



Getxo

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu



MESA POLÍTICA DE CONTRASTE

27 de septiembre de 2022

ORDEN DEL DÍA:

- 1.- Bienvenida, presentación de los representantes y objetivo de la reunión.
- 2.- Exposición de las propuestas priorizadas por el Foro Consultivo de Empresas.
- 3.- Reflexión de los grupos políticos sobre las propuestas presentadas.
- 4.- Debate grupal de contraste para análisis de las propuestas, preguntas y sugerencias.

ASISTENTES (70%)

CONVOCAD@S		ASISTENTES	AUSENCIAS	
			Justificadas	No justificadas
Representante Taxis	Jose Ignacio López		X	
Representante Ocio Deportivo	Héctor García	X		
Representante Centros de interpretación, guías y agencias de viajes	Iñigo García	X		
Representante Alojamiento	Vacante			
Representantes de comercio				
Algortako Dendak	Oriente Enriquez		X	
Romo Bizirik	Ainhoa Calderón	X		
Getxo Enpresa	Jose Manuel Garay		X	
Representantes de hostelería				
Asohge	Jorge Alonso	X		
Romo Bizirik	Jon Morán			X
Getxo Enpresa	Desiree Yeste			X
Partidos Políticos				
Elkarrekin Podemos	Carolina Uribe	X		
EH Bildu	Ibon Rodriguez	X		
PSEE	Carmen Díaz	X		
PP	Fco. Javier Elorza	X		
EAJ /PNV	Irantzu Uriarte	X		
Getxoko Udala - Área de Promoción Económica				
Concejal de Promoción Económica	Iñigo Urkitza	X		
Equipo Promoción Económica	Juan Jesús Blanco	X		



	Mirene Zabalgoeazcoa	X		
	Sonia Urdiain	X		
	Aitor Zorrilla	X		

CONTENIDO

1.-Bienvenida, presentación de los representantes y objetivo de la reunión.

Tras la bienvenida a las y los asistentes y la correspondiente presentación de representantes sectoriales y de cada grupo político; así como a Juan Jesús Blanco, nuevo responsable del área de Promoción Económica, Iñigo Urkitza, concejal de Promoción Económica, da inicio a la sesión de la Mesa de Contraste Político.

2.-Exposición de las propuestas priorizadas por el Foro Consultivo de Empresas.

Iñigo Urkitza, concejal de promoción económica da paso a la lectura de las propuestas priorizadas del Foro Consultivo de Empresas e invita a los/as representantes de los sectores a que sean ellos/as quienes expongan los proyectos.

2.1 Getxo BONO 2023: Valorar aportaciones de las mesas para la nueva convocatoria (épocas valle y la participación de los sectores según su interés) (1 punto).

Ainhoa Calderón, representante de Comercio de la asociación Romo Bizirik hace hincapié en la propuesta de que las campañas de Getxo Bono sean en épocas valle, que no coincidan con las rebajas y que tampoco coincida con la campaña de Euskadi Bono Denda impulsada por el Gobierno Vasco, aunque es consciente de que todavía no sabe cuándo serán sus próximas fecha.

Jorge Alonso, representante de la asociación de Hostelería ASOHGE, indica que la participación del sector de la hostelería ha sido muy reducida y que la clientela no asocia el bono con la hostelería, si no con otros sectores como el comercio. “El 99,9% de los bonos que hemos vendido se los hemos ofrecido nosotros a la clientela. No ha venido ningún cliente a pedirnos que le apliquemos el bono”, destaca el propio Jorge Alonso. En este sentido, Alonso propone distribuir el importe destinado del GetxoBono a hostelería entre los demás sectores y que para la hostelería se realicen otro tipo de acciones.

Héctor García, representante del sector de Ocio Deportivo, indica que en su sector funciona bien: “Nos sirve tanto para fidelizar clientela, como para realizar promociones y para captar nueva”. Además, destaca que para ellos el proceso de canje es sencillo puesto que elaboran facturas para cada servicio prestado.



Getxo

Ekonomia -Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu

Lñigo García, actuando como representante del sector de Centros de interpretación, guías y agencias de viajes, expone la diversidad de empresas en su sector: “Hay empresas que ofrecen servicios a clientela local a las que sí les funciona el Getxo Bono, pero hay otras de clientela nacional que no tanto”.

