



FORO CONSULTIVO

23 de febrero de 2021

ORDEN DEL DÍA:

- 1.- Bienvenida, presentación de los representantes y objetivo de la reunión
- 2.- Modelo de Getxo Bono 2021.
- 3.- Campaña de sensibilización y promoción de consumo en lo local.
- 4.- Preguntas, sugerencias y otros.

ASISTENTES: (81,8%)

CONVOCAD@S		ASISTENTES	AUSENCIAS	
			Justificadas	No justificadas
Representante Alojamiento	Javier Angulo		X	
Representante Taxis	José Ignacio López (acompañado de Maite)	X		
Representante Ocio Deportivo	Héctor García	X		
Representante Centros de interpretación, guías y agencias de viajes	Ainhoa Sarriegi	X		
Representantes de comercio				
Getxo Empresa	Elena Cantera	No acude sustitut@	X	
Romo Bizirik	Ainhoa Calderón	X		
Algortako Dendak	Amaia Sertutxa	X		
Representantes de hostelería				
Asociación de Hostelería de Bizkaia	Héctor Sánchez	X		
Asohge	Jorge Alonso	X		
Romo Bizirik	Jon Morán			X
Getxo Empresa	Desiré Yeste en sustitución de Maria del Fresno	X		
Getxoko Udala - Area de P.Económica	Mirene Zabalgogezcoa	X		



Getxo

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

bizi ezazu

	Sonia Urdiain	X		
--	---------------	---	--	--

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

Breve saludo a los y las asistentes que acuden a la convocatoria, y se recuerda el objetivo de la reunión:

- ✓ Presentación del Modelo Getxo Bono 2021.
- ✓ Campaña de Sensibilización y promoción del Consumo Local.

2.- Modelo de Getxo Bono 2021.

2.1- Getxo Bono: Hostelería.

Se recuerda a la mesa las peticiones recogidas en anteriores convocatorias del Foro Consultivo que han sido tomadas en consideración para diseñar el modelo de Getxo Bono Hostelería que mejor se ajuste a las necesidades del sector, siendo dichas premisas las siguientes:

- Importes menores para que puedan dar respuesta a todo tipo de establecimientos.
- Que se pueda elegir el establecimiento en el momento de compra.
- Mínimo impacto en la gestión de los bonos en los establecimientos.
- Si puede ser que solo se gestione la parte de la bonificación.
- Sistema sencillo.
- Que puedan ser emitidos por el establecimiento y/o comprados por el cliente.

Además, el equipo técnico ha estudiado y tenido en cuenta los modelos de bono expuestos por Héctor Sánchez en la pasada mesa política de contrastes.

Como resultado, se presenta el modelo propuesto, que estará compuesto de las siguientes características:

- Bono con formato a papel.
- Reparto equitativo a los establecimientos adheridos.
- Dos importes de bono uno de 15 y otro de 30, bonificados al 50%.
- Gestión sencilla y a medida de todos; el hostelero podrá, si lo prefiere, justificar los bonos consumidos por medios electrónicos, mediante una aplicación diseñada para ello; o, hacerlo presencialmente.
- Sin límite de compra; dependerá del criterio que utilice el hostelero para ofrecerlo a sus clientes.
- Su funcionamiento consistirá en la siguiente mecánica:

El usuario adquiere el bono en el propio local, actuando a modo de cupón, y por lo tanto canjeable en una o varias consumiciones hasta verse agotado su saldo; para



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

mayor aclaración, se muestra un modelo aportado por Héctor Sánchez. Por su parte, el hostelero, una vez vendido el Bono, adjunta la factura simplificada, la presenta online u offline, y recibe dicha bonificación a los pocos días, independientemente de cuando sea consumido el Bono.

- Internamente, dicha gestión se efectuará como en anteriores ediciones; mediante una Asociación, a través de convocatoria de ayudas, como agente tercero para el desarrollo de una pasarela de pago y aplicación web.

