agendarekiko koordinazioa

4.2. Lerroa

Euskara merkataritzan

4.3. Lerroa

Komunikazio estrategia

4.4. Lerroa

Sentsibilizazio kanpaina segmentatuak (familiak, turistak, mendizaleak, kirolariak, Amasa-Villabonako talde eta eragileak...)

4.5. Lerroa

Hibridazio estrategiak

5 ARDATZA

GOBERNANTZA ETA PLANAREN KUDEAKETA



5.1. Lerroa

Adostasuna rol errealista eta efikazaren banaketan

5.2. Lerroa

Amasa-Villabona Merkataritzako Mahaia

5.3. Lerroa

Udaleko Garapen Ekonomiko sailaren indartzea: Laguntza Tékniko espezializatua