Jorge Alonso, representante de la asociación de Hostelería ASOHGE, cree que en determinados sectores el GetxoBono no implica un mayor número de facturación, sino que simplemente sirve para que la clientela pague menos. Al menos entre la clientela local, por lo que destaca que se debería promocionar entre la gente de fuera.

Sonia Urdiain, técnica del área de promoción económica, destaca la idea general que se trasladó en el último Foro Consultivo celebrado el 13 de septiembre en donde se pudo llegar a la conclusión de: “Getxo Bono sí, pero para determinados sectores habría que buscar otras fórmulas”.

2.2 Posicionamiento Web: acciones de formación y asesoramiento para la mejora del posicionamiento web y venta On Line. (1,33 puntos)

Esta acción nace de la mesa de Centros de interpretación, guías y agencias de viajes. Lñigo García indica que hay muchos planes de ayudas como el Kit Digital, pero que aun así, desde el sector han detectado que el camino hacia la digitalización es muy complicado. Por lo que considera muy importante el asesoramiento/apoyo que el área de promoción económica pueda ofrecer para mejorar el posicionamiento online de las empresas: cómo reforzar la web, cómo llegar a más clientela.

Mirene Zabalgogeoazcoa, técnica del área de promoción económica indica: “A pesar de que la propuesta salió de la mesa de Centros de interpretación, guías y agencias de viajes, es un planteamiento compartido por las empresas de cualquier sector y cualquier actividad. Pudiendo ofrecer el asesoramiento a empresas para dar respuestas a esas píldoras de formación con asesoramiento personalizado”.

2.3 Urinario público: propuesta al área correspondiente de la instalación de uno nuevo, en la ruta hacia el flysch (entre antiguo parking y playa de Azkorri). (1,4 puntos)

Sonia Urdiain, técnica del área de promoción económica, indica que desde el área de urbanismo han comunicado la instalación de un urinario junto al fuerte de la Galea. Aun así, para la instalación de un nuevo urinario en la zona propuesta, entre antiguo parking y playa de Azkorri, desde el área de urbanismo han indicado que actualmente no hay financiación para el mismo, existen otros emplazamientos previstos, y no hay red de saneamiento para poder realizar la instalación.



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia -Sustapena
Promoción económica

Javier Elorza, representante del PP, indica: “No puede ser que no haya tuberías porque hay viviendas y piscinas”.

2.4 Plan Dinamización Hostelería). (1,4 puntos)

Jorge Alonso propone fórmulas diferentes al Getxo Bono para dinamizar la hostelería con el fin de atraer gente de fuera y que consuman, no solo en la hostelería, sino también en otros sectores. “Vincular acciones paralelas con la hostelería para dinamizar el sector de lunes a miércoles. Por ejemplo, la semana previa al Getxo Folk realizar acciones de firmas con los artistas etc...”, sostiene Alonso. Ainhoa Calderón, representante de comercio de la asociación Romo Bizirik, también ve interesante la propuesta.

2.5 Campaña Navidad: Valorar aportaciones de las mesas para la nueva convocatoria (iluminación, personalización de la campaña, sensibilización compra local, música, transporte,...). (1,5 puntos)

Ainhoa Calderón, representante de comercio de la asociación Romo Bizirik, propone mantener los “arbolitos” del año pasado. Mirene Zabalgogeoazcoa, técnica del área de promoción económica, traslada (puesto que Ainhoa Calderón no participó en el último foro consultivo) el sentir del sector comercio con respecto a la Navidad: “Cada vez es más floja, cada vez hay menos ambiente callejero y quizás la música podría dar mayor animación”. Además, también informe sobre la idea que surgió de la mesa de comercio de realizar una campaña vinculada a las emociones y a las personas (comerciantes, hosteleros...). Para ello, se ha trasladado a la empresa adjudicataria y se está trabajando en ello.