Además, se anuncia la confirmación de los importes presupuestados para tales acciones, en las que se incluyen:

- ✓ 100.000€ dedicados a la gestión del bono.
- ✓ 15.000€ dedicados a publicidad.

El equipo técnico informa que, junto con los 35.000€ disponibles para publicitar Getxo Bono **de Comercio**, suman una totalidad de 50.000€; cantidad que, sería más interesante utilizar conjuntamente mediante una campaña global de Bonos municipales, para así potenciar la difusión de ambas tipologías. La idea consistiría en conseguir un gran impacto al inicio, para dar a conocer su funcionamiento a la ciudadanía, y más tarde ir haciendo difusión con menor intensidad hasta el fin de la campaña.

2.1.1- Reflexiones grupales

Jorge Alonso, representante de ASHOGE, hace llegar su preocupación respecto a esa falta de diferenciación de ambos bonos, ya que al ser una novedad para la hostelería, la ciudadanía podría no asociar el Getxo Bono a dicho sector. También pregunta por la posibilidad incluir en esos 50.000€ la publicidad que individualmente los participantes puedan invertir en sus Redes Sociales, a modo de subvención, propuesta que no se considera posible técnicamente.

Se explica la conveniencia de que, a pesar de que cada tipo de bono tiene el objetivo de ayudar a dos sectores diferentes, ambos deban llamarse Getxo Bono. Eso no significa que no vaya a existir una diferenciación de cada uno mediante una serie de guiños exclusivos. Por ejemplo en su denominación, incluyendo la coletilla "Ostalaritza" en uno, y quedando a determinar la más conveniente para el de comercio, ya se tiene que ajustar a todos los sectores participantes.

Héctor Sánchez, representante de la Asociación de Hostelería de Bizkaia, por su parte, dice no ser el mejor sistema para incentivar el consumo en general, ya que así como muchos hosteleros sabrán utilizarlos estratégicamente y con criterios de marketing, también habrá otros que solo se ceñirán a repartirlos a modo de "premio" entre sus clientes habituales o amistades. Por ello ve imprescindible saber utilizarlo correctamente. Dicha necesidad es mencionada también en varias ocasiones por Jorge Álvarez, con el fin de evitar la posible "competencia desleal" entre hosteleros por su mala utilización.

Para dar respuesta a la forma más adecuada de utilización de bono se propone **crear un video explicativo**, previo a la campaña para que, teniendo en cuenta la novedad que supone para



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

el sector, lxs hostelerxs puedan entender la mecánica del modelo y sus buenas prácticas, a fin de trabajar con ellos en una buena estrategia de uso.

Por otro lado, surgen otras varias preocupaciones entre los representantes respecto al modelo:

1. Sistema propuesto del Bono:

Jorge Alonso, duda sobre si el sistema propuesto tenga por objetivo abaratar el consumo en vez de fomentarlo. La respuesta por parte del equipo técnico y algunos otros asistentes como Amaia Sertutxa, representante de Algortako Dendak, hablando desde su experiencia, es que definitivamente lo fomenta, pero, como se citaba anteriormente, depende principalmente en la estrategia utilizada por el establecimiento.

2. Actuación ante la posibilidad de que finalmente haya Bonos sobrantes:

Ante la pregunta de Ainhoa Sarriegi, Representante Centros de Interpretación, Guías y Agencias de Viajes, sobre dicha posibilidad, se asegura tanto por las técnicas del ayuntamiento, como por Héctor Sánchez, y varios representantes, que esa circunstancia es prácticamente nula; no solo por la “escasa” cantidad de bonos que le corresponderán a cada hostelero, sino por la facilidad de aplicación a cualquier usuario/a y en cualquier momento. Además, Se estima que el consumo de los mismos sea muy rápido. Sin embargo, si se diera el caso, se recogerán y repartirán entre el resto de participantes.

3. Reparto equitativo entre hosteleros:

Jorge Alonso, incide en que dicho reparto no es del todo justo para aquellos establecimientos que realicen mayores esfuerzos en la promoción de los mismos, ya que se verán limitados por un número fijo de bonos, sin la posibilidad de conseguir mayores consumos.

