



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia -Sustapena
Promoción económica



MERKATARITZA MAHAIA / MESA DE COMERCIO

23 de septiembre de 2021

ORDEN DEL DÍA:

1. Análisis de la situación actual del sector.
2. Información relacionada con:
 - Getxo Bono 2021: datos sobre la campaña.
 - Mercado Saldos.
 - Campaña de sensibilización y promoción del consumo en lo local.
 - GetxON: Renovación de la marca
 - Renovación del Buscador de Establecimientos.
 - Ayudas dinamización 2021.
 - Ayudas Extraordinarias Covid-19
 - Proyecto "Getxo Bihotzetik".
 - Campaña de Navidad 2021.
 - Formaciones ONLINE y Batuz Sistema.
 - De cara al próximo año 2022:
 - ✓ Plan de Rehabilitación comercial (PERCO).
 - ✓ Gestión de lonjas vacías.
 - ✓ Ayudas a la digitalización.
 - ✓ Campaña de Alimentación Saludable.
3. Nuevas ideas y propuestas: debate grupal y propuestas de Algortako Dendak.
4. Preguntas, sugerencias y otros.
5. Próximos pasos.

ASISTENTES: (100%)

CONVOCAD@S		ASISTENTES	AUSENCIAS	
			Justificadas	No justificadas
Rep. Algorta-Andra Mari	Jokin Aresti (JOYERÍA IÑAKI)	X		
Rep. Algorta-Andra Mari	Oriente Enríquez (Tejidos Lindau)	X		



Rep. P.Viejo, P.Deportivo y Neguri	Kimetz Garate (ZURIKALDAI NEGURI)	X		
Rep. Romo	Maite Sesumaga (MAITESKULANAK)	X		
Rep. Las Arenas	Sara Mata (COLORES)	X		
Rep. Las Arenas	Itxaso Zelaia (CARNICERÍA JUAN MARI)	X		
Algortako Dendak	Amaia Sertutxa	X		
Getxo Enpresa	Amaia Lauzirika	X		
Romo Bizirik	Ainhoa Calderón	X		
Getxoko Udala - Área de P.Económica	Mirene Zabalgogezcoa	X		
	Sonia Urdiain	X		
	Sara de la Fuente	X		

CONTENIDOS:

1. Saludo a lxs asistentxs y análisis de la situación actual del sector.

Se procede a saludar y presentar a las/os asistentes a la reunión, para seguidamente hacer un pequeño debate grupal sobre cómo se ha dado la temporada estival y las perspectivas del sector. En este sentido, los asistentes exponen el siguiente escenario:

Oriente Enríquez, de Tejidos Lindau y representante de zona Algorta-Andra Mari, indica que la temporada ha ido bien hasta primeros de junio aunque ha transitado menos gente que en 2020. Desde junio y hasta el momento actual ha observado que su barrio está desierto.

En Las Arenas, Sara Mata de la mercería-lencería Colores, ha trabajado bien hasta la "Vuelta al cole", pero es cierto que tras la primera semana de septiembre se ha notado un parón.

En el ámbito de peluquería, Amaia Lauzirika, representante de Getxo Enpresa, dice haber estado al 70-80% durante toda la pandemia, y especialmente parados los fines de semana, ya que hasta el presente mes de septiembre no se han reactivado los eventos. Por otro lado, el público que reciben se ha vuelto más rotativo y autónomo; han promovido la venta de productos post- servicio en la peluquería para que la clientela pueda realizarse los tratamientos en casa.

Amaia Sertutxa, tanto a nivel individual-Her y como a nivel asociativo, representante de Algortako Dendak, comparte una buena impresión en su sector. Además menciona que la ampliación de terrazas por el Covid les ha beneficiado. Ella particularmente está creciendo como empresa y las ventas han aumentado.



Getxo

Ekonomia -Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu

Ainhoa Calderón, de Bordados Aingara y representante de Romo Bizirik, tiene la sensación de que Romo está muy tranquilo actualmente; además, su sector se ha visto dañado por falta de fiestas en el barrio. Maite Sesumaga, por el contrario, observa que en la zona de romo donde se encuentra su comercio, Maiteskulanak, sí que se ve movimiento de gente, quizás por ser una zona de mucho tránsito y apertura de terrazas covid.