2.6 Espacio Publicitario: analizar la posibilidad de disponer de un espacio donde poder hacer promoción y venta de los servicios turísticos en el puerto deportivo. (1,5 puntos)

Iñigo García, Centros de interpretación, guías y agencias de viajes, indica la necesidad de ser “más comerciales”, mostrar más los servicios que se ofrecen mediante paneles digitales. A la propuesta se suma el Ocio Deportivo. Héctor García indica que no solo tiene que ser un soporte físico, sino que también puestos de ventas reales con atención al público. “Quizás en el ItsasHub se podría poner un puesto de atención personalizada y venta”, indica Héctor García.

Jorge Alonso, representante de hostelería de la asociación ASOHGE añade: “Desde el puente colgante hasta el puerto deportivo tenemos un gran flujo de gente local y de fuera y quizás se puedan poner soportes publicitarios físicos para publicitar, tanto evento culturales (Muxikebarri), como comerciales (Getxobono)”.



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia -Sustapena
Promoción económica

2.7 Bizkaia CARD: consultar con promotores, y valorar si se puede hacer alguna acción de refuerzo que posicione la oferta turística de Getxo. (1,6 puntos)

Sonia Urdiain procede a explicar en qué consiste la Bizkaia Card: “Se trata de una tarjeta física que compran los turistas para viajar en transporte público con viajes ilimitado y, además, tiene acceso a descuentos y promociones en los establecimientos adheridos al programa”.

El uso de la tarjeta se limita principalmente a la ciudad de Bilbao, pero cada vez hay más oferta del conjunto del territorio. Sonia Urdiain detalla que la petición por parte del sector es la de posicionar de una mejor manera la oferta turística del municipio.

2.8 Mercado de Saldos: simplificar tramitación de la autorización (planos y solicitud). (1,67 puntos)

Ainhoa Calderón, representante del sector comercio de la asociación Romo Bizirik, indica que en los últimos años parece que el Mercado de Saldos esté teniendo una menor repercusión.

Mirene Zabalgogezcoa, técnica del área de promoción económica, sostiene que de cara al próximo año solamente habrá que realizar una única solicitud para participar en las dos campañas de Mercado de Saldos que se celebra anualmente (marzo y septiembre). Para ello, será necesaria una declaración responsable por parte de los comercios adheridos en la que se comprometan a realizar el Mercado de Saldos de septiembre en las mismas condiciones que el de marzo.

Por otro lado, indica que, tras el compromiso adquirido en la última mesa sectorial de comercio, se enviaron a los representantes del sector los datos de participación de las últimas campañas del Mercado de Saldos. “Sí, se ha producido un ligero descenso en el número de participantes. Por esos mismo, hemos invitado a las asociaciones a que, a través de sus distintos foros, reflexionen si tiene sentido o no la realización de próximos Mercado de Saldos”, indica Mirene Zabalgogezcoa.

“Un sector muy potente en el Mercado de Saldos como es el de moda, tras la pandemia, ha cambiado su manera de abastecerse. Cada vez tiene menos stock y por lo tanto tiene menos sentido el Mercado de Saldos”, reflexiona Mirene Zabalgogezcoa sobre el descenso en el número de adhesiones al Mercado de Saldos.

Jorge Alonso, representante del sector hostelero de la asociación ASOHGE, recuerda que en el último Foro Consultivo el sector comercio trasladó también la imposibilidad de que algunos comercios de la zona de Romo puedan adherirse a la campaña debido a la estrechez de sus aceras y que no cumplan con la normativa. Al respecto, Mirene Zabalgogezcoa indica: “Vamos a valorar la posibilidad de que se puedan ocupar las zonas de aparcamiento para esos comercios”. Aun así, la propia Mirene



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

Zabalgogezcoa destaca la necesidad de reflexión también por parte del sector comercio para tratar de saber el motivo del descenso de adhesiones.

2.9 Planos TURÍSTICOS: proponer la inclusión de Getxo en los planos de Bilbao - Bilbao Metropolitano. (1,67 puntos)

Iñigo García, Centros de interpretación, guías y agencias de viajes, explica que el objetivo de la propuesta consiste en dar más visibilidad a Getxo dentro del material promocional que se utiliza en el sector y que está ligado a la acción del Bizkaia Card. (punto 2.7).