4. Posibles fraudes:

A pesar de que varios/as asistentes expresen su intranquilidad al respecto, se llega a la conclusión de que la incidencia de fraude en otras campañas siempre ha sido mínima. Aun así, se tratara de diseñar un bono con las mayores garantías posibles.

2.2- Getxo Bono: Comercio, Empresas Turísticas, Taxis y Servicios diversos.

De la misma manera, se hace constar al Foro Consultivo las peticiones recogidas en anteriores convocatorias que han sido tomadas en consideración para diseñar el modelo de Getxo Bono que mejor se ajuste a todos los sectores incluidos, siendo dichas premisas las siguientes:

- Duración campaña: desde que arranque hasta la finalización de los bonos.
- Cuantías bonos: Mantener los bonos de 20 y de 40€ y las bonificaciones actuales.
- Que sea accesible para las personas mayores.



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

- Que la gestión de los pagos a los establecimientos sea rápida.
- Que la tramitación sea sencilla.
- Que el modelo genere el mínimo posible de gestión interna de validación y pagos.
- Alcance de la campaña: darle difusión principalmente en Gran Bilbao y Uribe Kosta.
- Adquisición del GetxoBono: ¿comerciantes o cliente final? Se apuesta por un escenario mixto, y atendiendo las necesidades de las personas mayores – menos digitales).
- Eliminar el cajero como medio de adquisición del bono, con el fin de evitar colas, fallos en la máquina, desplazamientos lejanos a cajeros, etc.

Además, se comunica que nuevos sectores se incorporarán al uso del Getxo Bono, y se convocará una jornada con el fin de informarles sobre su utilización y funcionamiento.

Específicamente, se informa a los representantes de Taxis que, mientras que el año pasado solo tenían la posibilidad de adhesión a la campaña los taxis con servicio Getxo-Taxi Tours, de cara a 2021, como novedad, todos los taxistas podrán participar, para cualquier tipo de servicio en taxi.

Así, se presenta el modelo propuesto de Getxo Bono 2021, que estará compuesto de las siguientes características:

- Bono con formato Online, mediante la creación de una aplicación diferente a la utilizada anteriormente, que proporciona más agilidad de gestión.
- Adquisición del Bono mediante web, únicamente.
- Dos importes de bono; uno de 20 y otro de 40, como el año anterior y bonificados al 25%.
- Gestión de canje sencilla mediante aplicación más ágil.
- Eliminación de límite de compra por persona.
- El establecimiento será el encargado de ayudar insitu a las personas mayores a adquirir el bono; aprovechando la circunstancia como oportunidad para fidelización de clientes.
- Asociación, mediante convocatoria de ayudas, como agente tercero para el desarrollo de una pasarela de pago y aplicación electrónica.

2.2.1- Reflexiones grupales

Se sacará una convocatoria extraordinaria de ayudas destinada a las asociaciones para que hagan la gestión y la beneficiaria de la ayuda será quien contrate la aplicación de gestión.

Algunos representantes miran con recelo la nueva aplicación, ya que la experiencia con anteriores aplicativos ha sido poco ágil y problemática; esperan ver un cambio positivo en ese aspecto con la nueva.

Ainhoa Calderón, representante de Romo Bizirik, por su parte, dice que ve los mismos problemas que en la anterior edición. Por un lado, la adquisición del bono para las personas



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

mayores no ha cambiado y ellos ya venían ayudándoles en el establecimiento hasta ahora, hecho que ocupa tiempo de su trabajo. Se le responde que no hay muchas más opciones, ya que crear un bono mixto de papel en establecimiento y online es inviable de gestionar y, además, supone un encarecimiento significativo en los gastos de gestión. También, siendo una campaña de promoción, visibilizarían y fidelización, se reincide en la oportunidad que eso puede suponer para crear clientes satisfechos.

A pesar de ello, equipo técnico se compromete a estudiar la propuesta de creación de un porcentaje pequeño de bonos físicos, en determinados sectores o zonas del municipio, para dar cabida a dicha necesidad.