En el sector de la Alimentación, Itxaso Zelaia, de Carnicería Juan Mari, dice estar trabajando bien, pero sabe de comercios de Las Arenas que no tanto. En general, el sector se vio favorecido al comienzo de la pandemia, y motivado por el cierre de la hostelería, pero actualmente se está vendiendo menos, ya que la ciudadanía vuelve paulatinamente a comer fuera de casa.

Kimetz Garate, de Zuricaldai-Neguri, en el ámbito de la pastelería, indica que en abril, cuando reabrieron fronteras, notó un descenso importante de clientes, que comenzaron a moverse a sus segundas residencias. La temporada en 2as residencias parece haberse alargado, y muchos de sus clientes habituales aún están en las mismas. Al no tratarse de una zona de mucho tránsito esto incide negativamente en sus ventas.

La percepción de Jokin Aresti, de Joyería Iñaki, es que la sociedad dispone de dinero, pero han cambiado sus prioridades. En general, la juventud no es un cliente fiel a un solo comercio y busca la inmediatez. También, le dan más valor a viajar (por ejemplo), que a comer en un buen restaurante o comprarse una joya.

Por su parte, las técnicas municipales avisan de la existencia de una acción que se llevará a cabo dentro del plan Getxo Ekinez, en 2022, para estudiar los nuevos hábitos de consumo, la situación del entramado comercial tras el covid, y un plan de actuación que permita mejorar la situación del sector.

Además, se pide a la mesa compartir con el conjunto del sector que el Ayuntamiento cuenta con un servicio gratuito de asesoramiento para trabajar cambios o un replanteamiento de negocio, que permita adaptarse mejor a la situación o captar clientes nuevos, entre otros objetivos.

2. Información relacionada con:

a) GETXO BONO 2021: DATOS SOBRE LA CAMPAÑA.

Se comenta que, para sorpresa de todos, este año los bonos se agotaron en tres semanas y se muestran a la mesa en detalle todos los datos recogidos a fecha 20/09/2021 y el número de bonos canjeados por sectores (Ver diapositivas 4-5-6). Se considera que 280 adheridos es un número pequeño en comparación con el total de comercios del municipio. Además, a los comercios que no hayan canjeado ningún bono a 31 de diciembre, se les llamará estudiar internamente las razones de ese hecho.

Analizando conjuntamente los resultados expuestos, se plantean ciertas medidas a adoptar para la próxima campaña de Getxo Bono:



Getxo

Ekonomia -Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu

- Delimitar su uso por persona.
- Darle fecha de caducidad al bono.
- Valorar la participación, en el futuro, de algunos sectores.
- Consumo fuera de época de rebajas.
- Centrada en temporadas valle o en dos tandas determinadas: febrero-marzo y Septiembre-noviembre (fechas propuestas por la mesa).

Se compartirá por las técnicas municipales la cuantía de la partida extraordinaria dirigida a la próxima campaña de Getxo Bono, tan pronto como se tenga constancia; en cualquier caso, la totalidad de los representantes muestran su interés en que la campaña vuelva a realizarse.

Asimismo, se comparten brevemente los datos obtenidos en “GetxoBono: Hostelería” (Ver detalle en diapositiva 7), y se pone en conocimiento a la mesa que este modelo también sufrirá cambios de cara a la próxima campaña, decidido así por el propio sector.

b) MERCADO SALDOS.

Se procede a realizar un balance de la edición actual con los asistentes, y se informa que el número de comercios participantes ha sido 46, el peor dato hasta la fecha (Ver detalle en diapositiva 8-9). La mayoría de esos comercios se concentraron en Algorta, pero se les hará llegar a las/os asistentes el detalle de los datos que se exploten (por barrios, sectores, etc).

Al equipo técnico le preocupa especialmente el bajo número de participación ya que el éxito de la campaña depende del número de negocios adheridos, y éste no es nada atractivo. Se están haciendo llamadas desde el ayuntamiento, para hacer valoración. Los/as asistentes lo achacan más a la falta de interés y dejadez de los comerciantes, al igual que ha pasado con Getxo Bono.