2.10 PROPONER LA AMPLIACION DE LA OFERTA ALTERNATIVA DE ALOJAMIENTO: auto caravanas y albergues. Iniciativa pública. (1,75 puntos)

Jorge Alonso, representante del sector hostelero de la asociación ASOHGE, opina que la gente que no pernocta en un sitio, no consume y cree que en Getxo no hay una oferta de alojamiento suficiente ni variada. El objetivo es el de atraer al turismo. Que pernocte y consuma en el municipio.

2.11 OTA: identificación de titulares de actividad económica residentes fuera del municipio con vehículo industrial. (2 puntos)

Ainhoa Calderón, representante del sector comercio de la asociación Romo Bizirik, indica que la propuesta surge de la mesa de comercio debido a que hay empresas en el municipio en las que el titular de la actividad no reside en Getxo y que al carecer de tarjeta OTA, se dificultan y encarecen sus traslados comerciales: reparto, salidas... Por lo tanto solicita una tarjeta o algo alternativo.

2.12 WEB OFERTA ESPECIAL CRUCERISTAS: trasladar propuesta a BBAG (2 puntos)

Sonia Urdiain, técnica del área de promoción económica, explica en qué consiste el Bilbao Bizkaia Action Group (BBAG) y expone la preocupación trasladada por parte de diversas mesas sectoriales sobre esta acción: "No hay un impacto económico real a pesar de la cantidad de cruceros que llegan a Getxo". Por ello, a través de la BBAG, Mesa Cruceros se podría proponer trabajar la estrategia de cómo mejorar el impacto económico que tienen los cruceros, y para hacer llegar mejor la oferta turística del destino (Bilbao-Bizkaia) lanzar una website destinada específicamente a cruceristas.

2.13 PROYECTO DE PEATONALIZACION EUSKALHERRIA: trasladar al área (2 puntos)

Jorge Alonso, representante del sector hostelero de la asociación ASOHGE, indica que esta propuesta influye directamente al 10% de los asociados a ASOHGE. "Necesitamos saber si se va a realizar y cuándo", cuestiona el propio Jorge Alonso.

2.14 PLAN DE VISITAS COMERCIALES A HOTELES para presentar la oferta y servicios turísticos de Getxo (2,2 puntos)



Getxo

Ekonomia -Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu

Iñigo García, Centros de interpretación, guías y agencias de viajes, explica que esta propuesta consiste en acudir presencialmente o mediante otras fórmulas para presentar comercialmente en los hoteles la oferta turística que ofrece Getxo.

2.15 RECOGIDA Y ENTREGA DE COMPRAS: Valorar la apertura de "Puntos de recogida y/o distribución" que facilite la compra en Getxo: con horarios al público más amplios que los comercios, y que permita la recogida de compra centralizada. (2,42 puntos)

Mirene Zabalgogeoazcoa pone en valor el trabajo de cocreación realizado durante las primeras sesiones del programa Alimentación Sostenible y menciona los dos retos que ha identificado el grupo motor:

- Modelo de reparto a domicilio
- Concienciación y formación

Para hacer frente al primero de los dos retos se prevé realizar una jornada de buenas prácticas de otros municipios para ofrecer diversas posibilidades y valorar si se pudiera implementar alguna: consignas, reparto... Esta propuesta nace del sector de alimentación, pero vale para todo el sector comercial y serán invitados a la jornada.

2.16 Publicitar el APP de TAXIS. (2,5 puntos)

Sonia Urdiain, explica que la petición de la mesa de taxis consiste en ayudar a promocionar la aplicación de taxis. Han realizado una inversión importante para digitalizar el servicio, y no han conseguido que el conocimiento y uso se haya extendido. Javier Elorza, representante del PP, indica que desconocía la existencia de dicha app. Por otro lado, Ibon Rodriguez, representante de EH Bildu, se cuestiona la oferta de taxis en el municipio: "Si el jueves pasado de 46 licencias de taxis que hay, solo hay 2 trabajando y tienes que esperar hora y media, la gente se coge un Uber o Cabify". A lo que Javier Elorza añade: "El otro día llamé a las 20h a un taxi en Algorta y estuve esperando 1h y 15 minutos y no llegó ningún taxi".

