

*Euskadi, auzolana, bien común*

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA  
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,  
COMERCIO Y CONSUMO



OÑATI  
dabilen herria

ikertalde

# OÑATIKO MERKATARITZA EKINTZA PLANAREN EGUNERAKETA

2020ko abenduaren 4

## AURKIBIDEA

<b>0.- HASIERAKO PALNTEAMENDUA</b>	<b>3</b>
<b>1.- TESTUINGURUA</b>	<b>4</b>
<b>2.- PLANAREN BIHOTZA ETA EGITURA</b>	<b>10</b>
<b>3.- PLANAREN GARAPENA</b>	<b>15</b>
1 ardatza.- OÑATIko merkataritza modeloa	15
2. ardatza- Digitalizazioa eta Lehiakortasuna	27
3. ardatza- Serbituzazioa eta komunitatea	34
4. ardatza- ekintzaitzaren eta enpresen arteko lankidetzaren kudeaketa	40
5. ardatza- Komunikazio eta dinamizazioa	46
6. ardatza- Gobernantza eta Elkarteratzea	52

<b>PLANAREN JARDUKETAK, ARDATZEN ETA EKINTZA-ILDOEN, LEHENTASUNEN ETA PROIEKTUEN ZENBATESPENAREN ARABERA</b>	<b>57</b>
--	-----------

## ERANSKINAK

## 0.- HASIERAKO PLANTEAMENDUA

Urtearen hasieran, Merkataritza Biziberritzeko Plan Berezia berrikusteko lehen faseari ekin zitzaien, eta Oñatiko merkataritza-egoeraren diagnostikoa egin zen.

Dokumentu hau bigarren fase bati dagokio. Fase horretan, modu koherentean erantzuten zaio 2020an marraztutako errealitateari. Errealitate hori deskribatuta eta formalizatuta dago aipatutako diagnostiko-dokumentuan. Siadeco enpresak egin du, eta Ikertalde eta sektoreko eragileek aberastu eta osatu egin dute prozesuan zehar.

Era berean, hasierako diagnostikoa eguneratu egin da, COVID-19 testuinguru berriaren ondoriozko joera sektorialetan eta gogoeta eta beharretan oinarrituta.

Horrela, Ekintza Planaren dokumentu hau honela egituratzen da:

### 1.- TESTUINGURUA

- AMIaren laburpena
- Retailen joerak
- COVID-19 eta haren deribatua
- Lan-prozesua

### 2.- PLANAREN BIHOTZA ETA EGITURA

### 3.- PLANAREN GARAPENA

# 1.- TESTUINGURUA

## ➤ Aukera/Indarren eta Mehatxuen/Ahulezien laburpena PERCO Oñati 2020

Oñatiko udalerriko hainbat alderdi eta joera, merkataritza-eskaintza eta -eskaria aztertzen dituen diagnostiko-dokumentutik abiatuta, Oñatiko merkataritza-ekosistemaren indargune, aukera, mehatxu eta ahulgune nagusiak jasotzen dituen dokumentu bat aurkezten da, laburpen gisa..

Aukerak eta Indarguneak	Mehatxuak eta Ahuleziak
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Biztanleriaren hazkunde iraunkor eta orekatua</li> <li>✓ Herritarren jarduera eta errenta adierazle onak</li> <li>✓ Oñati eta gainontzeko herrien arteko lotura ez da beste herri batzuek dutena bezain erraza, ondorioz Herri barruko dinamika sozioekonomiko indartsua</li> <li>✓ elkarte eta erakunde ugari. dinamika asoziatiboa aberatsa</li> <li>✓ Tokiko merkataritza, eremu giltzarria da geroz eta garrantzi handiago duten jasangarritasunaren aldeko politika eta neurriak garatzeko:</li> <li>✓ hirigune historikoa balibide eta ekipamendu erreferentzialeskin</li> <li>✓ espazio publikoan dotazioa eta oinezkoen mugikortasunerako baldintzak oso egokiak, ondorioz ibilgailuen zirkulazio sistemak eragin txikia du merkataritzan</li> <li>✓ Enpleguari dagokionez, aipatzekoa da merkataritza eta bestelako zerbitzuek Oñatin duten garrantzia</li> <li>✓ bezeroari eskaintako arretarekin zerikusia duten alderdiak dira gehien baloratzen direnak</li> <li>✓ Eskaintako produktuen kalitatea, berezitasuna</li> <li>✓ erosketa ohitura berrietara egokitzeko gaitasuna erakutsi duten establezimenduetan</li> <li>✓ Establezimenduen multzo adierazgarri bat (%21ek), baikor eta gogotsu agertzen da etorkizunari begira</li> <li>✓ herrian erosteko joera kanpoan erostekoa baino gehiago zabaldu da herritarren artean</li> <li>✓ orain dela hiru urte baino gehiago erosten dutela dioten herritarrek (%39), orain kanpoan gehiago erosten dutela esan dutenak baino gehiago</li> <li>✓ Herritarren %95ek inoiz herriko saltoki txikietan erosten dutela adierazi dute. Produktu zehatz batzuk herritarren gehiengoak herriko establezimenduetan soilik erosten dituelako: janariak (ia herritarren %80k); drogeria-edertasun produktu-botikak (%82), etxerako tresnak-altzariak burdindegiko produktuek (%64)</li> <li>✓ produktu mota horietan herritarrek egiten duten merkataritza gastuaren proportzio nagusia herriko establezimenduetara bideratzen da</li> <li>✓ herritarren merkataritza gastu potentziala 44,9 milioi eurokoa, horren herriko establezimenduetan egiten dute (34,7 milioi).</li> <li>✓ Kanpoko erosleek Oñatiko establezimenduetan egiten duten gastua (erakarririkoa), 3.232.637 eurokoa</li> <li>✓ Txanda Merkataritza eta Zerbitzu Elkarteak funtzio oso garrantzitsuak betetzen ditu</li> <li>✓ Oñatiko Udalak merkataritza eta zerbitzuen sektorea sustatzeko interesa dauka, Etorkizunari begira, sektorea indartzeko plangintza integrala burutzeko asmoa du</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Biztanleria zahartze prozesu batean murgilduta dago</li> <li>✗ Industria sektoreko lan aukerak eta lan baldintzen aurrean zaila da herritarrentzat eta batez ere gazteentzat, merkataritza eta zerbitzuen sektorean lan egitearen aldeko apustua egitea.</li> <li>✗ Aisialdirekin lotuta, herritik atera eta kanpoan kontsumitzeko ohiturak areagotu egin dira</li> <li>✗ Herri eta kaleko giroak behera egin du, egunerokotasunean jendea gutxiago dabil kalean</li> <li>✗ Merkataritza kateek eta frankiziek, promozio eta salmentarako estrategia berriak sustatu Dituzte, prezioen murrizketan eta mota desberdinetako deskontuetan oinarrituz eta txikizkako merkataritzarentzat zaila da baldintza horietan lehiatzea</li> <li>✗ Herriko ostalaritza eskaintzaren kalitatea eta aniztasuna murriztu</li> <li>✗ Erreferentziazko aparkalekuen plaza kopurua, merkataritza eremuaren azalerarekiko, eskasa</li> <li>✗ Errekalde auzoaren eta merkataritza eremuaren arteko oinezko artikulazioak hutsune puntualak ditu</li> <li>✗ Oñatiko merkataritza establezimenduen kopurua gutxituz joan da eta horren ondorioz, bere merkataritza dotazioa ere bai</li> <li>✗ Oñatiko merkataritza eskaintza osatuagoa eta integralagoa izateko, hutsuneak ditu</li> <li>✗ Establezimenduen ia laurdenak (%24,2k), ilun ikusten du bere etorkizuna</li> <li>✗ Belaunaldien arteko errelebo komertziala eteteko arriskua nabarmena</li> <li>✗ Merkataritza elektronikoa lehiakide gogorra bilakatu da eta are gogorragoa izango dela aurreikusten da: herritarren %37k dio orain dela hiru urte baino gehiago erosten duela interneten bidez (16-35 artekoen artean %71 dira).</li> <li>✗ Txikizkako merkataritzak eta zerbitzuek, oro har, ez dute asmatu teknologia berriak euren behar eta interesetarako egoki erabiltzen</li> <li>✗ Bezeroari eskaintako tratua eta arreta hobetu beharra dago, merkataritzaren berezkoena eta baloratuena den alderdi honi balio handiagoa emateko</li> <li>✗ Oso adierazgarria da arropa-oinetakoak Oñatik kanpo ere erosteko ohitura duten herritarren proportzioa (%82).</li> <li>✗ herritarrek egiten duten gastuaren proportzio nagusia, kanpoko establezimenduetara edo merkataritza elektronikora doa: arropa-oinetakoetan (%58); elektrogailu-ordenagailu-informatika osagarrietan (%66).</li> <li>✗ nagusiki bi eremutan egiten dituzte erosketak: Gasteizen eta Arrasaten</li> <li>✗ Oñatiko herritarrek egiten duten merkataritza gastu osoaren %22,7, kanpoko establezimenduetara edo merkataritza elektronikora doala estimatzen da (ihes egindako gastua: 10,2 milioi euro).</li> <li>✗ merkataritza saldoa negatiboa da:</li> <li>✗ Sektoreari zuzendutako formazioan hutsuneak daude</li> <li>✗ Udalaren eta sektorearen arteko koordinazioa eta elkarlana ez dira nahikoak</li> <li>✗ Udalaren inplikazio handiagoa eskatzen da: <ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Hutsik dauden lokalak itxura hobetu eta horien erabilera komertziala sustatzeko</li> <li>✗ Sektoreari aplikatzen zaion araudia arintzea, malgutzeta eta sinplifikatzea</li> <li>✗ zerga eta tasa murriztea</li> <li>✗ Sektoreari zuzendutako diru-laguntzak</li> <li>✗ Sektorearen komunikazio eta publizitatean</li> </ul> </li> <li>✗ Txanda Merkataritza Elkartearen komunikazio eta promozio neurrien eragina nahiko mugatua</li> <li>✗ Txanda Merkataritza Elkarteak ekimenerako gaitasun handiagoa izan eta talde irudiaren (markaren) proiektio indartsuagoa egin behar du, erakargarriagoa eta eraginkorragoa izateko</li> <li>✗ herritarren sentsibilizazioa gehiago lantzea. Bereziki, gazteekiko sentsibilizazioaren garrantzia</li> </ul>

*Iturria: Merkataritza biziberritzeko plana Oñati 2020 Diagnostiko fasea*

## ➤ Retailean azken urteetan bizitako 5 hondoko joeren laburpena

Krisi osteko testuinguru ekonomikoa, merkataritza-sektoreko makrojoera hauek nabarmentzen dira, Oñatiko merkataritza-sektorean eta hiri-sektore tertziarioan ere ikusten direnak:

### 1. joera: aurreko krisiaren herentzia: KONTSUMITZAILE BERRI BAT

2008ko finantza-krisia atzean geratu zen arren, ez da neutroa izan erosteko ohiturei dagokienez. Kontsumitzaile zuhurragoa eta arrazionalagoa uzten digu; hobeto informatua, zerbitzua, erosketa-esperientzia, hurbiltasuna eta, jakina, prezioa eskatzen dituen.

*Nolanahi ere, Oñatin egoera sozioekonomikoa hobea da konparazioz; "EAEkoa erreferentziatzat hartuta, Oñatiko errenta pertsonal osoa %20 altuagoa da, eta errenta pertsonal erabilgarria %22" (iturria: Siadeco: 2020) "*

### 2. joera: eredu komertzial berri bat, non enpresa berean kanal ezberdinak elkarbizitzen diren: OMNIKANALITATEA.

Denda fisikoak eta on line kanala aliatuak dira. Establezimendu tradizionalak enpresaren on line estrategia osatzen dute eta mundu digitala denda fisikoak "betetzeko" tresna bihurtzen da. Enpresak kanal baten eta bestearen bidez asebate behar ditu bezeroak, elkarreraginean aritzeko eta elkarren artean sinergiak sortzeko.

*"Zehazki, Oñatin, 35 urtetik beherakoen % 72k modako produktuak erosten dituzte Internet bidez; % 43k 36 eta 60 urte bitartekoen artean, eta % 9 inguruk 61 urtetik gorako artean (iturria: Siadeco: 2020)"*

### 3. joera: e-commerceri KONEKTATUTAKO MERKATARITZARA

Beraz, ez gara e-commerceri buruz bakarrik ari, baita teknologiek merkataritza bezeroarekin erlazionatzeko, hurbilago egiteko, hobeto ezagutze ko, zerbitzua emateko eta erosketa-esperientzia hobetzeko aukera ematen duten moduei buruz ere.