A pesar de todo, la presente mesa considera necesario seguir organizando próximos mercados. Con el fin de consensuar las próximas 2 fechas para el año 2022, se les mandará un email donde se establecerá un plazo límite para consensuar dichas fechas entre representantes zonales y Asociaciones.

c) CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN Y PROMOCIÓN DEL CONSUMO EN LO LOCAL.

Se recuerda que dicha campaña, cuyo lema es “Lo importante siempre a mano”, nace a petición del Foro Consultivo de Empresas, y su principal objetivo es potenciar el consumo de los establecimientos y servicios del municipio. Esta campaña, contaba con dos tandas de lanzamiento o refuerzo: una en mayo-junio y, la próxima, de octubre-noviembre. Por lo tanto, se les informa que a partir de octubre se les hará llegar nuevamente los soportes publicitarios para poder compartirlo.



Getxo

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu

En este sentido, se muestra a los asistentes los resultados de los datos obtenidos (Ver detalle en diapositiva 10). Además, la incidencia realizada se centraba a nivel comarcal: Getxo, Leioa, Erandio, Sopela, Berango, Plentzia, Barrika, Gorniz y Urduliz.

La sensación general de varios asistentes es que la campaña no ha generado suficiente ruido. Se revisará técnicamente para intensificarlos de cara a octubre.

d) GETXON: RENOVACIÓN DE LA MARCA:

Esta marca, que en su momento fue diseñada para agrupar a los comercios locales, ha quedado obsoleta e inactiva. Por ello, a petición de anteriores reuniones de las mesas sectoriales, se planteaba darle una segunda vida y rediseñarla para darle un sentido más amplio, de forma que incluya todo el parque empresarial del municipio (es decir, comercio, hostelería, servicios, ocio, etc.), y reforzar la conexión entre sectores y llegar a más público.

Por lo tanto, se comenzará ya a trabajar en este proyecto, para lo que se contratará a la diseñadora gráfica getxotarra Maria Goñi. Sin embargo, requerirá también de las aportaciones de cada sector para que sea representativa para todos y para ello se organizará una única sesión conjunta con los sectores y dicha profesional. La idea es abordarlo en este trimestre y ligarlo al proyecto de renovación del buscador de establecimientos.

e) RENOVACIÓN DEL BUSCADOR DE ESTABLECIMIENTOS:

La marca GetxON, a su vez, irá ligada al rediseño del buscador de establecimientos existente del Ayuntamiento, el cual resulta limitado y estático.

En este sentido, la idea es trabajar internamente con el área de informática para mejorar la herramienta interna en cuanto a contenidos de calidad y diseño, que permita lograr un buen posicionamiento online del buscador.

Paralelamente, se contratará a la empresa Inboost que analizará en profundidad la oferta y demanda especializada del municipio en el ámbito de la hostelería (Ver detalle en diapositivas 12-13), y se avisará a los establecimientos del comienzo de recogida de dicha información.

En primer lugar se trabajará con la hostelería, ya que actualmente se dispone de gran cantidad de datos sobre el sector, proporcionados por el departamento de turismo.

Se avanza, que tras la finalización del pilotaje con hostelería la idea es realizar un trabajo de análisis cualitativo similar con el comercio.



Getxo

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu

f) AYUDAS DINAMIZACIÓN 2021:

Se exponen tanto los proyectos como las/os adjudicatarias/os resultantes de las concesiones de las presentes líneas de ayudas (Ver detalle en diapositivas 14-15-16), y aprovechando la ocasión para animarles a leerlas a modo de inspiración y solicitarlas de cara al año que viene.

Amaia Lauzirika, refiriéndose concretamente a la Línea 1, propone a las técnicas municipales lanzar estas ayudas cuanto antes, para que las asociaciones puedan llegar en tiempo a las acciones que tengan previstas.