3.-Reflexión de los grupos políticos sobre las propuestas presentadas.

En primer lugar, Carolina Uribe, representante de Elkarrekin Podemos, destaca que el actual formato le ha resultado más interesante.

Sobre la campaña Getxo Bono, Carolina Uribe aprueba el GetxoBono para el sector comercio y piensa que está muy arraigado, pero para la hostelería propone hacer una campaña diferente y enviar bonos junto con el Getxoberri. Además, también propone alguna campaña de ventas cruzadas con otros municipios como por ejemplo Sopela.

"Vivo en Getxo y no tengo ni idea de la oferta de ocio, por lo que lo de los paneles me parece una muy buena idea", destaca Carolina Uribe. Por otro lado, recuerda que su partido también apoyó la idea de crear una red de reparto y utiliza el ejemplo del municipio de Arrasate y su reparto en bicicletas eléctricas.



Getxo

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu

Del mismo modo, Carolina Uribe también coincide en la necesidad de ampliar la oferta de alojamiento en el municipio, eso sí, poniendo un coto a los pisos turísticos.

Por otro lado, Carolina Uribe, pregunta sobre el estado de la implantación de publicidad en los taxis. Se le traslada que la propuesta está supeditada a la renovación de la ordenanza, que está en marcha.

Ibon Rodríguez, representante de EH Bildu, opina que el GetxoBono no funciona. Además, económicamente piensa que no es sostenible en el tiempo. Por otro lado, recuerda la propuesta de EH Bildu de crear un estilo de Getxo Card para fomentar las ventas cruzadas entre establecimientos del municipio.

Sobre la OTA, Ibon Rodríguez no apoya que la gente que vive fuera y tiene un comercio en el municipio tengan tarjeta OTA. Para la cuestión de los vehículos industriales, Ibon Rodríguez destaca la figura de las cargas y descargas y su posible ampliación para cubrir las necesidades.

En cuanto a los cruceros, Ibon Rodríguez manifiesta su total desacuerdo en que vengyan cruceristas al municipio: “Pensamos que no dejan un duro”. Aun así, como es una realidad que llegan cruceros al puerto, el propio Ibon Rodríguez propone, en vez de pensar en los cruceristas, ampliar la oferta a las tripulaciones.

“Hace año y medio el PP nos comunicó que se había desechado la posibilidad de peatonalizar la calle Euskal Herria”, indica Ibon Rodríguez sobre el proyecto de peatonalización de la calle Euskal Herria. A esta afirmación, Irantzu Uriarte representante del PNV, indica: “No se ha desechado, se ha suspendido en el tiempo”.

Sobre la mesa en general, Ibon Rodríguez opina que las medidas son muy cortoplacistas e invita a los sectores a pensar más a medio-largo plazo.

“Creo que debe haber una colaboración público-privada. No esperar a que lo público o lo privado haga todo el trabajo”, inicia su turno de palabra Javier Elorza representante del PP. Debido a la coyuntura actual, Javier Elorza ve necesario el GetxoBono. Del mismo modo también ve fundamental la digitalización de los negocios, aunque la realidad del sector es muy dispersa: “Hay comercios que parece que han tirado la toalla y piensan en jubilarse antes que realizar una inversión digital”.

Por otro lado, Javier Elorza cree que la instalación del urinario en el lugar propuesto por las mesas sí podría ser viable.

Javier Elorza que Getxo de estar en los grandes salones de cruceros donde se venden los planes turísticos. Porque los cruceristas llegan con todo comprado de antemano y no hay margen a realizar otras actividades.



Getxo

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu

“Habrá que estudiar situaciones muy específicas en donde el coche sea fundamental para su trabajo, pero no podemos generalizar que todo aquel que tenga un comercio en Getxo y viva fuera disponga de una tarjeta OTA”, indica Javier Elorza.

Javier Elorza ve fundamental realizar publicidad de la app de taxis porque “Nos ponemos las pilas o va a llegar Uber y nos va a comer la tostada a todos”.

En primer lugar Carmen Díaz, portavoz del PSOE, agradece el trabajo que vienen realizando las mesas sectoriales y pone en valor la dedicación y esfuerzo que supone para los representantes sectoriales. Del mismo modo, piensa que el foro es una herramienta que sirve para incluir más voces a la política y gestión municipal.

