



MESA DE COMERCIO

08 de abril de 2024

ORDEN DEL DÍA:

- ✓ Bienvenida
- ✓ Análisis de la situación actual del sector.
- ✓ Proyecto en curso:
 - Getxo Bono 2024: datos sobre la campaña
 - Red de comercio por la alimentación sostenible
 - Campaña “Pipi Perros”
 - Mercado de Saldos
 - GetxoAktibaTU!
 - Ayudas dinamización 2024
 - Ayudas a la contratación 2024
 - PERCO
 - GetxoLive
 - Otros: Formaciones Online, Batuz, Servicio Asesoramiento Empresas, Premios GetxoHurbil
- ✓ Nuevas ideas y propuestas

ASISTENTES: (90%)

CONVOCAD@S		ASISTENTES	AUSENCIAS	
			Justificadas	No justificadas
Rep. Algorta-Andra Mari	Virginia García (VITO 52)	X		
Rep.P.Viejo, P.Deportivo y Neguri	Kimetz Garate (ZURIKALDAI NEGURI)	X		
Rep. Romo	Leire Martin (Expert Cordevi)	X		

Rep. Las Arenas	Itxaso Zelaia (CARNICERÍA JUAN MARI)	X		
Rep. Las Arenas	Sara Mata (COLORES)			X
Rep. Algortako Dendak	Oriente Enríquez	X		
Rep. Getxo Empresa	Jose Manuel Garay	X		
Rep. Romo Bizirik	Mikel Achaerandio	X		
Getxoko Udala - Área de P.Económica	Juan Jesús Blanco	X		
	M.Z.	X		
	Rubén Justicia	X		

CONTENIDOS:

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

Mirene Zabalgogeoazcoa, técnica del área de promoción económica, a partir de ahora M.Z., procede a dar la bienvenida a las/os asistentes a la reunión, seguidamente, se procede a un pequeño debate grupal sobre cómo se ha dado la temporada hasta ahora y las perspectivas del sector. En este sentido, los asistentes exponen el siguiente escenario:

2. Análisis de la situación actual del sector

Las personas asistentes coinciden en que los inicios de año suelen “estar parados” e indican que el mes de marzo suele ser incluso peor que el de febrero, unido al clima y al Athletic que puede afectar a algunos positivamente y a otros no tanto.

Se comenta que se ve menos gente por el barrio y Oriente Enriquez comenta su preocupación por la apertura de dos bares concretos cercanos a sus locales ya que pueden ser conflictivos y afectar a su negocio. M.Z, les anima a trasladar al Ayuntamiento todos los problemas del barrio de los que sean testigos que repercuten en la zona para poder tomar acciones como son la limpieza, la seguridad, el orden...

3. Información relacionada con:

a) Getxo Bono 2024

M.Z., proporciona el número de establecimientos adheridos a la campaña (234) e indica que este año ha disminuido la participación de comercios en el programa porque se han eliminado academias, gimnasios y los servicios de salones de belleza en el Getxo Bono 2024 y se ha fijado una hora de inicio de la campaña. Asimismo indica que no hay una fórmula perfecta que satisfaga a todos los comercios e insta a los representantes a reflexionar sobre la viabilidad del modelo GetxoBono y sus objetivos.



En general, los/as representantes trasladan la sensación de que sus clientes están habituados a vivir campañas de descuento permanentes. Itxaso Zelaia, por su parte, cree que el modelo ha fracasado, y pone de ejemplo el bono de la carne que tampoco ha tenido el éxito que se esperaba, “la gente compra por descuento”. M.Z., concluye diciendo que si el objetivo GetxoBono es fomentar el consumo en el municipio durante un periodo de determinado de tiempo, visibilizar y fidelizar, se podrían buscar otras fórmulas para hacerlo más efectivo entre la ciudadanía. Les recuerda asimismo que en octubre habrá una segunda convocatoria en los mismos términos que en marzo, mientras no se determine el nuevo modelo.

[Más información de la campaña](#)

b) Red de comercio por la alimentación sostenible

M. Z. recuerda el funcionamiento de la red, e informa que desde P. Económica se ha lanzado una campaña audiovisual en redes sociales en relación a las buenas prácticas y valores de sostenibilidad del sector alimentario en Getxo con el objetivo de sensibilizar a los negocios en materias como el reciclaje, consumo responsable, desperdicio alimentario y la eficiencia energética. Además hace hincapié en que ya hay negocios que están utilizando estas buenas prácticas y les anima a solicitar un asesoramiento en estas materias anteriormente mencionadas. También resalta que se tienen en cuenta las necesidades y demandas en estas materias no solo del sector alimentación sino de todo el parque empresarial del municipio.