Asimismo, a todos aquellos solicitantes de dichas líneas, se les recuerda que no hace falta esperar a fin de año para justificar la ayuda. Es aconsejable hacerlo cuando termine la actividad en cuestión, ya que de esta manera se efectúa el cobro de la parte restante de la subvención.

g) AYUDAS EXTRAORDINARIAS COVID-19:

A modo informativo, se exponen los datos extraídos del primer periodo de adhesiones (29/05 - 14/06) en relación a las Ayudas Extraordinarias Covid-19 fueron las siguientes:

- **257 solicitudes:** se concedieron 248 por un importe total de 324.680€, se denegaron 6, y 3 empresas que desistieron.
- Perfil de las empresas beneficiarias:
 - 173 empresas solicitaron por **cierre de sector**.
 - 75 empresas solicitaron por **cierre perimetral del municipio**.
- Según los **sectores** a los que pertenecen:
 - Hostelería: 173 (69,8%)
 - Empresas de servicios turísticos: 27 (10,9%)
 - Alojamientos: 5 (2%)
 - Taxis: 43 (17,3%)
- Según su Forma Jurídica:
 - Personas físicas: 144 (58,1%)
 - Comunidades de Bienes y otro tipo de agrupaciones sin personalidad jurídica: 29 (11,7%)
 - Personas jurídicas: 75 (30,2%)

En el segundo periodo (11/05 – 30/06), al igual que en el **tercero y actual (01/09 – 15/09)**, no se han recibido solicitudes. Sin embargo, la presente ayuda estará en vigor hasta final de año, por los posibles hechos que puedan darse.

Cuadro informativo:



Getxo

Ekonomia -Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu

<https://www.getxo.eus/DocsPublic/getxolan/AYUDAS COVID 2021/Web Ficha Resumen Ayudas Covid 2021 Cast.pdf>

h) PROYECTO “GETXO BIHOTZETIK”.

Se comenta el *Proyecto Getxo Bihotzetik*, como uno de los proyectos extraordinarios aprobado en “GetxoEkinez!” y dando respuesta a algunas de las demandas de las Mesas Sectoriales, siendo sus objetivos principales:

- ✓ Aumentar las pernoctaciones.
- ✓ Dar a conocer los servicios y recursos MICE a las Empresas del Gran Bilbao-Bizkaia.
- ✓ Atraer nuevos grupos de calidad estatales e internacionales a Getxo.

Para ello se creó un grupo de trabajo, donde los propios proveedores de los servicios y encargados del desarrollo de las iniciativas es el propio sector, con apoyo del Ayuntamiento. El equipo motor está formado por Virginia Pérez de Mice Design e Iñigo García Valenzuela de Go Basquing.

Las principales líneas de actuación son las siguientes:

1.- *Definir cómo nos vamos a proyectar y qué queremos atraer*; identificando los valores de la marca Getxo y generando "historias" que nos ayuden a posicionar nuestros productos y servicios. De manera participativa y trabajando con las mesas sectoriales y el conjunto del tejido empresarial getxotarra.

2.- *Acompañar a las empresas interesadas en revisar su modelo de negocio y/o servicios*, definiendo áreas de mejora y concretando nuevos productos y experiencias; y/o adaptando los ya existentes para su venta en el mercado MICE.

3.- *Campaña de comunicación y comercialización online*, para la difusión de esas “historias”, servicios y/o productos.

4.- *Organización de jornadas de comercialización inversa*: Fam-Trips (viajes de familiarización) presenciales (5) y virtuales (10) para dar a conocer la oferta a empresas y agentes de interés que puedan comprar y/o comercializar la misma.

A modo de ejemplo; durante una mañana completa se organiza para ellos una serie de actividades por el municipio. Todo ello, con el fin de que dichas empresas vivan en primera persona las experiencias y puedan conocer las empresas que hay detrás de dicha oferta para poder establecer vínculos. La clave es la diferenciación, poder ofrecer actividades o historias únicas y diferentes.

Se exponen tanto las acciones realizadas hasta el momento, de mayo a junio, como las próximas a realizar, de septiembre a diciembre (Ver detalle en diapositivas del 18 a la 23), y a modo ilustrativo se facilita el siguiente video:



Getxo

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu

<https://drive.google.com/file/d/1oOYHWL22F94Yk3tN6gLOmSb92lagYcr3/view?usp=sharing>

Este proyecto está abierto a la participación de todas las empresas, y pueden sumarse enviando un email a: visitgetxo@getxo.eus

i) CAMPAÑA DE NAVIDAD 2021.