*"Establezimenduen %41,4k Instagram erabiltzen duela dio. Web orri propio duten establezimenduek %31,1 dira; Erosketa elektronikorako aukera ematen duten establezimenduak %12,1 dira. Proporziorik altuena jolaski-oinetako establezimenduek erakusten dute (%23,1) eta baxuena berriz, elikagai establezimenduek (batek ere ez) (Iturria: Siadeco: 2020) "*

#### **4. joera: biztanle-piramide konplexua. MERKATARITZAREN ALDETIK KONTRAESANKORRAK DIREN JOERA DEMOGRAFIKOAK**

Demografiaren bilakaerak agerian uzten du adin aurreratuko (eta oso aurreratuko) biztanleria-multzo gero eta handiagoa. Euskadin, 2031ko proiektzioen arabera, euskal biztanleriaren % 28k baino gehiagok 65 urte baino gehiago izango ditu. Belaunaldi berriek (Millennials eta GenZ), berriz, konektatutako merkataritza-eredu berrian oinarritutako merkataritza- eta harreman-forma desberdinetara jotzen dute pixkanaka.

*Oñatiko biztanleria zahartze-prozesu batean murgilduta dago, eskualdekoa bezala. Horren ondorioz, 2019an 65 urte eta gehiagoko herritarrak Oñatiko biztanleria osoaren %23,0 dira, (iturria: Siadeco: 2020) "*

#### **5. joera: hiri-eremuak lurra berreskuratzen du; eta merkataritzaren eta zerbitzuen hibridazioak erakargarritasuna ekartzen du: HIRI-EKONOMIAK PROTAGONISMOA HARTZEN DU BERRIRO**

Hiriguneen adeitasuna nabarmen hobetu da; garraio publikoa birkokatu egin da, eta belaunaldi berrien artean automobilak protagonismoa galdu du. Hori dela eta, hiriguneak, oro har, bizi-esparru natural eta jarduera ekonomiko jasangarri bihurtu dira.

*Oñatiko 16 urtetik gorako biztanleen ia % 77,5ek elikagai freskoak (haragia, arraina, fruta, barazkiak) herriko denda tradizional batean erosi ohi dituzte; Oñatiko 16 urtetik gorakoen % 67,5ek, arropak eta oinetakoak herriko denda tradizionaletan erosten dituzte, (iturria: Siadeco: 2020) "*

## ➤ COVID19 eta deribatuak

Espainiako Gobernuak 2020ko martxoaren 14an deklaraturako alarma-egoerak – Martxoaren 14ko 463/2020 Errege Dekretua –, Osasunaren Mundu Erakundeak COVID-19ren hedapena pandemia global gisa kalifikatu ondoren (martxoaren 11), erabateko aldaketa ekarri du gizartean, bere esparru eta sektore guztietan.

Gaixotasunaren progresioari eusteko beharrak zirkulazio aserako denbora-mugak ekarri ditu, enpresa-jarduera murriztearekin batera, baita zenbait jardura ixtearekin ere, berrogeialdiko eta euste-neurriengatik eta irakaskuntza-jarduerak eteteagatik ere.

Alarma-egoeraren ondorengo agertokian, autonomia-erkidegoek zenbait neurri eta murrizketa mantentzen dituzte euste-neurri gisa, eta horiek eragin zuzena izaten jarraitzen dute jardura ekonomikoetan.

Jarraian, hirugarren sektoreei eragiten dieten egoera eta neurriak jaso dira, adibide gisa:

- Turismoa: jardura turistiko oro "de facto" geldiaraztea: ostatuak (hotelak, ostatuak, aterpetxeak, kanpinak, apartamentu turistikoak, turismo aktiboko jarduerak, monumentuetara, museoetara edo bestelako atrakzio turistikoetara bisitak, parkeen itxiera).
- Ostalaritza: ordutegia eta edukiera murriztea, edo ostalaritza-establezimenduak, tabernak eta jatetxeak ixtea.
- Merkataritza: ordutegi-murrizketa egun jakin batzuetan eta establezimenduetako edukiera-murrizketa.

## Lan prozesuak

Oñatiko Merkataritza Plana modu partekatuan landu da, sektoreko eragileen iritzia txertatuz, Txanda merkatarien elkartearen bidez eta Oñatiko merkataria eta ostalarien banakako ekarpenen bidez.

Hala, Plana egiteko prozesuan, honako jardura hauek garatu dira:

- Bilerak eta parte hartzeko foroak:
  - **Lan-bilerak arduradun diren teknikari eta politikariek;** egindako eta aurreikusitako programak eta proiektuak testuinguruan kokatzeko eta deskribatzeko bilerak, eta lan-bilerak eta planaren eskema, doikuntza eta garapena baliozkotzeko eta kontrastatzeko bilerak.

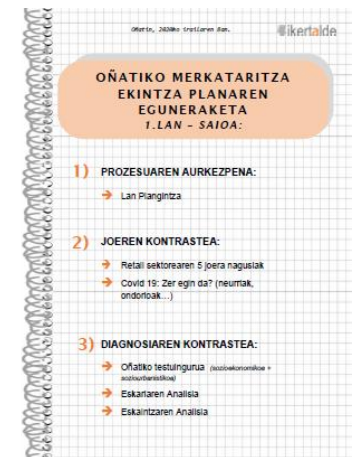
- **Aurkezpena eta testuingurua zehaztea | 13 pertsona.**

*Saio horretan, lan-prozesua aurkeztu zen, Retail sektorearen joerak komentatu ziren, baita Covid19tik eratorritako errealitatea ere; halaber, diagnostikoaren errepaso eta kontraste labur bat egin zen, Ekintza Planaren begirada eta ikuspegia orientatzeko. Ideia nagusi gisa, bezeroekiko komunikazioa eta konexioa hobetzeko beharra nabarmendu zen bertaratutakoen kezka nagusien artean; Oñatiko hirigintza-egoera adeitsuaren aldean, estandar oso altuak baititu eta, beraz, dagoeneko gainditutako gaia izango bailitzateke, Planaren garapenean sakondu gabe. Ostalaritza-sektorearekiko erlaziorik eza ere nabarmendu zen, elkartearen eta, oro har, hirugarren sektorearen handicap gisa.*

- **1. Lan saioa: Oñatiko Ekintza Plana eraikitzen | 17 pertsona**

*Lan-eremuei buruzko lan- eta gogoeta-saioa, planaren jardura-ardatzak zehaztuz. Parte-hartzaileek proposatutako ardatz bakoitzerako egin zitezkeen jarduketei buruzko botoa eman zuten, eta, ondoren, horiei buruz hitz egin eta garatu ziren. Ondorio nagusiak:*

*Hirigunearen ardatzean: lokal hutsen arazoa nabarmentzen zen, argi eta garbi. Bigarrenik, aisialdirako espazioen -eta jarduerak/animazioa- falta edo egoera desegokiak kezkatzen du, horiek funtsezkoak izan baitziren herritarrek udalerrian atxikitzeko. Sektorearen lehiakortasunari dagokionez, udalerriko merkataritza-jardura sentsibilizatzeko eta balioesteko beharra nabarmentzen da, eta, bigarrenik, maila berean, negozioak bezeroen egungo beharretara egokitzea eta teknologia eta digitalizazioa, sektorea indartzeko, ikusarazteko eta balioa emateko tresna gisa ulertuta.*





Bezeroei dagokienez, ia eztabaida guztietan agertzen zen gai errepikaria izan arren, komunikazioa eta sektoreak kontsumitzaileen buruan duen presentzia izan ziren. Hala ere, gazteei zuzendutako datu-baseetan eta estrategietan lan egitea eztabaidaren parte izan zen.

Oñatiko merkataritzaren kontakizun bat eraikitzea eta berriro komunikatzea izan zen foku nagusia, animazioaren eta dinamizazioaren ikuspegitik; ondoren, egungo animazio-egutegiaren hausnarketa egin zen, bai eta inertzia kontinuitate garaituz egokitu beharra ere. Azkenik, sentsibilizazio-kanpainak egiteko beharraz hitz egin zen, elkartearen jarduera nagusi gisa.

(Ikus saioaren emaitzak I. eranskinean: 1. lan-saioaren emaitzak: Oñatiko Ekintza Plana eraikitzen)

○ **2. Lan saioa: Oñatiko Ekintza Plana eraikitzen II | 8 pertsona + 6 pertsonak online erantzun zuten**

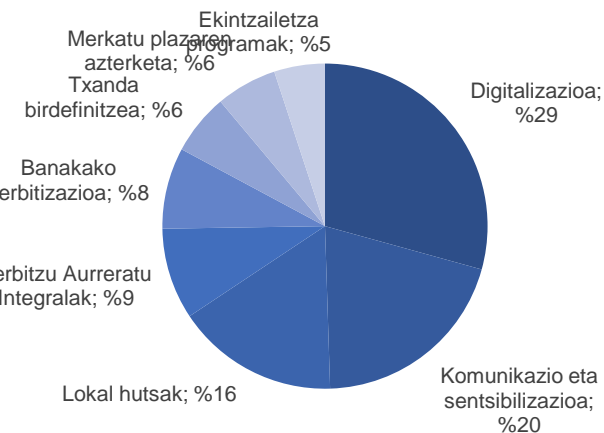
Bigarren lan-saio horretan Ekintza Planaren eskeleto edo egitura bat hartu zen abiapuntutzat, eta horren gainean proposatu eta garatu zen jarduketa, eta lehentasunak ere ezarri ziren, jarduerak eta esparruak garrantzi handienetik txikienera ordenatuz. Kasu honetan, saioan bertan parte hartzeaz eta eztabaidatzeaz gain, guztira 8 partaide, galdetegi labur bera bidali zitzaizen sektoreko eragileei, haien iritzia ere jasotzeko eta, horrela, ikuspegi partekatua sortzeko (beste 6 erantzun barneratuz).

Hutsik zeuden lokalen arazoa berriz ere elementu nagusi gisa edo kezka handiena sortzen duen elementu gisa atera zen. Hirugarren sektoreko negozioak digitalizatzeko beharraz ere hitz egin zen, bai barne-mailan, negozioen kudeaketarako, bai kanpo-mailan. Gainera, saltokien zerbituzioa bizirauteko beharrezkoa zela ulertu zen, baita establezimenduei balio-zerbitzuak ulertzen, diseinatzen eta eskaintzen laguntzeko beharra ere.

Enpresen arteko lankidetzeta eta hirugarren sektoreko eragileen arteko sinergiak nabarmendu ziren lan-elementu gisa, baita behin eta berriz errepikatzen den bezeroekiko komunikazioaren eta sentsibilizazioaren eremua ere.

Azkenik, parte-hartzaileek aurrekontu hipotetiko bat banatu zuten, ehunekotan, deskribatutako jarduketa guztien gainean, eta Digitalizazioa izan zen baliabide gehien bideratuko zituen eremua, Komunikazioa eta Sentsibilizazioarekin batera eta hirugarren lekuan hutsik dauden lokalen arazoak arintzeko neurriak.

(Ikus saioaren emaitzak I. eranskinean: 2. lan-saioaren emaitzak: Oñatiko Ekintza Plana II eraikitzen)



Base: 14 erantzun: 8 partaide modu presentzialean +6 online erantzun

## 2.- PLANAREN BIHOTZA ETA EGITURA

### XEDEA

- Oñatiko Merkataritza Eremu Nagusiko merkataritza- eta hiri-ekonomiako eskaintza mantentzea eta garatzea, udalerriko bizilagunen hirugarren sektoreko erreferentzia gisa.

### IKUSPEGIA

- Tokiko merkataritza munduko merkataritzaren paradigma berrian birkokatzea, Oñatiko ekonomiari eta gizarte ereduari egindako ekarpena azpimarratuz
- Berrikuntza elkarteen eta enpresen merkataritza-estrategietan, egungo politika tradizionalen mugak gainditzeko.