Leire comenta que no tiene claro un listado de servicios que ofrece P. Económica para el comercio, y la comunicación que se envía desde el Ayuntamiento viene con un lenguaje muy técnico, o hay demasiada información. Por su parte, Mikel Achaerandio, responsable de la asociación de Romo Bizirik añade que la comunicación está limitada al canal de correo electrónico y que pasan muchas horas dentro del negocio y no están pendientes de la comunicación vía email.

[Más información de la campaña](#)

M.Z. propone investigar el canal de comunicación más directo como es Whatsapp para reforzar la comunicación entre comercio y Ayuntamiento, y que se ajustarán/adaptarán tal y como se ha solicitado, los mensajes en las próximas comunicaciones con un lenguaje más sencillo y comprensible.

[Más información de servicios](#)

c) Campaña Pipi Perros

M.Z. explica que el departamento de medio ambiente del Ayuntamiento en colaboración con P. Económica ha lanzado una campaña en colaboración con las asociaciones de comercio y hostelería para fomentar el cuidado y limpieza de las fachadas comerciales entre los/as dueños de mascotas. Ellos añaden que la campaña les ha parecido correcta, hay muchos establecimientos se han adherido a la campaña.



M.Z. comenta que el Ayuntamiento tiene un proyecto de identificación de mascotas por ADN, y así poder sancionar por las defecaciones y micciones encontradas en vía pública.

[Más información](#)

d) Mercado de Saldos

M.Z. comenta que se ha mantenido la participación y continúa recordando que el objetivo del Mercado de Saldos es liquidar lo que el stock de la tienda pero no convertirlo en una campaña descuento.

Proponen cambiar el nombre, “Saldos” porque no es atractivo. Proponen un cambio de nombre a “mercado de oportunidades”. Se toma nota de la propuesta.

[Más información](#)

e) GetxoAktibaTU!

M.Z. explica en qué consiste el programa comenta que el objetivo es ganar visibilidad entre los propios comercios y los getxoztarras. Se recuerda que en Abril arranca la campaña con una completa agenda de actividades. Se recuerda que en ese momento no es un lugar de ventas, es darse a conocer. Se acuerda en realizar una campaña telefónica.

[Más información](#)

f) Ayudas a la dinamización 2024

M.Z. indica sobre todo a los/as representantes de las asociaciones, que las tres asociaciones han solicitado las ayudas L1 (la de actividades) y L3 (gastos para el mantenimiento de la asociación). La L1 se ha enviado ya al órgano colegiado para resolverse y la L3 se enviará el martes que viene al órgano colegiado. Como viene siendo habitual se notificará y se colgará la resolución en la web.

[Más información.](#)

g) Ayudas a la contratación 2024. Correspondientes a la convocatoria Lanbide 2023

M.Z. hace referencia al número de subvenciones concedidas en 2023, se han concedido 16 ayudas de las cuales 6 son de comercio (equivalente a más de un tercio de las ayudas), 4 son de hostelería y 6 corresponden al sector servicios.

Juan Jesús Blanco, responsable del departamento de promoción económica, detalla los requisitos de la subvención e informa que para que el departamento de P. Económica pueda difundir estas ayudas primero Lanbide tiene que resolver y concluye diciendo que se enviará la información, tal y como se vienen haciendo habitualmente, cuando se publique la convocatoria.

Aunque actualmente el plazo de presentación de solicitudes esté cerrado, en 2024



saldrá una nueva convocatoria. P. Económica tiene de plazo máximo hasta el 3 de mayo para solicitar la subvención a Lanbide. M.Z. por su parte, recomienda que vaya echando un vistazo a las condiciones de las ayudas del 2023 publicadas en la web ya que las condiciones no suelen cambiar mucho. Por otro lado, Juan Jesús Blanco incide en que las ayudas se agotan con bastante facilidad por lo que la rapidez a la hora realizar la solicitud hay que tenerla en cuenta, ya que la concesión de las ayudas se realiza por orden de entrada de la solicitud.

[Más información.](#)

h) PERCO

M.Z. recuerda que se negoció la realización/redacción de un diagnóstico que marque la estrategia del comercio de Getxo. Ikertalde, empresa adjudicataria del contrato ha hecho entrega al Ayuntamiento de dos documentos extensos, un primero de recogida de datos y otro segundo de la estrategia.