Por otro lado, Ainhoa dice no ajustarse a los comercios tradicionales que no controlan los avances tecnológicos actuales, y supone impedimentos para ellos. La opinión técnica que se le traslada, es que el volver a los modelos antiguos supone un retroceso absoluto. Actualmente y de manera global, se está apostando por la digitalización, y un claro ejemplo de ello, es la incorporación en 2022 del Sistema Batuz, que supone la disposición en los comercios de un programa de facturación y gestión puramente informática, y de carácter obligatorio. Por todo ello, es importante que los sectores comiencen a hacer ese esfuerzo con pequeñas acciones como esta.

José Ignacio López, representante de la mesa de Taxis, traslada al Foro la necesidad de que tanto cliente como profesional se adapte al avance tecnológico, porque es un hecho inevitable. Desde su propia experiencia, con un nuevo aplicativo instalado en sus servicios, tiene comprobado que todos vamos a lo cómodo, evitamos todo aquellos que nos crea incertidumbre o desconocimiento hasta que sabemos manejarlo, dando como ejemplo sencillo el hecho de cambiar de teléfono móvil.

Con todo ello, y tras el visto bueno de los dos modelos, se comenzará a trabajar internamente en los próximos pasos a realizar para iniciar la campaña con la mayor brevedad posible, lo cuales irán siendo informados. También se intentará realizar un cronograma de la campaña, que será enviado del mismo modo. Asimismo, se solicita también a los representantes incidir en la participación de sus asociados para alcanzar a mayor número de adhesión que en la anterior edición, ya que se consideró escasa.

Se considera necesario establecer un límite diario en el número de bonos a adquirir por persona y día (máximo de cuatro bonos).

El equipo técnico se compromete a entregar el cronograma de esta actuación a los representantes del Foro.

3.- Campaña de Sensibilización y Consumo Local

El equipo técnico, traslada que el año pasado se aprobó una línea de presupuestos participativos para la campaña de sensibilización de compra local. En principio, se hizo una estimación de 60.000€ ya que era una campaña todavía indefinida. Sin embargo, la última



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

información es que dicha cantidad se ha visto incrementada hasta los 80.000€, en su totalidad.

Para la campaña se han pedido 3 propuestas para que 3 empresas de publicidad y comunicación de la localidad la desarrollen, con un presupuesto máximo para toda la campaña de **15.000€ + IVA**, que deberá de incluir:

- El diseño de una estrategia: Se tendrán en cuenta imagen propuesta y creatividad. También se trata de que sea participativo por parte de los comercios.
- Medios utilizados: la idea es que se utilicen medios de gran impacto para el sector económico del municipio, que sean ágiles, dinámicos, meramente audiovisuales; teniendo en cuenta que mientras la movilidad se vea afectada se abordara principalmente la zona de Gran Bilbao y Uribe Costa.
- Indicadores: También se requerirán indicadores para medir y hacer seguimiento de los resultados de la campaña.

El resto del presupuesto, se invertirá principalmente en acciones publicitarias.

Se comunica que el jueves, 25 de febrero, está prevista la recepción de dichas propuestas. Desde ese momento, se podrá hacer la adjudicación que más adecuada resulte desde el punto de vista técnico, y se comenzara a trabajar internamente con la empresa adjudicada.

Se irán compartiendo con el Foro Consultivo los avances que se vayan dando para que sean partícipes de los contenidos y vayan realizando sus aportaciones.

4.-Preguntas, sugerencias y otros

Plan extraordinario de actuaciones para la reactivación económica

En línea con lo comentado por los representantes del Equipo de Gobierno Municipal en la última Mesa Política de Contraste, se avanza a lxs asistentes algunxs de las medidas y actuaciones propuestas por el Equipo de Gobierno, y que afectan directamente al tejido económico. El plan Getxo Ekinez!, está aún en formato borrador y se está contrastando con los diferentes grupos políticos con representación municipal.