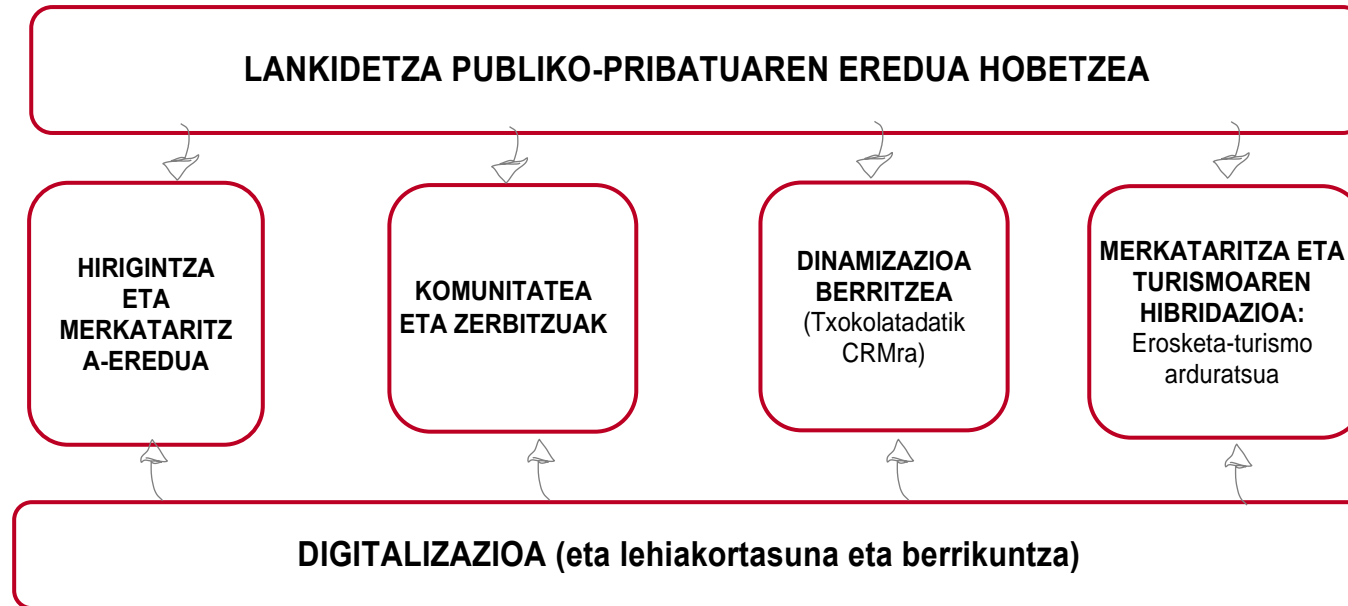
### LAN ESKEMA

PERCOen lan tradizionalaren eskeman oinarritzea, Hirigintza komertzialak bateratzen duena (hiri-espazioaren erabilerraztasunerako/Adeitasun tresna gisa); espazio horren animazioa/dinamizazioa (erakarpen-motor gisa); eta lehiakortasuna (zerbitzu- eta kalitate-euskarri gisa); eta estrategia berriekin eguneratzea; estrategia horiek honako hauek izango dira:

- Bezeroa izan dadila hirugarren sektoreko merkataritza-sistemaren bihotza (bezeroari zuzendutako estrategiak)
- Merkatoriarentzako baliozko zerbitzu berrien garapena sustatzen dutenak
- Hibridazioa eta merkataritzaren eta zerbitzuen arteko uztartze-estrategiak sustatzen dituzte



## ➤ Ekintza Planaren Egitura



## 1 ardatza.- OÑATIko merkataritza modeloa

### 1.1.- Lokal hutsak

- 1.1.1.- Hutsik dauden lokalen poltsa bat sortzea eta kudeatzea (datu-base operatiboa)
- 1.1.2.- Hutsik dauden lokalak zergapetzea
- 1.1.3.- Alokairua sustatzeko laguntzak
- 1.1.4.- Lokalak eta/edo erakusleihok okupatzea

### 1.2.- Araudia

- 1.2.1.- Merkataritza-ekimen berriak irekitzea erraztea
- 1.2.2.- Ornato ordenantza

### 1.3.- Merkataritza eta aisialdi guneak

- 1.3.1.- Merkataritza- eta aisialdi-guneak aztertzea, berritzeko
- 1.3.2.- Degradatutako eremuak berreskuratzea
- 1.3.3.- Kaleen animazioa
- 1.3.4.- Hiri-altzariak
- 1.3.5.- Merkataritza eta Smart City

### 1.4.- Merkatu Plaza indartzea

- 1.4.1.- merkatuaren azterketa

## 2. ardatza- Digitalizazioa eta Lehiakortasuna

### 2.1. Barruranzko erakusleihoko saltokien barne-digitalizazioa

- 2.1.1.- saltokien kudeaketa teknologikoa

### 2.2. Bezeroarekiko kanpo-digitalizazioa

- 2.2.1.- motibazioa eta animazioa (adibide argigarriak dituzten pilulak, jardunbide egokien jardunaldia saltokiekin, joerak...)

- 2.2.2.- WhatsApp Marketing bezeroarekin lotzeko tresna gisa: banakakoa eta kolektiboa..

- 2.2.3.- Presentzia Digitala: Google myBussines

- 2.2.4.- Bezeroekiko harremanen kudeaketa: ERP, RRSS

### 2.3. Inbertsiorako laguntza-programa bat diseinatzea

### 3. ardatza- Serbituzia eta komunitatea

#### 3.1. Oñatiko saltokien serbituzia

3.1.1.- Banakako serbituzia

#### 3.2. Zerbitzu Aurreratu Integralak: sektorean batera landu behar diren eta bezeroentzako balioa ematen duten ekimenen azterketa eta diseinua

3.2.1.- etxez etxeko banaketa-sistema

3.2.2.- Oñatiko erakusleho digitala

3.2.3.- Erosketa-esperientziaren diseinua

3.2.4.- Fidelizazio-tresnak

### 4. ardatza- ekintzailetzaren eta enpresen arteko lankidetzaren kudeaketa

#### 4.1. Ekintzailetzaren kudeaketa

4.1.1.- ekimen ekintzaileei laguntzea

4.1.2.- enpresak erakartzea

#### 4.2. Enpresen arteko lankidetzaren kudeaketa

4.2.1.- sare sozialen kudeaketa

4.2.2.- baliabideen kudeaketa partekatua

4.2.3.- Merkataritza/Ostalaritza

## 5. ardatza- Komunikazio eta dinamizazioa

### 5.1.- Komunikazio eta Marketina

5.1.1.- Oñatiko merkataritzaren kontakizuna

5.1.2.- Komunikazio-plana

### 5.2.- Sentsibilizazio kanpainak

5.2.1.- Orokorrak

5.2.2.- Eskolak eta ikastetxeak

### 5.3.- Barne komunikazioa

5.3.1.- Barne komunikazioa

### 5.4.- Dinamizazio berritua

5.4.1.- Dinamizazio berritua

## 6. ardatza- Gobernantza eta Elkarteratzea

### 6.1.- Rolen garapenaren eta onarpenaren lidergoa

### 6.2.- TXANDA merkatarien Elkartea birdefinitzea

6.2.1.- Elkarre-ereduaren azterketa

6.2.2.- Ostalaritza integratzea

6.2.3.- Langileak kontratatzea/laguntza

### 6.3.- Merkataritza Mahaia, Hiri Ekonomiako Klusterra eratu aurreko urrats gisa

## 3.- PLANAREN GARAPENA

### 1. ardatza- OÑATIko merkataritza modeloa

Oñatiko hiri-eredu komertziala definitu eta indartzeko jarduerak diseinatu eta abian jarri behar dira.

Eredu komertzial bat Oñatin, bihotz komertzial nagusi batean eta inguruko bizilagunen oinarrizko beharrak bete behar dituzten hainbat eremu deszentralizatutan oinarrituta.

#### 1.1.- Lokal hutsak

##### 1.1.1.- Hutsik dauden lokalen poltsa bat sortzea eta kudeatzea (datu-base operatiboa)

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Hutsik dauden lokalen poltsa bat aztertzea eta sortzea, proiektu ekintzaileak egin ahal izateko. Poltsa horretan, metro koadroko alokairuaren ezaugarriak eta gehieneko prezioak zehaztuko dira.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Hutsik dauden lokalen datu-basea egitea	X				
Check list/AMIA, lokalak merkataritza-ahalmenaren arabera sailkatzea	X	X			
Datu-basea mantentzea		X	X	X	X

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** jasotako edota eguneratutako erregistroen kopurua; urtean egindako jardueren kopurua
- Ekonomikoa:** gauzatutako urteko aurrekontua

### 1.1.2.- Hutsik dauden lokalak zergapetzea

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Merkataritza-potentzialtasuna duten lokal hutsen presentzia minimizatzeko eta lokal horien alokairua "behartzeko", udalerriko Merkataritza Eremu Nagusiko lokal hutsak zergapetzeko zerga bat ezartzea proposatzen da (edo OHZren zenbatekoa maximora igotzea).

**b) Inplikaturako eragileak:**

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

**c) Lehentasuna:**



Ertaina-

**d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia**

	2021	2022	2023	2024	2025
Beste udalerrri batzuetako aukerak eta esperientziak aztertzea (OHZ areagotzea)			x		
Ordenantza fiskalak egitea/aldatzea				x	

**e) Jarraipen sistema**

- Fisikoa:** urtean egindako jardueren kopurua
- Ekonomikoa:** gauzatutako urteko aurrekontua;



### 1.1.3.- Alokairua sustatzeko laguntzak

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Lokal hutsak okupatzen dituzten ekintzaileentzako laguntza-programa bat diseinatzea. Programa honen esparruan ezartzen diren laguntzak Merkataritza Gune Nagusiko merkataritza-lokalen alokairu-gastuak finantzatzeko izango dira, auzotarren oinarritzko beharrak asetzen dituzten eta merkataritza-establezimendu berriak erakartzeko elementu gisa jarduten duten zerbitzuen eta saltokien eskaintza bermatzeko helburuarekin.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



Ertaina-Altua

#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Beste udalerrri batzuetako aukerak eta esperientziak aztertzea		x			
Laguntza-programa bat diseinatzea eta abian jartzea		x	x	x	

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** planifikaturako eta/edo eguneratutako esku-hartzeen kopurua; programaren garapena (Bai/Ez)
- Ekonomikoa:** Gauzaturako urteko aurrekontua;

### 1.1.4.- Lokalak eta/edo erakusleihoak okupatzea

#### a) Deskribapena eta justifikazioa:

Hutsik dauden lokalak eta/edo erakusleihoak aldi baterako okupatzeko ekimenak abian jartzea:

- Fatxadak edertzen eta/edo hutsik dauden lokaletako erakusleihoak aldi baterako okupatzen laguntzeko programa
- Aldi baterako ekintzailtzak bultzatzeko programa – Pop Up

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Txanda Elkarte</li> <li>• Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Beste udalerrri batzuetako aukerak eta esperientziak aztertzea		x			
Laguntza-programa bat diseinatzea eta abian jartzea		x	x		

#### e) Jarraipen sistema

- **Fisikoa:** planifikaturako eta/edo eguneratutako esku-hartzeen kopurua; programaren garapena (Bai/Ez);
- **Ekonomikoa:** Gauzaturako urteko aurrekontua;

## 1.2.- Araudia

### 1.2.1.- Merkataritza-ekimen berriak irekitzea erraztea

#### a) Deskribapena eta justifikazioa:

Hirigune historikoan jarduera jakin batzuk irekitzeko egungo araudia aztertzea eta beste aukera batzuk baloratzea, irekiera bizkortzeko eta berriak errazteko.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:

Ertaina-

#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Beharren eta beste udal-araudi batzuen azterketa			x		
Udal-araudia aldatzea				x	

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Ordenantzaren (bai/Ez) garapena edo doikuntza; planifikaturako eta/edo eguneratutako aldaketen kopurua;
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

### 1.2.2.- Ornato ordenantza

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Hutsik dauden lokalen jabeek bete beharreko garbiketa- eta estetika-baldintzak arautzea

**b) Implikatutako eragileak:**

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkartea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

**c) Lehentasuna:**



Ertaina - Baxua

**d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia**

	2021	2022	2023	2024	2025
Ornatoko ordenantzaren diseinua		x			
Merkataritza-lokalen ikuskapena, merkataritza-ardatzen arabera			x	x	x

**e) Jarraipen sistema**

- Fisikoa:** Ordenantzaren diseinua (Bai/Ez); egindako ikuskapenen kopurua;
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

### 1.3.- Merkataritza eta aisialdi guneak

#### 1.3.1.- Merkataritza- eta aisialdi-guneak aztertzea, berritzeko

##### a) Deskribapena eta justifikazioa:

Oñatiko herritarrek aisialdirako, erabileretarako eta, hala badagokio, berrikuntzarako guneak aztertzea, gune horietaz gozatzeko eta bertan egoteko (Mendiko kale berritzea, kanpoko pilotalekua eta Kiosko).

Era berean, interesgarria da espazio publikoak estaltzeko aukera baloratzea, Oñatiko herritarrek udalerrian gera daitezkeen (Olaiturri, erabilera anitzeko espazioa).

##### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkartea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

##### c) Lehentasuna:



Ertaina-Baxua

##### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Beharren azterketa, eremuen arabera			x		
Hobekuntza-jarduerak garatzea				x	x

##### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Planifikaturako eta/edo eguneratutako esku-hartzeen kopurua; urtean egindako jardueren kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzaturako urteko aurrekontua; Urteko gehieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko; urteko gutxieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko

### 1.3.2.- Degradatutako eremuak berreskuratzea

#### a) Deskribapena eta justifikazioa:

Badira zenbait merkataritza-ardatz eta kale (Kale Zaharra edo Azoka plaza esaterako), denboraren poderioz erakargarritasuna galdu eta degradatu direnak, eta beharrezkoa da gune horiek eguneratzea eta argia eta kolorea ematea, Oñatiko bizilagunentzat erakargarriagoak izan daitezen.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



Ertaina-

#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Beharren azterketa ardatzen/merkataritza-guneen arabera			x		
Hobetzeko jarduerak				x	x

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Planifikaturako eta/edo eguneratutako esku-hartzeen kopurua; urtean egindako jardueren kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzaturako urteko aurrekontua; Urteko gehieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko; urteko gutxieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko

### 1.3.3.- Kaleen animazioa

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** *Braderie* motako animazio-ekitaldi bateratuak antolatzeko lurzoru publikoaren okupazioa eta animazioa sortzea erraztea eta dinamizatzea.