Carmen Díaz, opina que el GetxoBono es un instrumento muy útil que ha ido evolucionando y adaptándose a las demandas de los diversos sectores. En cuanto a la digitalización, propone realizar visitas personalizadas, a lo que Iñiko Urkitza, concejal del área de promoción económica, responde mencionando el servicio de asesoramiento con el que cuenta el área.

En cuanto a los espacios publicitarios, Carmen Díaz traslada sus dudas de que los paneles publicitarios puedan ayudar demasiado, pero sí que destaca y pone en valor en el aumento de señalética que se ha realizado durante el actual mandato.

En cuanto a la Bizkaia Card, visitas a hoteles... Carmen Díaz piensa que: “Ninguna acción por separado es la panacea, pero todas juntas van a sumar y me parecen buenas propuestas”.

Del mismo modo, Carmen Díaz opina que la OTA no debería abrirse de manera general, pero sí que hay que estudiar cada caso en particular y valorar todas las propuestas que se reciban.

En líneas generales, Irantzu Uriarte, representante de EAJ/PNV considera que las diversas acciones priorizadas por el Foro: GetxoBono, Mercado de Saldos, Campaña de Navidad... son útiles y necesarias para los sectores, aunque cree que “vivir de la oferta y de los saldos tiene sus complicaciones”.

Sobre los planes turísticos, Irantzu Uriarte recuerda que el metro modificó los carteles y paneles incorporando diversos hitos turísticos – a propuesta de Getxo.

Por otro lado, Irantzu Uriarte indica que no hay que desvirtuar cuál es el objetivo de la OTA: que haya rotación. Además, informa de que se abrió un plazo para realizar aportaciones a la ordenanza.

En cuanto a los espacios publicitarios Irantzu Uriarte indica que en el puerto deportivo hay un panel gigante en donde se pueden realizar promociones. Eso sí, el



ayuntamiento no puede promocionar una empresa. A lo que Jorge Alonso responde que, en lo que el foro estaba pensando, era en promocionar campañas (por ejemplo GetxoBono) o eventos culturales. “Eso sí se realiza”, concluye Irantzu Uriarte

Sobre las visitas comerciales, Irantzu Uriarte menciona que no se realizan visitas comerciales a los hoteles, pero sí se envía información (folletos, planos etc...) que se envían a espacios estratégicos donde pueda haber posibles visitantes que se puedan “arrastrar” a Getxo desde, por ejemplo, Bilbao.

En relación con los cruceristas, Irantzu Uriarte indica que la venta de las actividades se realiza en origen y que Getxo está presente en los grandes salones porque se vende a través de la Diputación Foral de Bizkaia que oferta el paquete completo.

Según Irantzu Uriarte: “La herramienta que va a posibilitar desarrollar la oferta alternativa de alojamiento es el nuevo Plan General de Ordenación Urbana (PGU) que es lo que regula el uso de los suelos ya qué se puede destinar cada tipo de suelo”.

4.-Debate grupal de contraste para análisis de las propuestas. Preguntas y sugerencias.

Carolina Uribe, representante de Elkarrekin Podemos, pregunta sobre el estado de las propuestas y acciones de los anteriores periodos.

Asimismo, se recuerda a lxs asistentes que en todas las reuniones de las mesas se recogen sus correspondientes actas y estas están publicadas en la web del Ayuntamiento en el siguiente enlace:

[Getxo - Promoción Económica - Foro Consultivo de Empresas - Foro consultivo de empresas](#)

ACUERDOS/ACCIONES	RESPONSABLE	FECHA
1. Envío del borrador del acta de la reunión.	Técnicas municipales	A partir de la fecha de la reunión
2. Convocar en plazo la siguiente convocatoria a las mesas sectoriales	Técnicas municipales	A partir de la fecha de la reunión
3. Informar del estado de ejecución de las acciones priorizadas en convocatorias anteriores	Técnicas municipales	A partir de la fecha de la reunión
4. Volver a consultar con Urbanismo la posibilidad de instalar el urinario público	Técnicas municipales	A partir de la fecha de la reunión