Se recuerda brevemente las acciones realizadas en 2020 (Ver detalle en diapositiva 24) y se prevé que los eventos multitudinarios en la calle puede ser que todavía no sean permitidos. Aun así, se anima a las/os presentes a aportar nuevas ideas para ir trabajando en ellas de cara a estas navidades, y se proponen las siguientes:

- Reparto de bolsas de tela con los diseños adaptados de la actual campaña de “Sensibilización y promoción del consumo en lo local”.
- Instalación de casetas informativas sobre el consumo en los comercios para cada barrio del municipio.

Técnicamente se estudiarán ambas posibilidades, con el fin de formar unos presupuestos orientativos.

j) FORMACIONES ONLINE Y BATUZ SISTEMA.

○ Batuz Sistema:

Como novedad, se informa de que la Hacienda Foral ha ampliado su fecha de implantación obligatoria al **1 de enero del año 2024**. Sin embargo, todas aquellas empresas que hagan la adaptación antes de dicha fecha, recibirán deducciones fiscales pendientes de concretar todavía por la Hacienda Foral.

Además, una de las peticiones que se trabajaron en el Foro Consultivo de Empresas y que se trasladó ayer a los políticos en la Mesa de Contraste, era la posibilidad de lanzar una línea de ayudas destinadas a las empresas para poder hacer frente a toda las inversión que les va a suponer a los diferentes sectores esta transición (con periodo retroactivo). Las técnicas municipales están a la espera de conocer la decisión que se tome al respecto.

Para continuar trabajando en dicha adaptación se seguirán ofreciendo jornadas informativas online así como la posibilidad de un asesoramiento individual posterior. Las próximas sesiones serán las siguientes:

- *29/09; de 13.30 hrs a 14.30 hrs*
- *09/11; de 13.30 hrs a 14:30 hrs*

Las inscripciones se recogerán en: www.getxo.eus (mínimo un día antes de la jornada)



Getxo

bizi ezazu

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

Más información sobre el sistema Batuz en: <https://www.batuz.eus/es>

- Listado de softwares homologados:
<https://www.batuz.eus/es/registro-de-software>
- Anuncio de incentivos por su implantación voluntaria:
<https://urlchill.com/Zf9Je>.
- Es **importante mencionar** también que el software elegido no cuente con una “contabilidad b”, ya que se multará severamente a todo aquel que simplemente la tenga instalada, aunque no se utilice.

○ Formaciones online:

Se pone en conocimiento de los asistentes la existencia de nuevas formaciones online y gratuitas, interesantes para seguir mejorando y creciendo, tanto para los gerentes como para la plantilla (Ver diapositiva 27).

Se hace especial mención al hecho de que todas estas formaciones cuentan como formaciones dentro del programa **Código Ético, y por lo tanto puntúan como parte de los resultados sobre requisitos obtenidos a fin de año**. Por ello, si estáis participando en este programa es importante que nos comuniquéis los cursos que realicéis.

Por otro lado, se recupera la actividad de los Martes Comerciales, que consiste en un ciclo de sesiones enfocadas específicamente en el tema comercial de venta. Reflexión en grupo y trabajo individual con acompañamiento de servicios de asesoría. Se muestran las fechas de las próximas sesiones (Ver diapositiva 28).

Más información en: <https://www.getxo.eus/es/getxolan/noticias/544>

k) DE CARA AL PRÓXIMO AÑO 2022: Acciones dentro del plan Getxo Ekinez.

- ✓ **PLAN DE REHABILITACIÓN COMERCIAL (PERCO):**
Como se ha comentado anteriormente, se llevarán a cabo actuaciones para estudiar los nuevos hábitos de consumo y la situación del entramado comercial tras el covid.
- ✓ **GESTIÓN DE LONJAS VACÍAS:**
Se publicará convocatoria de ayudas para promover que locales vacíos en calles degradadas puedan ocuparse por emprendedores o empresas que están en vivienda y puedan estar a pie de calle. Serán posibles beneficiari@s todos los sectores, excepto hostelería; sin embargo, se le dará prioridad al comercio, bienestar e industrias creativas y culturales.