**b) Inplikaturako eragileak:**

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

**c) Lehentasuna:**



**d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia**

	2021	2022	2023	2024	2025
Beharren eta proposamenen azterketa		x			
Bide publikoa okupatzeko ordenantzaren garapena/aldaketa			x		

**e) Jarraipen sistema**

- Fisikoa:** Esku-hartzeen kopurua; Ordenantzaren aldaketa (Bai/Ez)
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

### 1.3.4.- Hiri-altzariak

#### a) Deskribapena eta justifikazioa:

Hiri-ekipamenduak eta -estandarrek (argiztapena, zoladura, hiri-altzariak, seinaleztapen-elementuak, etab.) eguneratzeko/berritzeko premien balorazioa sistematikoki – Urtero – Garatzea.

Oñatiko kale eta plazetan egingo diren esku-hartze berriekekin batera, hiri-altzari bereziak aurkeztu behar dira, hirigunea mantentzera eta hartaz gozatzeraz gain, jasangarritasun- eta adeitasun-izaera eta -irudia emateko.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



Ertaina-Baja

#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Berritzeko/eguneratzeko beharren azterketa sistematikoa (urtekoa)	x	x	x	x	x
Herritarrek parte hartzeko dinamikak ezartzea (adibidez, Horkonpon aplikazioa)			x		

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Planifikaturako eta/edo eguneratutako esku-hartzeen kopurua; urtean egindako jardueren kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua; Urteko gehieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko; urteko gutxieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko



### 1.3.5. - Merkataritza eta Smart City

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Bultzada digitalizatailearen esparruan, udalerrria bera merkataritza-gune gisa Smart ekimenen bidez sartzen da prozesuan:

a) Hainbat ekimen orokor baloratzea, hala nola:

- Zenbait interes-fokutan fluxuak kontrolatzeko “sensórica” eta IKTak sartzeko aukerak (egoeren balorazioarekin lotutako neurketak, gertaeren edo dinamizazio-ekintzen ebaluazioa, irekitzeko ordutegien azterketak)
- Big Data telefonikoaren analisia sartzea bezeroen ibilbideak baloratzeko.
- ...

b) Esperientzia pilotu integratuaren garapena: Smart Kalea proiektua. Iraunkortasuna hurbiltasunaren logikatik sustatzeko ariketa pilotu gisa, merkataritzaren eta kale jakin batzuetako kontsumitzaileen arteko lankidetzaren ekimen hau planteatzen da (beste udalerrri batzuetan jada testatutako esperientzietan inspiratuta).

- IKTak kale mailan ezartzea: udal-datuaren sarea erabiltzea, pertsonen kontaketa/trackinga (saltokientzako informazio interesgarria), prestakuntza eta IKTen ezarpena saltokietan.
- Efizientzia energetikoa; udalaren arlo eskudunetatik (ingurumena, ura, sustapen ekonomikoa) saltokien, hiri-ekonomiako gainerako establezimenduen eta etxebizitzaren eskura jartzen da, baita energia- eta ur-kontagailu adimendunak ere, lotutako kontsumoa eta gastua murrizteko helburuarekin: aholkularitza espezializatua eta banakakoa ekoteknologiako eta hiri-irtenbideetako tokiko enpresekin lankidetzan, kasu bakoitzaren azterketa integralaren bidez, hornidura elektrikoa optimizatzeko aurrezki-neurriak planteatzeko. Prestatutako ekipoen eraginkortasuna hobetzeko aholkuak (argiztapena, vendinga, klimatizazioa, hotz industrial)
- Azpiegiturak; argiteria publikoa merkataritza-ardatzean argiztapen adimenduneko sistemekin ordezkatzeko edo hobetzea.
- Datuak integratzea: integrazio-monitorizazio plataforma

**b) Inplikaturako eragileak:**

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Txanda Elkarte</li> <li>• Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

**c) Lehentasuna:**



**d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia**

	2021	2022	2023	2024	2025
<i>Ekimenen balorazioa eta garapena</i>			X	X	X
<i>Merkataritza-ardatz finkatuetan integratutako Smart esperientzia pilotuak</i>				X	X

**e) Jarraipen sistema**

- **Fisikoa:** Hautatutako eta garatutako ekimenen kopurua; Smart esperientzia pilotu integratuaren garapena (Bai/Ez)

## 1.4.- Merkatu Plaza indartzea

### 1.4.1.- merkatuaren azterketa

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Tokiko produktuak kontsumitzea eta udal-merkatuetan erostea goranzko joera da, baina merkatua udalerriko merkataritza-bizitzaren trazio-elementu bihur dadin, beharrezkoa da plaza kontsumitzaileen, edukiaren zein kontinentearen, behar berrietara egokitzeko azterlan bat diseinatzea.

### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

### c) Lehentasuna:



Altua

### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Merkatua egokitzeko azterlan bat abian jartzea	x				
Azterlanean jasotako jarduerak abiaraztea		x	x	x	x

### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Azterlana abian jartzea (Bai/Ez); egindako urteko jardueren kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzaturako urteko aurrekontua; Urteko batez besteko aurrekontua ekintza bakoitzeko; Urteko gehieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko; urteko gutxieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko

## 2.- Digitalizazioa eta lehiakortasuna

Omnikalitateak merkataritza-enpresei lehiakorragoak izateko eta establezimenduen digitalizazioa dinamizatzeko tresnak ematea eskatzen du, bai barrura begira, bai kanpora begira.

### 2.1. Barruranzko erakusleihoko saltokien barne-digitalizazioa

#### 2.1.1.- saltokien kudeaketa teknologikoa

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Digitalizazio-prozesu bati ekiteko eta saltokiak mundu digitalaren beharretara egokitzeko, garrantzitsua da prozesua alderantzikatzea eta behetik gora doan digitalizazio-prozesu bat abian jartzea. Horretarako, garrantzitsua da saltokiek Eraldaketa Digitala dela barneratzea eta, ondoren, beren saltokiak barrutik digitalizatzeko irtenbideak hartzea.

Egokitzapen digital-lehiakorreko eta gaitasun eraldatzaileko programa bat sortzea eta garatzea; horretarako, merkataritza-enpresak mobilizatu beharko dira eta enpresa-errealitate desberdinen beharretara egokitutako maila progresiboak (ondo ondoko lan-moduluak) kontuan hartu beharko dira, dimentsioen, jardueren eta abarren arabera.

Programa hau ezartzen jarraituko da balio egokitua sortzen duten banakako aholkularitza- eta tutoretza-lanak eginez; hala badagokio, laguntza-saio kolektiboekin osatuko da, adibidez.

- Tailerra: zer da transformazio digitala eta nola eragiten dit merkataria gisa?
- Prestakuntza praktikoa: stocken kudeaketa digitala, fakturazio-sistemak, saltokiko datuak, ordaintzeko modu berriak.
- Erakusleihoa erabiltzeko eta aprobetxatzeko prestakuntza espezifikoa [www.bonoak.eus](http://www.bonoak.eus)

**b) Inplikaturako eragileak:**

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkartea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

**c) Lehentasuna:**



**d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia**

	2021	2022	2023	2024	2025
Programaren definizioa	x				
Merkataritza-sektorearen sentsibilizazioa eta mobilizazioa	x	x	x	x	x
Programaren inplementazioa	x	x	x	x	x

**e) Jarraipen sistema**

- Fisikoa:** Programaren diseinua (Bai/Ez); parte hartu duten saltokien kopurua; programan parte hartu duten ekimen kolektiboetan inplikaturako saltokien kopurua
- Ekonomikoa:** Kostua enpresa parte-hartzaile bakoitzeko (eta urteko bilakaera)

## 2.2. Saltokien kanpo-digitalizazioa: erakusleihotik bezeroarengana

### 2.2.1.- motibazioa eta animazioa (adibide argigarriak dituzten pilulak, jardunbide egokien jardunaldia saltokiekin, joerak...)

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Merkataritzako profesionalak mundu digitalaren aukeraz baliatzera animatzea, erabilera eta tresna errazak, merkeak eta gauzagarriak erakutsiz, beste saltoki batzuek arrakasta izanez gero lagunduz.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkartea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



Altua

#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Ekimen motibatzaileen programa bat diseinatzea	x				
Ekimenak abian jartzea	x	x	x	x	x

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Planifikaturako eta/edo eguneratutako ekimenen kopurua; garatutako ekimenen kopurua; parte hartu duten saltokien kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua; Urteko batez besteko aurrekontua ekintza bakoitzeko; Urteko gehieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko; urteko gutxieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko

## 2.2.2.- WhatsApp Marketing bezeroarekin lotzeko tresna gisa: banakakoa eta kolektiboa

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** WhatsApp modu profesionalean erabiltzen ikastea bezeroekin konektatzeko eta produktuak eta/edo zerbitzuak saltzeko tresna gisa: hedapen-zerrendak, WhatsApp my business, katalogo digitalak

### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarteak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

### c) Lehentasuna:



### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
WhatsApp My Bussines prestakuntza-tailerra	x				
WhatsApp Marketina implementatzea		x	x	x	x

### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Emandako tailerren kopurua; prestakuntzan parte hartu duten saltokien kopurua; abian jarritako ekimenen kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua; Merkataritza bidezko inbertsioa

### 2.2.3.- Presentzia Digitala: Google myBussines

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Tokiko posizionamendua ezinbestekoa da fidelizazio-estrategia bat diseinatzerakoan, eta funtsezkoa da googlen presentzia izatea kontsumitzaileek tokiko bilaketak egiten dituztenean. Saltokiei Google My bussinesen agertzen laguntzea eta aztertzea. Horretarako, google my bussines tailer espezifiko bat diseinatu behar da, eta presentzia hori ezartzen eta optimizatzen modu profesionalan lagundu.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



Ertaina-Altua

#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Google my bussines tailerra		x			
Google my bussines-en ikuskaritza eta aholkularitza		x	x		

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Emandako tailerren kopurua; prestakuntzan parte hartu duten saltokien kopurua; abian jarritako ekimenen kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua; Merkataritza bidezko inbertsioa

## 2.2.4.- Bezeroekiko harremanen kudeaketa: CRM

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Kontsumitzaileak nonahikoak dira, eta elkarren artean jarduten dute, bai beren artean, bai gainerako enpresa eta erakundeekin, kanal ugari erabiliz, eta, beraz, ezinbestekoa da bezeroekin harremanetan jartzeko modu berrietarantz aurrera egitea. Horretarako, Customer relationship management (CRM) bezalako tresnak daude, bezeroei buruz dugun informazioa eta haiekin harremanetan jartzeko modua kudeatzeko aukera ematen dutenak.

### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkartea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

### c) Lehentasuna:



Ertaina-Altua

### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Bezeroen datuak biltzea (kanpainak erabiltzea)	X	X	X	X	X
Tresnak pixkanaka ezartzea		X			
Segmentatutako kanpainak diseinatzea		X	X	X	X

### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Segmentatutako dinamizazio-jardueren kopurua; BBDD-CRM sortzea (bai/ez); dinamiketan parte hartzen duten saltokien kopurua;
- Ekonomikoa:** Dinamizazioa itzultzea, saltokietako salmenten igoerari dagokionez



## 2.3. Inbertsiorako laguntza-programa bat diseinatzea

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Administrazio publikoek sektore jakin batzuetarako inbertsioari laguntzeko programa dute (Merkataritza Ekipamenduen Modernizazioa), baina egia da zenbait inbertsio eta kolektibo programa horietatik kanpo geratzen direla eta ez dutela laguntzarik beren establezimenduetan elementu digitalak eta teknologia sartzea ahalbidetuko dieten inbertsioak egiteko. Udal laguntzen programa bat diseinatzea proposatzen da, behar berrietara egokitzeko behar diren ekipamendua eta softwarea erosteko dauden lineak diruz lagundu eta osatzeko.

### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkartea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

### c) Lehentasuna:



### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Beharren eta proposamenen azterketa		x			
Laguntza-programaren diseinua			x	x	x

### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Planifikaturako eta/edo eguneratutako ekimenen kopurua; garatutako ekimenen kopurua; parte hartu duten saltokien kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua; Merkataritza bidezko inbertsioa;

## 3. ardatza- Serbitizazioa eta komunitatea”

Merkataritza-establezimenduek hurbiltasunean eta bezeroentzako zerbitzuetan oinarritutako estrategia garatzeko eta hedatzeko aukera dute, eta Oñatiko bezero eta bizilagunentzat balio erantsia sortu nahi bada, garatu beharreko lan-ildo "ia derrigorrezkoa" da.

Tokiko merkataritza, bizilagunekin "komunitatea" egin behar duena, segmentu bakoitzari eta haren beharrei egokituta.

### 3.1. Oñatiko saltokien serbitizazioa

Egungo kontsumitzaileak tokiko merkataritzak produktuei balio erantsia eranstea, eta balioa sortzea eskatzen du, produktuaren kalitatearen eta prezioaren bidez ez ezik, baita zerbitzu handiago eta/edo hobe baten bidez ere, erosketa-esperientzia lehiakor bati eusteko premia da. Merkataritzan zerbitzazioa diseinatzean, beharrezkoa da traizioa egitea, eta, zerbitzuen ikuspegitik, saltokien banakako negozio-ereduan modu praktikoa lan egitea.