Entre las actuaciones extraordinarias, se destacan y comentan aquellas que atienden las peticiones del Foro Consultivo de Empresas.

Publicidad en Taxis

Se vuelve a mostrar interés por parte de los comercios de utilizar a modo de sinergia los taxis como soporte publicitario, lo cual sería una vía adicional de financiación para la asociación de taxistas.

Se recuerda a lxs asistentes que se consultó al departamento municipal de Régimen Interior si los taxis podían portar publicidad. Su respuesta fue que en principio no contravenía ninguna de las normativas en vigor; y que éstos debían presentar una solicitud formal junto a un proyecto sencillo con el fin de que el Ayuntamiento lo analizase y diera respuesta.



Getxo
bizi ezazu

Ekonomia - Sustapena
Promoción económica

Para ello, se les ofreció el servicio de consultoría del ayuntamiento para desarrollar el pequeño proyecto, porque ya hubo en anteriores mesas interés en publicitar sus negocios mediante soportes en los taxis.

Por lo tanto, y para publicitar acciones como Getxo Bono y promoción de negocios locales, se les informa que bastaría con que la asociación de taxis, tras consensuarlo en junta interna, se animase a solicitar el servicio de asesoramiento y desarrollar con ayuda de éste el proyecto, para su aprobación desde el ámbito municipal; y poder así, ser uno de los medios a utilizar en las próximas campañas de promoción y difusión del área.

Tras el interés mostrado, Jose Ignacio López – presidente de la asociación de taxistas, solicita el servicio de asesoramiento; se le derivará por parte de las técnicas.

Cross-selling

Amaia, representante de Algortako Dendak propone en relación a la campaña de captación de grupos (acción 6 priorizada por el Foro), que se utilice a las propias asociaciones de comercio y hostelería para dar a conocer los servicios y productos del municipio.

En este sentido, desde el ámbito técnico se comenta la organización de fam-trips que se han organizado años anteriores, y a lxs que se invita a lxs principales prescriptores de uso de los servicios turísticos.

Teniendo en cuenta la realidad que vivimos, y las restricciones de movilidad, se considera muy interesante la propuesta, y la posibilidad de convertir a comercios y hostelería en prescriptores de uso de los servicios turísticos y de ocio.

Se trabajará una propuesta.

Apoyo a la difusión de la oferta

Desirée Yeste comenta la posibilidad de disponer de videos promocionales de servicios y campañas de promoción municipales para su difusión en lxs televisores; una propuesta que parece encajar también a otros asistentes.

Se agradece la oferta; se realizará un recopilatorio de todos los videos disponibles y se invitará a lxs establecimientos a que contribuyan a su difusión en los medios de los que dispongan.

Bono General / Hostelería

Jorge Alonso, preocupado por el posible número limitado de bonos por establecimiento hostelero pregunta el tratamiento que tendrán las empresas que disponen de 2 licencias (una de hostelería y otra de otros servicios).

Técnicamente se estudiará, si los GetxoBonos se darán por licencia o por establecimiento, y se dará respuesta.

ACUERDOS DEL FORO CONSULTIVO DE EMPRESAS (23/02/2021):

ACUERDOS/ACCIONES	RESPONSABLE	FECHA
1.- Getxo Bono: estudiar la propuesta de creación de un porcentaje pequeño de bonos físicos, en determinados sectores o zonas del municipio, para dar cabida a dicha necesidad.	Mirene	Primera quincena de mayo
2.- Getxo Bono: valorar técnicamente las adhesiones de los establecimientos que tengan más de una licencia (alimentación y hostelería).	Mirene	Primera quincena de mayo
3.- Derivación a asesoramiento para proyecto publicitario de Taxis.	Sonia	A partir de la reunión
3.- Analizar la posibilidad de organizar Fam-trips para los establecimientos locales (para que sean prescriptores de los mismos)	Sonia	Junio
4.- Analizar la posibilidad de poner a disposición de aquellos establecimientos que tengan pantallas, videos promocionales de los planes	Sonia	Mayo