El plan estratégico se divide en 3 ejes principales:

1. **Transformación empresarial:** principalmente se busca que el comercio de Getxo mejore su competitividad y que se dote de herramientas de. Buscar fórmulas de personalización recursos intensivos e individuales y fomentar el emprendizaje. En este punto también se sugiere que hay que difundir los programas de una manera directa, que hay demasiados programas.
2. **Dinamización y espacio y movilidad Urbana:** Movilidad y Accesibilidad, Sostenibilidad. Están intentando dotar de servicios para viabilidad y peatonalización del municipio. Se acercan cambios legislativos que implicarán otras maneras de movilidad. Se insta a los/as representantes a que les envíen sugerencias sobre necesidades que puedan surgir en relación a las estaciones de carga y descarga, movilidad y accesibilidad.

Juan Jesús Blanco, responsable del departamento de P. Económica, hace hincapié en el sello distintivo que ha recibido Getxo como Destino Inteligente e informa que el Ayuntamiento está en un proceso de digitalización.

M.Z. esta recogida de información suele permitir entre otras utilidades recogidas de tránsito de la ciudadanía dentro del municipio para poder conocer las rutas que hacen diariamente y así poder utilizarla para las estrategias comerciales.

El plan también propone trabajar la fachada comercial, acciones que eviten el deterioro de estas.

3. Eficiencia de las políticas comerciales municipales:

Dentro del plan estratégico, se hizo hincapié en que el Ayuntamiento utilizase los recursos de dinamización comercial ya existentes dentro de la propia institución, como es el departamento de Cultura para poder establecer sinergias y crear



propuestas diferentes. Y a esto se le añade también el fomento de los convenios de colaboración no sólo interna sino también externa, con otras instituciones como la Cámara de Comercio y Gobierno Vasco. M.Z. finaliza comentando que se está trabajando para que la estrategia de comercio del departamento está alineada con Gobierno Vasco.

i) GetxoLive

M.Z. explica que el área de Cultura recupera el circuito de GetxoLive (actividad musical de grupos locales en espacios de hostelería) y amplía a locales comerciales. Saldrá una convocatoria de ayudas para que los comercios que estén interesados las puedan solicitar.

4. Nuevas ideas y propuestas.

Itxaso Zelaia de Carnicería Juan Mari comenta que hay demasiada información sobre los programas de asesoramiento pero le cuesta llevarlo a la práctica y pide mayor acercamiento y prestación de servicios a los/as técnico/as. Virginia García de Vito 52 comenta que es responsabilidad del propio propietario/a del negocio actualizar su gestión de productos online y el horario y que requiere mucho tiempo, después de cerrar el comercio tienen que actualizar la parte digital.

M.Z. explica que ya se hizo un pilotaje en el que se analizó como estaba el sector hostelero posicionado en Google MyBusiness, se contactó con todo el sector, se les invitó a talleres formativos, y la participación fue muy baja.

Asimismo, comentan que los alquileres son altos en Getxo y no han bajado los precios en años y esto supone un problema muy grande para nuevas aperturas. Al hilo de lo anterior, Itxaso Zelaia de Carnicería Juan Mari consulta sobre el estado de los negocios abiertos y sobre si los precios del alquiler que pagaron los participantes al programa "Lonjak Piztu" se han mantenido o han subido. M.Z. les responde diciendo que de los 14 negocios abiertos, 4 han cerrado, que se sigue realizando seguimiento de aquellos comercios que siguen con actividad. También se compromete a dar el dato sobre el precio de alquiler actual de esos negocios.

Mikel Achaerandio reflexiona sobre el mal uso de los nuevos usuarios de las bicicletas BizkaiBizi y sobre los cambios que se están haciendo a nivel de viabilidad dentro del municipio. También comenta que las horas de subfluvial van a influir en el tránsito de personas.

M.Z. comenta que el [PEMUS](#) contempla todos los aspectos de movilidad en el municipio.

5. Próximos pasos:



- **Convocar el Foro Consultivo de Empresas 22 de Mayo.** En la misma, las/os representantes sectoriales priorizarán las propuestas que se recojan de las mesas sectoriales.

ACUERDOS DE LA MESA DE COMERCIO (08/04/2024):

ACUERDOS/ACCIONES	RESPONSABLE	FECHA
1. Envío del borrador del acta de la reunión	Técnicas del área	A partir de la reunión
2. Envío de diagnóstico y plan estratégico de comercio (PERCO)	Técnicas del área	A partir de la reunión
3. Envío de información de la convocatoria GetxoLive	P. económica	Una vez aprobada la convocatoria de cultura
4. Trasladar los datos sobre destrucción de empleo en Getxo	Técnicas del área	A partir de la reunión
5. Envío de información de la convocatoria Ayudas a la Contratación	P. económica	Una vez aprobada la convocatoria de P. Económica