#### 3.1.1.- Banakako serbitzazioa”

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Saltokien negozio-ereduak aztertzea, balio-proposamena zein den eta horri balio erantsia nola erants diezaioketen identifikatzeko; adibidez, Bussines Model Canvas tresnaren bidez. Saltokietan har ditzaketen zerbitzazio-adibideak azaldu ahal izango dituzte.

Horrelako programa baten diseinuari establezimendu bakoitzerako aholkularitza-/kontsulta-zerbitzu bat gehitu beharko litzaioke.

### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

### c) Lehentasuna:



### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
"Zerbitzazioa" xede duen aholkularitza-/prestakuntza-programa diseinatzea, jarduera-adar bakoitzean bezeroarentzako balioa sortzeko.	x				
Programaren garapena		x	x		
Banakako aholkularitza		x	x		

### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Programaren diseinua (Bai/Ez); Programan atzemandako eta parte hartutako saltokien kopurua (jarduera-adarren arabera);
- Ekonomikoa:** Kostua "zerbitzazioa" programan parte hartzen duen enpresa bakoitzeko (eta urteko bilakaera)

### 3.2. Zerbitzu Aurreratu Integralak: sektorean batera landu behar diren eta bezeroentzako balioa ematen duten ekimenen azterketa eta diseinua

#### 3.2.1.- etxez etxeko banaketa-sistema

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Merkataritza elektronikoaren hazkundeak paradigma-aldaketa handia ekarri du berekin. Kontsumitzaileek zerbitzu bideratzaile berriak eskatzen dituzte, eta biztanleria zahartzen ari da. Hori dela eta, gero eta premia handiagoa dago tokiko merkataritzarentzat ere, zerbitzu hori beren eskaintzan integratu behar baitute, naturaltasunez.

Tokiko merkataritzarako etxez etxeko banaketarako ekimen eta formula jasangarriak bultzatzea: tokiko merkataritzak bere produktua udalerriko/eskualdeko kontsumitzaileengana fisikoki hurbilduko duten formulak artikulatzea eskatzen du, bezeroentzako zerbitzua eta balioa aberasteko bide gisa. Tokiko merkataritza-sarearekin lankidetzan, aukera desberdinen bideragarritasuna eta egingarritasuna aztertzea, etxez etxeko banaketa-sistema bat egituratzea lortzeko, Oñatiko saltokietako produktuak Oñatiko etxe guztietara hurbil daitezten.

**b) Inplikaturako eragileak:**

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

**c) Lehenetsuna:** 

Ertaina-Altua

**d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia**

	2021	2022	2023	2024	2025
Tokiko merkataritzarako etxez etxeko banaketarako ekimen eta formula jasangarriak aztertzea eta bultzatzea	x				
Entregatzeko/birbanatzeko/biltzeko foku-puntuaren sistemen bideragarritasuna/egingarritasuna aztertzea	x				
Proiektua abiaraztea		x			

**e) Jarraipen sistema**

- Fisikoa:** Zenbat ekimen sortu eta aztertu diren etxez etxe banatzeko; zenbat ekimen jarri diren abian etxez etxe banatzeko; zenbat saltoki gehitu zaizkien ekimenei
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

### 3.2.2.- Oñatiko erakusleihu digitala

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Azken hilabeteetan, [www.bonoak.eus](http://www.bonoak.eus) tokiko plataforma garatu da, Oñatiko merkataritzaren erreferentziazko espazio digital gisa. Ekimen hori sustatu eta dinamizatu egin behar izan da, elkarte-sarearekin eta tokiko merkataritzarekin lankidetzan, errealismotik abiatuta; hau da, salmenta digitala ekarriko duten urrats progresiboak estaliz.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
<a href="http://www.bonoak.eus">www.bonoak.eus</a> ekimena babestea/dinamizatzea	X				
Plataforma pixkanaka hobetzeko jarduketak		X	X	X	X

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Planifikaturako jardueren kopurua; proiektuan inplikaturako saltokien kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzaturako urteko aurrekontua;

### 3.2.3.- Erosketa-esperientziaren diseinua

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Oñatiko merkataritzan bizi diren herritarrek eta kontsumitzaileek erosketa-esperientzia nola bizi duten aztertzeko programa bat diseinatzea, bai modu orokorrean/integralean (udalerrri gisa), bai establezimendu bakoitzean banaka.

Lehenengo urratsa xede-publikoaren hausnarketa eta diseinua egitea da (segmentazio klasikoa), Oñatiko saltokiko bezeroen arketipo nagusiak zehaztu eta haien ezaugarriak, ezaugarriak, beharrianak eta abar landu arte.

Analisi horretatik abiatuta, bezeroaren Esperientziaren Mapa lantzen da, Customer journey izenekoa, eta pertsona batek behar bat kontuan hartzen duenetik erosi arte egiten duen bidaia aztertzen da, eta saltokiekin esperimendatzearan dituen etapa guztiak aztertzen dira (erosketaren AURREKOA, erosketaren BITARTEAN eta erosketaren ONDORENGoa).

- o Bezeroaren esperientzia diseinatzeko tailerra
- o Banakako aholkularitza

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Txanda Elkartea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oñatiko udaletxea</li> <li>• Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



Ertaina-Altua

#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Erosteke esperientzia programa diseinatzea			x		
Saltokien beharrak aztertzea eta erakartzea			x	x	

#### e) Jarraipen sistema

- **Fisikoa:** Parte hartu duten saltokien kopurua; garatutako jardueren kopurua; programaren diseinua (Bai/Ez)
- **Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

### 3.2.4.- Fidelizazio-tresnak

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Tresna eta euskarri posibleen azterketa Oñatiko bezeroen arketipo bakoitzaren esperientziaren hobekuntza maximizatzea.

Konponbide posibleak abenturatzuz:

- Irtenbide orokorrak:
  - Fidelizazio-sistema: asoziazio-txartelaren analisia eta beste tresna digital batzuk baloratzea (Txantxi 2.0, Fidelizazio-kluba)
  - Push marketin-sistemak
  - Pertsonen kontagailuak
  - Panel digitalak
- Soluzio zatituak:
  - Gazteak: deskontu bereziak eta digitalizazioa.
  - Seniorra: ¿lagunkoia? – Katalogoa paperean, ethez etheko zerbitzuak
  - Enpresak: ULMAAn garatzen den ekimena zabaltzea
  - Turistak: Aranzazu bisitatzeko dutenentzat bonoa, merkataritza-gida, turismo-bulegoan egotea

### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Txanda Elkartea</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oñatiko udaletxea</li> <li>• Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

### c) Lehentasuna:



Ertaina-Altua

### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Soluzioen azterketa	x	x			
Fidelizazio-programa abian jartzea		x	x	x	x

### e) Jarraipen sistema

- **Fisikoa:** Parte hartu duten saltokien kopurua; egindako jarduketan kopurua; erabiltzaileen kopurua
- **Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

## 4. ardatza- ekintzailetzaren eta enpresen arteko lankidetzaren kudeaketa

Gaur egun, autoenpleguak argi eta garbi erakusten ditu bere mugak merkataritza-sektorerako ekintzailetza-formula gisa. Lehendik dauden merkataritza-enpresen hazkundera tokiko garapenetik lanerako bide gisa laguntzea eta suspertzea ordezkotako bide gisa agertzen da.

### 4.1. Ekintzailetzaren kudeaketa

#### 4.1.1.- ekimen ekintzaileei laguntzea

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Tradizioz, autoenpleguari laguntzea izan da merkataritza-sektorean ekintzailetza lantzeko modu naturala; baina planteamendu horien egingarritasunak gero eta zorrotzagoak diren proiektuak eskatzen ditu, ondo definitutako negozio-eredua eta kudeaketa lehiakorra dituztenak; alderdi horiek zaintzen ari dira, eta toki-garapeneko zerbitzuek laguntzen dituzte. Baina sektorea gaztetzeko planteamendu horrek mikroenpresen eredu tradizionalari eusten dio, gero eta zorrotzagoak diren irizpideetatik, eta lehia-maila handiagoko eta enpresa-bideragarritasun handiagoko beste ekimen batzuekin osatzea eskatzen du.

- Merkataritza- eta zerbitzu-sektorerako programa espezifiko bat garatzen jarraitzea: OÑATin Elkarrekin EKIN - Merkataritzan
- Ekintzailetza-ekimenei laguntzea: hutsik dauden lokalak eta laguntzak lan-poltsaren ekintzaileen eskura jartzea (1.1.3 ekintza).



**b) Inplikaturako eragileak:**

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

**c) Lehentasuna:**



**d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia**

	2021	2022	2023	2024	2025
Oñatin elkarEkin eguneratzea eta hobetzea	x	x			
Laguntza-programa abian jartzea		x	x	x	

**e) Jarraipen sistema**

- Fisikoa:** Hobekuntza-kopurua; programaren edizio-kopurua; parte hartu duten ekintzaileak; sortutako ekimenak
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

#### 4.1.2.- enpresak erakartzea

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Gaur egun hurbileko beste ingurune batzuetan edo antzeko ezaugarriak dituzten udalerrietan finkatuta dauden enpresa lehiakorren hazkundearen alde lan egitea; izan ere, negozio-ereduaren bideragarritasuna erakutsi dute eta enpresa-hazkundeko prozesu bati aurre egiteko moduan daude, bigarren edo hirugarren establezimenduak irekiz; horrela, ekimen berrien bideragarritasun handiagoa lortzen eta, aldi berean, eredu sektoriala arian-arian eraldatzen lagunduko da.

Enpresak hazteko programa bat sustatzea (bigarren eta hirugarren establezimenduak irekitzea), honako hauek bateratuko dituen:

- Prozesu horien estimulua eta kudeaketa proaktiboa: ekimen hau animatzea horiek gara ditzaketen enpresa-kolektiboen artean.
- Ekimenen orientazio espazialean (kokapena) eta lokalen okupazioan laguntzea (hutsik dauden lokalen mobilizazio komertzialari laguntzea)
- Protagonistentzako enpresa-aholkularitza

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oñatiko udaletxea</li> <li>• Debagoiena</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Txanda Elkarte</li> <li>• Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



Ertaina-Altua

#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Enpresa-hazkunderako programa diseinatzea		x			
Parte hartzen duten saltokiak erakartzea			x	x	x

#### e) Jarraipen sistema

- **Fisikoa:** Enpresa-hazkundearen programaren diseinua (Bai/Ez); atzemandako eta parte hartutako saltokien kopurua (jarduera-adarren arabera)
- **Ekonomikoa:** “Enpresa-hazkundera” programan parte hartzen duen enpresa bakoitzeko kostua; Gauzatutako urteko aurrekontua

## 4.2. Enpresen arteko lankidetzak

### 4.2.1.- sare sozialen kudeaketa

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Saltokiak negozioa kudeatzeko behar diren arloak lantzen ari dira, baina ikusi da, eskatzen duen lana eta arlo horietako askotarako eskatzen diren gaitasunak ikusita (sare sozialak; finantza-aholkularitza; merchandisinga), saltokien benetako aukerak gainditzen dituela.

Saltokiek dituzten behar asko partekatuak dira, eta horietako bakoitzak bere erara konpondu behar badu ere, horien kudeaketa modu bateratuan kudeatu daiteke lantegi-formula eta banakako aholkularitzaren bidez; esate baterako, Comunity Manager zerbitzuak kontratatu saltokientzat, eskaparatista, barne-aholkularia...

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarteak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Beharren hasierako azterketa eta lantaldea eratzea	x				
Baterako lana abian jartzea		x	x	x	

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Planifikaturako eta/edo eguneratutako esku-hartzeen kopurua; urtean egindako jardueren kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

#### 4.2.2.- baliabideen kudeaketa partekatua

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Hipotesi batetik abiatzen da: saltokiek zenbait baliabide behar dituzte beren establezimenduak kudeatzeko, baina ez dituzte beti eskura, eta ez dira modu intentsiboan erabiltzen. Adibidez, manikiak, altzariak, inprimagailuak, prezioen etiketak, alarma-sistemak, toldoak, karpak, mahaiak eta aulkiak, argiztapen-sistemak.

Proposamena sistema (web) bat diseinatzean datza, non saltokiek beren enpresarentzat behar dituzten baliabideak eta zerbitzuak partekatzen dituzten.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkartea</li> <li></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



Baxua

#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Sektoreko enpresen artean ideia baliozkotzea				x	
Proiektu pilotua abian jartzea				x	x

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Planifikaturako eta/edo eguneratutako esku-hartzeen kopurua; urtean egindako jardueren kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

### 4.2.3.- Merkataritza/Ostalaritza

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Saltokien eta tabernen arteko ekimen konbinatu bat garatzea, saltokiek tabernei elementuak lagatzeko (eta elementu horiek saldu daitezke: altzariak, dekorazioa, janariak) eta tabernek saltokiei pintxoak/edariak emateko, dastatzeen edo esperientzia desberdinen bidez.