La mesa propone que se considere en las bases de las ayudas, una distancia mínima en el caso de que ya exista un negocio del mismo sector de actividad al que se quiera instalar, para evitar competencia – a precio



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia -Sustapena
Promoción económica

subvencionado. También proponen promover la instalación de aquellos sectores con poca presencia en cada zona. Técnicamente se tendrá en cuenta esta variable.

- ✓ **AYUDAS A LA DIGITALIZACIÓN.** Se lanzará una convocatoria de ayudas que responda a las inversiones y gastos de los comercios del municipio en materia de digitalización tanto para la venta como para la gestión.
- ✓ **CAMPAÑA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE:**
El objetivo es crear una pequeña comunidad de comercios que vendan alimentación saludable, de km0, denominaciones de origen, etc., y visibilizarles y darles un valor especial. Para ello, se hará un llamamiento a las empresas de alimentación y recabar dicha información.

3. Nuevas ideas y propuestas.

Se anuncia que en este momento el Ayuntamiento y las diferentes administraciones están preparando los presupuestos para el año 2022, que suelen cerrarse a primeros de año. El pasado día 13 de septiembre, en la Mesa de Contraste Político, se dieron traslado de muchas peticiones y necesidades de los diferentes sectores que salieron de las mesas de principios de año.

Es por ello que se anima a la presente mesa sectorial a considerar si hay alguna propuesta o cuestión que haya que trabajar para mejorar la situación del sector, ya que es el momento de trasladarlo. **Fecha límite: hasta el 30 de octubre.** Para ello, se facilita la cuenta de correo electrónico del Foro Consultivo de Empresas:

foroconsultivodeempresas@getxo.eus

En la presente mesa se proponen las siguientes ideas:

- Valorar la celebración de Noche blanca. Para ganar en visibilidad y generar movimiento.
- Getxo Moda. Se pospone a la primavera de 2022.
- Bolsas Navideñas, valorar costes y en caso de ser posible, para reparto a primeros de Diciembre y que si se puede sea producción getxotarra.
- 25 de noviembre: Día contra la violencia de género. Participación más activa del comercio en la causa. Se trasladará la idea al Departamento de Igualdad.
- Red comercial o adecuación de una lonja vacía, a modo de consigna. Las técnicas municipales estudiarán económicamente la propuesta.



4. Preguntas, sugerencias y otros.

Se abre el plazo de adhesión a BIZKAIA BONO DENDA- hasta el **5 de octubre**. Más información: <https://www.bizkaia abonodenda.eus/es/>

5. Próximos pasos:

- 5 Octubre: Foro Consultivo de Empresas. En la misma, las/os representantes sectoriales priorizarán las propuestas que se recojan de las mesas sectoriales. Las propuestas de la Mesa de Hostelería serán defendidas por sus representantes – Amaia Lauzirika (Getxo Enpresa), Ainhoa Calderon (Romo Bizirik) y Amaia Sertutxa (Algortako Dendak).

ACUERDOS DE LA MESA DE COMERCIO (23/09/2021):

ACUERDOS/ACCIONES	RESPONSABLE	FECHA
1. Envío del borrador del acta de la reunión	Técnicas del servicio	A partir de la reunión
2. Bolsas Navideñas. Estudio de presupuesto.	Técnicas del servicio	A partir de la reunión
3. Día contra la violencia de género. Trasladar la idea de participación más activa del comercio al Departamento de Igualdad	Técnicas del servicio	A partir de la reunión
4. Red comercial o adecuación de una lonja vacía, a modo de consigna. Estudiar económicamente la propuesta.	Técnicas del servicio	A partir de la reunión
5. Revisar la intensificación de impactos en la campaña de sensibilización y promoción de consumo en lo local, de cara a octubre.	Técnicas del servicio	A partir de la reunión
6. Considerar para la gestión de lonjas vacías, qué tipo de negocios se instalan y su proximidad a negocios de su mismo sector, para evitar competencia.	Técnicas del servicio	A partir de la reunión
7. Remitir más propuestas que puedan mejorar la situación del sector y/o contribuir a un mejor posicionamiento de éste, para su ejecución en 2022	Empresas del sector	Antes del 30 de octubre