**b) Inplikaturako eragileak:**

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarteak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

**c) Lehentasuna:**



**d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia**

	2021	2022	2023	2024	2025
Baterako ekimenak diseinatzea		x			
Parte-hartzaileak erakartzea			x		

**e) Jarraipen sistema**

- Fisikoa:** Urtean egindako jardueren kopurua; parte hartu duten establezimenduen kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

## 5. ardatza- Komunikazio eta dinamizazioa

Tokiko merkataritza-guneen dinamizazioak publikoekiko identitatea eta identifikazioa eskatzen du, bai eta haien arteko lotura egonkorra sortzea ere. Horretarako, beharrezkoa da Oñatiko merkataritzaren balioei balioa ematea eta modu eraginkorrean jakinaraztea.

### 5.1.- Komunikazio eta Marketina

#### 5.1.1.- Oñatiko merkataritzaren kontakizuna

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Oñatiko merkataritza, komunitatearen ideia eskaintza integratu (merkataritza, ostalaritza, zerbitzuak, aisia, kultura) erakargarri eta lehiakor batetik sortzen da, norberarengan (gure balioetan) jartzen duena arreta, partekatze eta modu partekatuan gozatzeko.

Nortasun komertziala eta hirugarren sektoreko kontakizun partekatua bultzatzea, Oñatiko merkataritzaren marketinari eta komunikazioari euskarria emango diona, berezkoaren eta tokikoaren erakargarritasuna azpimarratuz.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
<i>Sinbologia eta kontakizuna diseinatzea</i>		x			
<i>Komunikazio-kanpainak eta -ekintzak garatzea</i>		x	x		

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Sinbologia sortzea + Erlatua (Bai/Ez); egindako kanpainen kopurua; jorratutako komunikazio-ekintzen kopurua

### 5.1.2.- Komunikazio-plana

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Merkataritzarako Komunikazio Integraleko Plan bat garatzea; horrek xede-publikoa (3.2.3 ekintzarekin bat etorritz) eta horrekin konektatzeko erabili beharreko bideak zehaztu eta ezagutu behar direla esan nahi du, eta kanpo-komunikazioko helburu argiak ezarri behar direla, baita horiek lortu diren neurtzeko adierazle-taula bat diseinatu ere.

**b) Inplikaturako eragileak:**

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

**c) Lehentasuna:**



Ertaina-Altua

**d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia**

	2021	2022	2023	2024	2025
<i>Xede-publikoaren analisisa eta komunikazio-helburu zehatzen definizioa</i>		x			
<i>Komunikazio-estrategia diseinatzea eta abian jartzea</i>	x	x	x		

**e) Jarraipen sistema**

- Fisikoa:** Komunikazio-planaren diseinua (Bai/Ez), martxan jarritako jardueren kopurua; definitutako kanalak; sortutako euskarrien kopurua; adierazleen taula;
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

## 5.2.- Sentsibilizazio kanpainak

### 5.2.1.- Orokorrak

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Hiri-ekonomiaren eginkizuna balioesteko kanpaina bat abian jartzea proposatzen da, bai udalerrian diru-sarrerak sortzeko, bai udalerriko bizitza sozialerako. Garrantzitsua da gure negozioetarako, udalerrirako eta gure gizarte-bizitzarako ezinbestekoa delako ideia modu kolektiboan erantzutea.

Kanpaina bat diseinatu nahi da udalerriko eragile ekonomikoekin elkarlanean, Oñatiko indar bizidun eta bizilagun guztiei zuzenduta. Tokiko merkataritza eta horrek Oñatin duen garrantziari balioa emateko, tokiko merkataritzan kontsumoak duen garrantziari buruzko sentsibilizazio-kanpaina bat abiaraztea proposatzen da, ikuspegi positibo eta proaktibotik, eta herritarrei eta kontsumitzaileei balio bat eman diezaiekeen guztia azpimarratuz. Kontsumitzaileek ez dute erosten eta ez dute erosiko "penagatik", beraz, hobe da argudio positibo eta sendoak ematea.

Bi ildo azpimarratzea proposatzen da:

- Oñatiko merkataritzatik eskaintzen diren eskaintza, prezio eta zerbitzuak erakustea. Bezeroak ez badu ezagutzen zer eskaintzen den sektoretik, ez du baloratzen, eta ez badu baloratzen, ez du aukeratzen eta ez du erosten. "Lehen Aukera OÑATIn" kanpaina.
- Erosketekin, hiri-eredu jakin baten aldeko apustua egiten ari zara, eta etorkizuneko Oñati eratzen ari zara. Nolako nahi duzu Oñati izatea 15 urtetan?

### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Txanda Elkarte</li> <li>• Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

### c) Lehentasuna:



Ertaina-Altua

### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Sentsibilizazio-programa bat diseinatzea eta abian jartzea	x	x	x	x	x

### e) Jarraipen sistema

- **Fisikoa:** Sentsibilizazio-programaren diseinua (Bai/Ez); Kanpaina-kopurua
- **Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua



### 5.2.2.- Eskolak eta ikastetxeak

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Eskoletan eta ikastetxeetan Rol Play dinamikak egitea proposatzen da, gazteentzako espazioetan. Talde-dinamika horiek lagungarriak dira pertsoneri hurbileko merkataritzaren egoerarekin sentsibilizatzen, beren azalean jartzen eta beren esperientziak beraiek bezala bizitzen laguntzeko. Dibertigarria eta motibatzailea izan ohi da, eta, aldi berean, eztabaidarako eta gaiak hainbat ikuspegitatik lantzeko aukera ematen du.

Oro har, boluntarioak eskatzen dira istorio bat irudikatzeko, bakoitzari rol bat esleituz, agertoki posible bat deskribatuz, baina ezarritako gidoirik gabe, helburua ikasleek saltokiekin enpatia izatea baita. Ekimen honekin batera beste euskarri batzuk ere erabil daitezke, hala nola komikiak, kontzertuak/abestiak, adibidez.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkartea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Jarduera-programa bat diseinatzea		x			
Kanpainak gauzatzea		x	x		

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Sentsibilizazio-programaren diseinua (Bai/Ez); Kanpaina-kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua

## 5.3.- Barne komunikazioa

### 5.3.1.- Barne komunikazioa

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Hiriko merkataritzaren ekosistemako eragileen arteko komunikazioa eta koordinazioa funtsezkoa da dinamizatzen diren estrategiek eta baliabideek inpaktu handiagoa izan dezaten eta haien efikazia eta efizientzia hobetu dezaten. Beharrezkoa da barne-komunikazioaren kudeaketa eta sistematika lantzea, informazio-fluxuak hobetzea, agenda partekatuak egitea eta, hala badagokio, hori lortzeko tresnak garatzea.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkartea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Aktoreak, betetzen dituzten rolak eta erabilitako komunikabideak identifikatzea	x				
Agendak eta proiektuak aztertzea		x			
Bateratzea eta koordinazio sistematikoa		x	x	x	x

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Identifikaturako eragileen kopurua; egindako urteko jarduketan kopurua; aztertutako tresnen kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

## 5.4.- Dinamizazio berritua

### 5.4.1.- Dinamizazio berritua

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Dinamizazioa kaleko hainbat jarduketaren bidez, jai-ekitaldien bidez, merkataritza ikusarazteko kanpainen bidez, zozketen bidez eta era horretako hainbat ekimenen bidez egiten da, eta, tradizioz, elkarteen ahaleginen zati handi bat biltzen dute eta haien baliabideen funtsezko zati bat bideratzen dute.

Jarduera horiek modu generikoan planteatu ohi dira, bezero-profil desberdinetara bideratu gabe eta segmentatu gabe, eta asoziazionismoaren jardueraren garai bat markatu duten arren, merkataritza-ereduan gertatzen ari diren eraldaketetatik kanpo geratzen dira; gainera, agortze-sintoma argiak eta inpaktu mugatukoak dituzte sektoreak dituen arazoei dagokienez. Beraz, dinamizazioa ere iristen da aldatzeko eta eraldatzeko beharra. Pixkanakako aldaketa-prozesua, jarduera dinamizatzaileen dibertsifikazioa eta aldaketa kontuan hartzen dituen.

Dinamizazio-jarduera segmentatuak bultzatzea.

- *Gazte Bezeroak: logika digitalean eta sare sozialetan oinarrituta. Gazteekin partekatutako jarduerak sustatzea.*
- *Familiako bezeroak: kaleko jarduera klasikoetan eta askotariko ekitaldietan oinarrituta. Jokoak, zozketak, emanaldiak... Kulturarekin partekatutako jarduerak eta barrutiko ekimenak bultzatzea.*  
*Zerbitzazioan oinarritutako "zilar koloreko" bezeroak. Gizarte-zerbitzuekin partekatutako jarduerak sustatzea.*

### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Txanda Elkarteak</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oñatiko udaletxea</li> <li>• Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

### c) Lehentasuna:



Ertaina-Altua

### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Azken urteetan garatutako jardunaren azterketa	x				
Dinamizatzekeo jarduera berriak diseinatzea	x	x	x	x	x

### e) Jarraipen sistema

- **Fisikoa:** Dinamizazio-jarduera "berrituak" diseinatzea (bai/Ez); tipologiaren arabera garatutako dinamizazio-jardueren kopurua
- **Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

## 6. ardatza- Gobernantza eta Elkarteratzea

Egoera konplexu eta mugimenduan dagoen honetan, formula berritzaileak aztertu behar dira, bai elkarteen kudeaketakoak, bai gobernantza-ereduetakoak.

### 6.1.- Rolen garapenaren eta onarpenaren lidergoa

Esperientziak arlo publikoaren eta pribatuaren arteko lankidetzeta-prozesuetan alderdi bakoitzaren benetako gaitasunak modu errealistan onartzea beharrezkoa dela erakusten du.

Sektorearen ezaugarri mikroenpresarial eta zatikatuak eta haien egoera zaila, toki-garapenaren **lidergo eraldatzailea**, konpetentzien arabera, gero eta **gehiago dagozkio Udalari**, eskatzen diren gaitasun operatiboekin,

Horrela, Oñatiko Udala dela PERCOren dinamizazioaren buru izan daitekeena eta izan behar duena uste da, bera izan baitaiteke ekimen gehien jarraibide, baliabide tekniko eta ekonomikoen euskarri, eta horiek sortu, garatu eta ebaluatzeko prozesua animatu dezakeena.

**Sektorea ezinbesteko laguntzaile gisa agertzen da.** Haien kohesioa, inplikazio aktiboa eta mobilizazioa dira ekintza legitimatzen dutenak eta, aldi berean, operatiboki, ekintza bideragarri egiten dutenak. Erronka hori, hau da, inplikazio aktiboa eta orokorra, sektoreak bere gain hartu behar duena da, garatu beharreko ekimenei elkarlaneko kidegoa emateko Elkarteen Berreskuratze Plan baten esparruan.

## 6.2.- TXANDA merkatarien Elkartea birdefinitzea

### 6.2.1.- Elkartee-ereduaren azterketa

#### a) Deskribapena eta justifikazioa

Elkarteearen eredia aztertea: non dagoen eta nora iritsi nahi duen. Azterketa hori egiteko, saltokiek eta saltokietako bezeroek gaur egun dituzten beharrak eta ohiturak hartu behar dira abiapuntutzat, eta, behar horietatik abiatuta, ikusi behar da ea egungo eredutik asetzen diren behar horiek, eta, hala ez bada, jarduera-ibilbide/programa bat diseinatu behar da, elkarteak beharrezko zerbitzuak eskaini ahal izan ditzan.

#### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkartea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

#### c) Lehentasuna:



#### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Eredu asoziatiboaren eta bere publiko objektiboaren beharren azterketa	x				
Berdefinizio-ibilbide-orriaren diseinua	x	x	x		

#### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Beharren azterketa (Bai/Ez); Ibilbide-orriaren diseinua (Bai/Ez); zerbitzu berrien kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua; Urteko batez besteko aurrekontua ekintza bakoitzeko; Urteko gehieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko; urteko gutxieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko

## 6.2.2.- Ostalaritza integratzea

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Udalerriko ostalaritza da hiriko udal-ekonomiaren azpisektore garrantzitsuenetako bat, eta merkataritzaren arazo eta behar asko partekatzen ditu. Ostalariak Txanda elkartearen modu orokorrean sartzeko formulak aztertzea eta aztertzea proposatzen da, eta kolektibo horrek dituen behar espezifikoak eta horiei heltzeko modua aztertzea.

### b) Inplikaturako eragileak:

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

### c) Lehenetsuna:



Ertaina-Altua

### d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia

	2021	2022	2023	2024	2025
Ostalaritzaren behar zehatzen azterketa		x			
Ostalaritza Integratzeko Plana diseinatzea		x	x		

### e) Jarraipen sistema

- Fisikoa:** Planifikaturako eta/edo eguneratutako esku-hartzeen kopurua; urtean egindako jardueren kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua; Urteko batez besteko aurrekontua ekintza bakoitzeko; Urteko gehieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko; urteko gutxieneko aurrekontua ekintza bakoitzeko

### 6.2.3.- Langileak kontratatzea/laguntza

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Plan honetan deskribatutako jarduerak dinamizatuko dituen elkarte baten kudeaketak etengabeko dedikazioa eta ezagutza espezifikoa eskatzen ditu, eta behar horiek dauden gaitasunak gainditzen dituzte.

Elkartearen kudeaketa profesionalean aurrera egitea planteatzen da, bai bertako langileen bidez, bai ekimenak, proiektu estra tegiko bereziak eta zerbitzuak modu errealistan dinamizatuko dituen laguntza teknikoaren bidez.

**b) Inplikaturako eragileak:**

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkarte</li> <li></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

**c) Lehentasuna:**



**d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia**

	2021	2022	2023	2024	2025
Alternatiben azterketa eta hautaketa	x	x	x	x	x

**e) Jarraipen sistema**

- Fisikoa:** Aztertutako aukeren kopurua; kontratazio pertsonala/asistentzia (Bai/Ez)
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;

### 6.3.- Merkataritza Mahaia, Hiri Ekonomiako Klusterra eratu aurreko urrats gisa

**a) Deskribapena eta justifikazioa:** Gaur egun ematen den lan-dinamikari jarraipena ematea proposatzen da (bilerak gaika eta proiektuka), eta izaera formalagoa eta estrategikoagoa ematea, ikuspegia eta helburuak epe labur, ertain eta luzera landu ahal izateko. "Oñatiko Merkataritza Mahaia" ren oinarriak zehaztea proposatzen da. Gune hori lan-foro gisa eratu da, eta tokiko merkataritzako eragile guztien eta, oro har, hiri-ekonomiaren topagune gisa.

Lehenengo fasean, topaketa-gune gisa, sektoreko eragileak, Txanda Merkatarien Elkarteko ordezkariak, Merkataritzako Bulego Teknikoa eta Udaleko ordezkariak Ekintza Planaren inguruan egon eta koordinatuko dira.

Merkataritza Mahaia sendotu zenetik, mahai horri elkarrizketa-esparru zabalagoa ematea iradokitzen da, eta pixkanaka beste eragile batzuk sartzea zentzu zabalean, hiri-ekonomiaren, kulturaren, turismoaren, elkarteen, kirolaren eta abarren kluster bat eratzeko.

**b) Inplikaturako eragileak:**

Lidergoa	Laguntzaileak
<ul style="list-style-type: none"> <li>Oñatiko udaletxea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Txanda Elkartea</li> <li>Merkataritzako Bulego Teknikoa</li> </ul>

**c) Lehentasuna:**



Altua

**d) Jarduketan hedapena eta 2025erako egutegia**

	2021	2022	2023	2024	2025
Oñatiko Merkataritza Mahaiaren oinarriak prestatzea	x				
Merkataritza Mahaia abian jartzea eta dinamizatzea	x	x	x	x	x

**e) Jarraipen sistema**

- Fisikoa:** Oinarriak egitea (Bai/Ez); bilera-kopurua; lankidetzeta-proiektu berrien kopurua
- Ekonomikoa:** Gauzatutako urteko aurrekontua;



## PLANAREN JARDUKETAK, ARDATZEN ETA EKINTZA-ILDOEN, LEHENTASUNEN ETA PROIEKTUEN ZENBATESPENAREN ARABERA

ARDATZA	EKINTZA LERROA	EKINTZA	LEHENTASUNA	ZENBATESPENA
<b>1 ardatza.- OÑATIko merkataritza modeloa</b>	<b>1.1.- Lokal hutsak</b>	1.1.1.- Hutsik dauden lokalen poltsa bat sortzea eta kudeatzea (datu-base operatiboa)	<b>Altua</b>	Lokal hutsen errolda eta analisisa zehatz-mehatz: orientagarria 10.000 €+ egin beharreko ekintzetara egokitutako urteko zuzkidura (10.000 €/ urte)
		1.1.2.- Hutsik dauden lokalak zergapetzea	<b>Ertaina</b>	
		1.1.3.- Alokairua sustatzeko laguntzak	<b>Ertaina – Altua</b>	
		1.1.4.- Lokalak eta/edo erakusleihoak okupatzea	<b>Ertaina</b>	
	<b>1.2.- Araudia</b>	1.2.1.- Merkataritza-ekimen berriak irekitzea erraztea	<b>Ertaina</b>	Hirigintzako arloaren urteko zuzkidura eta baliabide propioak
		1.2.2.- Ornato ordenantza	<b>Ertaina-Baxua</b>	Hirigintzako arloaren urteko zuzkidura eta baliabide propioak
	<b>1.3.- Merkataritza eta aisialdi guneak</b>	1.3.1.- Merkataritza- eta aisialdi-guneak aztertzea, berritzeko	<b>Ertaina-Baxua</b>	Proiektuaren zehaztapenaren arabera behar den inbertsiora egokitutako urteko zuzkidura.
		1.3.2.- Degradatutako eremuak berreskuratzea	<b>Ertaina-Baxua</b>	Proiektuaren zehaztapenaren arabera behar den inbertsiora egokitutako urteko zuzkidura.
		1.3.3.- Kaleen animazioa	<b>Ertaina</b>	Ez da egokia
		1.3.4.- Hiri-altzariak	<b>Ertaina-Baxua</b>	Beharrezko inbertsioari egokitutako urteko zuzkidura
		1.3.5.- Merkataritza eta Smart City	<b>Ertaina-Baxua</b>	Proiektuaren zehaztapenaren arabera garatu beharreko aurrekontua + urteko zuzkidura
	<b>1.4.- Merkatu Plaza indartzea</b>	1.4.1.- merkatuaren azterketa	<b>Altua</b>	Arian-arian garatu beharrekoa, proiektuaren zehaztasunaren arabera. 15.000 €hasierako azterketarako

ARDATZA	EKINTZA LERROA	EKINTZA	LEHENTASUNA	ZENBATESPENA	
<b>2. ardatza- Digitalizazioa eta Lehiakortasuna</b>	<b>2.1. Barruranzko erakusleihoko saltokien barne-digitalizazioa</b>	2.1.1.- saltokien kudeaketa teknologikoa	<b>Altua +</b>	Arian-arian garatu beharrekoa, proiektuaren zehaztasunaren arabera. 15.000 €kanpo-aholkularitzako zerbitzuak	
	<b>2.2. Bezeroarekiko kanpo-digitalizazioa</b>	2.2.1.- motibazioa eta animazioa (adibide argigarriak dituzten pilulak, jardunbide egokien jardunaldia saltokiekin, joerak...)		<b>Altua</b>	Prestakuntza eta Sentsibilizazio Plana: 4.000,00 €/ urte
		2.2.2.- WhatsApp Marketing bezeroarekin lotzeko tresna gisa: banakakoa eta kolektiboa.		<b>Altua</b>	Elkartearen jarduera-esparruan + hasiera/exekuziorako zuzkidura berezia 10.000 €kanpo-aholkularitzako zerbitzuak
		2.2.3.- Presentzia Digitala: Google myBussines		<b>Ertaina – Altua</b>	Arian-arian garatu beharrekoa, proiektuaren zehaztasunaren arabera. 5.000 €kanpo-aholkularitzako zerbitzuak
		2.2.4.- Bezeroekiko harremanen kudeaketa: CRM		<b>Ertaina – Altua</b>	Arian-arian garatu beharrekoa, proiektuaren zehaztasunaren arabera. 10.000 €kanpo-aholkularitzako zerbitzuak + urteko mantentze-lanak
	<b>2.3. Inbertsiorako laguntza-programa bat diseinatzea</b>	2.3.1.- Inbertsiorako laguntza-programa bat diseinatzea		<b>Ertaina</b>	Egin beharreko ekintzetara egokitutako urteko zuzkidura (10.000 €/ urte)



ARDATZA	EKINTZA LERROA	EKINTZA	LEHENTASUNA	ZENBATESPENA	
<b>3. ardatza- Serbituzazioa eta komunitatea”</b>	<b>3.1. Oñatiko saltokien serbituzazioa</b>	3.1.1.- Banakako serbituzazioa	<b>Altua</b>	Arian-arian garatu beharrekoa, proiektuaren zehaztasunaren arabera. 10.000 €kanpo-aholkularitzako zerbitzuak	
	<b>3.2. Zerbitzu Aurreratu Integralak: sektorean batera landu behar diren eta bezeroentzako balioa ematen duten ekimenen azterketa eta diseinua</b>	3.2.1.- etxez etxeko banaketa-sistema		<b>Ertaina – Altua</b>	Arian-arian garatu beharrekoa, proiektuaren zehaztasunaren arabera. 12.000 €6 hilabeteko pilotua
		3.2.2.- Oñatiko erakusleho digitala		<b>Altua</b>	Egin beharreko ekintzetara egokitutako urteko zuzkidura (15.000 €/ urte)
		3.2.3.- Erosketa-esperientziaren diseinua		<b>Ertaina – Altua</b>	Arian-arian garatu beharrekoa, proiektuaren zehaztasunaren arabera. 8.000 €kanpo-aholkularitzako zerbitzuak
		3.2.4.- Fidelizazio-tresnak:		<b>Ertaina – Altua</b>	Arian-arian garatu beharrekoa, proiektuaren zehaztasunaren arabera. 10.000 €kanpo-aholkularitzako zerbitzuak + urteko mantentze-lanak
<b>4. ardatza- ekintzaitzaren eta enpresen arteko lankidetzaren kudeaketa</b>	<b>4.1 Ekintzaitzaren kudeaketa</b>	4.1.1.- ekimen ekintzaileei laguntzea	<b>Ertaina</b>	Arian-arian garatu beharrekoa, proiektuaren zehaztasunaren arabera.	
		4.1.2.- enpresak erakartzea	<b>Ertaina – Altua</b>	Arian-arian garatu beharrekoa, proiektuaren zehaztasunaren arabera.	
	<b>4.2. Enpresen arteko lankidetzaren kudeaketa</b>	4.2.1.- sare sozialen kudeaketa	<b>Ertaina</b>		10.000 €/ urteko kanpo-aholkularitzako zerbitzuak
		4.2.2.- baliabideen kudeaketa partekatua	<b>Baxua</b>		
		4.2.3.- Merkataritza/Ostalaritza	<b>Ertaina – Altua</b>		Elkartearen jarduera-esparruan

ARDATZA	EKINTZA LERROA	EKINTZA	LEHENTASUNA	ZENBATESPENA
<b>5. ardatza- Komunikazio eta dinamizazioa</b>	5.1.- Komunikazio eta Marketina	5.1.1.- Oñatiko merkataritzaren kontakizuna	<b>Ertaina</b>	Proiektuaren zehaztapenaren arabera garatu beharreko aurrekontua + urteko zuzkidura
		5.1.2.- Komunikazio-plana	<b>Ertaina – Altua</b>	
	5.2.- Sentsibilizazio kanpainak	5.2.1.- Orokorrak	<b>Ertaina – Altua</b>	Proiektuaren zehaztapenaren arabera garatu beharreko aurrekontua + urteko zuzkidura
		5.2.2.- Eskolak eta ikastetxeak	<b>Ertaina</b>	
	5.3.- Barne komunikazioa	5.3.1.- Barne komunikazioa	<b>Ertaina</b>	
5.4.- Dinamizazio berritua	5.4.1.- Dinamizazio berritua	<b>Ertaina – Altua</b>	Elkartearen jarduera-esparruan	
<b>6. ardatza- Governantza eta Elkarteratzea</b>	6.1.- Rolen garapenaren eta onarpenaren lidergoa		<b>Altua</b>	Ez da egokia
	6.2.- TXANDA merkatarien Elkartea birdefinitzea	6.2.1.- Elkarre-ereduaren azterketa	<b>Altua+</b>	6.000 €abiarazteko programa espezifiko baterako
		6.2.2.- Ostalaritza integratzea	<b>Ertaina – Altua</b>	Ez da egokia
		6.2.3.- Langileak kontratatzea/laguntza	<b>Altua</b>	Dedikazioaren arabera.
6.3.- Merkataritza Mahaia, Hiri Ekonomiako Klusterra eratu aurreko urrats gisa		<b>Altua</b>	Ez da egokia	



# ERANSKINAK

## 1. LAN SAIOAREN PARTE HARTZEAREN EMAITZAK

# OÑATIKO EKINTZA PLANA LANTZEN

[www.menti.com](https://www.menti.com) eta sartu 31 66 kodea





# Desde el tejido comercial local, y atendiendo a la procedencia de la clientela... ¿Cuál deberíamos priorizar?



# ¿En qué segmento de demanda por edad debe centrarse el comercio local?



Joven



Adulto

0

Mayores



Todas ellas



# EJES DE ACTUACIÓN / PLANAREN ARDATZAK

A continuación, priorizaremos los  
ámbitos de actuación para los  
siguientes Ejes de Actuación



# ¿Cuál/es consideras que son los principales ámbitos de actuación respecto al ESPACIO URBANO? (máximo 2 respuestas)





# ¿Cuál/es consideras que son los principales ámbitos de actuación respecto a la COMPETITIVIDAD DEL SECTOR? (máximo 2 respuestas)



Adaptar los negocios (horario, nuevas necesidades...)



Experiencia de la clientela



Tecnología y Digitalización



Sensibilización y puesta en valor



Continuidad-Relevo



Nuevos servicios



# ¿Cuál/es consideras que son los principales ámbitos de actuación respecto a la COMUNIDAD DE CLIENTES? (máximo 2 respuestas)



Bases de Datos (información)



Estrategias de captación de JOVENES

0

Fidelización de adultos

0

Fidelización de mayores



Comunicación / Presencia



# ¿Cuál/es consideras que son los principales ámbitos de actuación respecto a la ANIMACIÓN Y DINAMIZACIÓN? (máximo 2 respuestas)



Reflexión del calendario de eventos



Nuevos eventos/actividades de animación

0

Animar la Berdura Azoka



Construir el relato del COMERCIO de Oñati



Turismo: atracción de visitantes



# ASOCIACIONISMO: ¿En qué ámbito/s deberían apoyar las Asociaciones de comerciantes/hosteleros (seleccione máximo 2 opciones)?



Animación/ Dinamización



Formación



Profesionalización de la actividad/Gestión



Relación con la Administración



Herramientas Fidelización



Campañas de Sensibilización

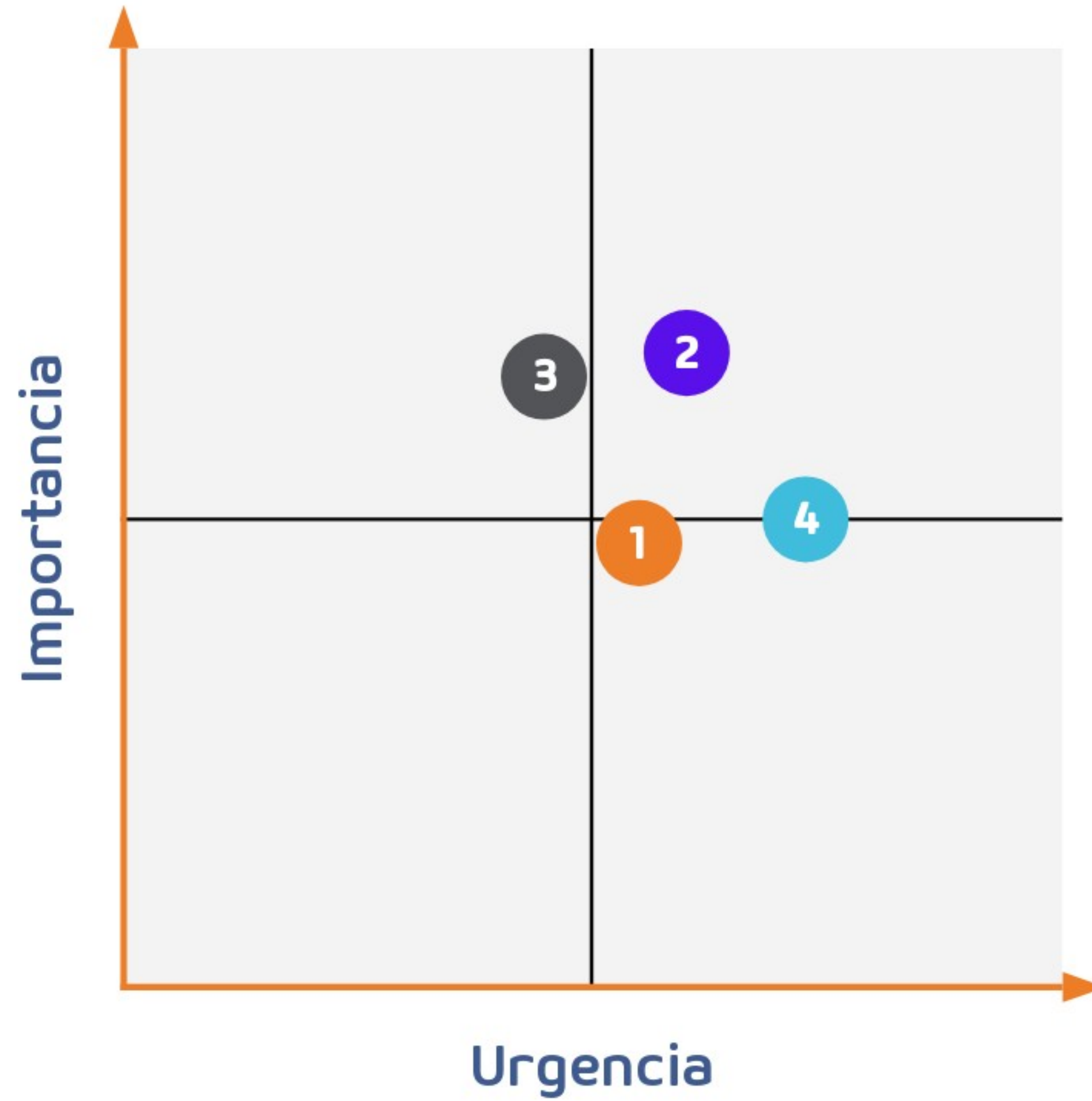


Promoción de los comercios



Urbanismo comercial

# MATRIZ DE PRIORIDADES



- 1 ESPACIO URBANO
- 2 COMPETITIVIDAD DEL SECTOR
- 3 COMUNIDAD DE CLIENTES
- 4 ANIMACIÓN Y DINAMIZACIÓN

**- ESKERRIK ASKO -**





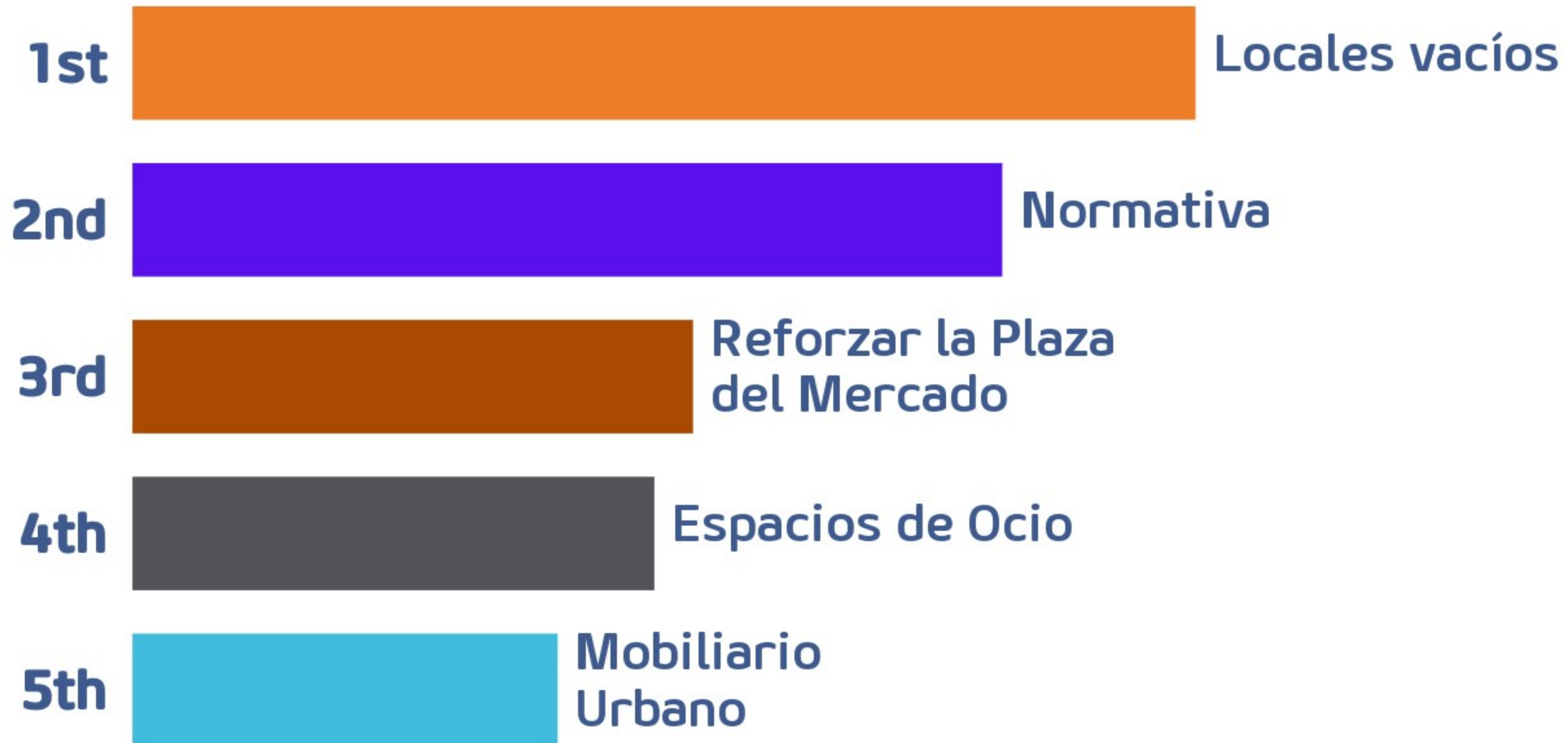
## 2. LAN SAIOAREN PARTE HARTZEAREN EMAITZAK

# OÑATIKO EKINTZA PLANA LANTZEN

[www.menti.com](https://www.menti.com) eta sartu 13 58 83 4 kodea



# 1. Prioriza de más a menos importante los ámbitos del Eje 1 URBANISMO y MODELO COMERCIAL



## 2. Prioriza de más a menos importante los ámbitos del Eje 2 DIGITALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD

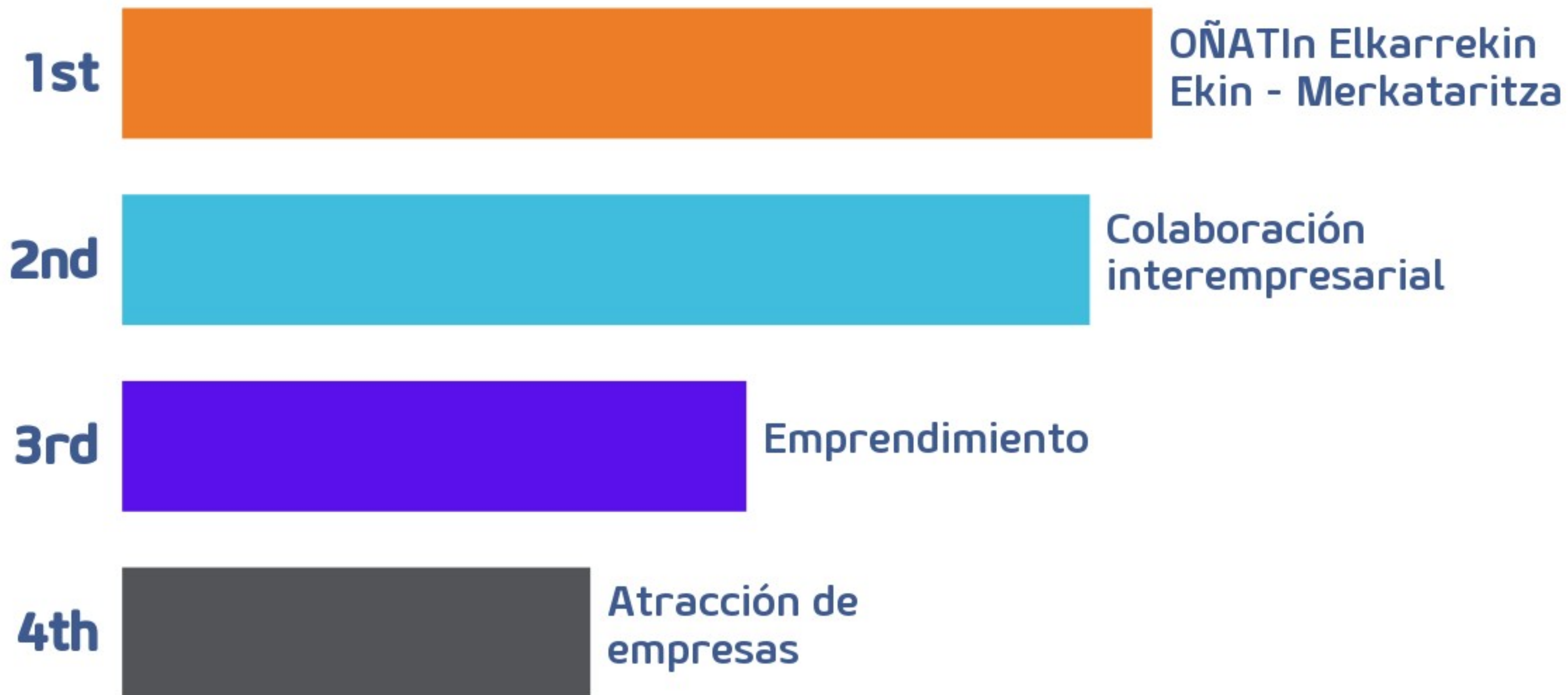




# 3. Prioriza de más a menos importante los ámbitos del Eje 3 SERVITIZACIÓN y COMUNIDAD

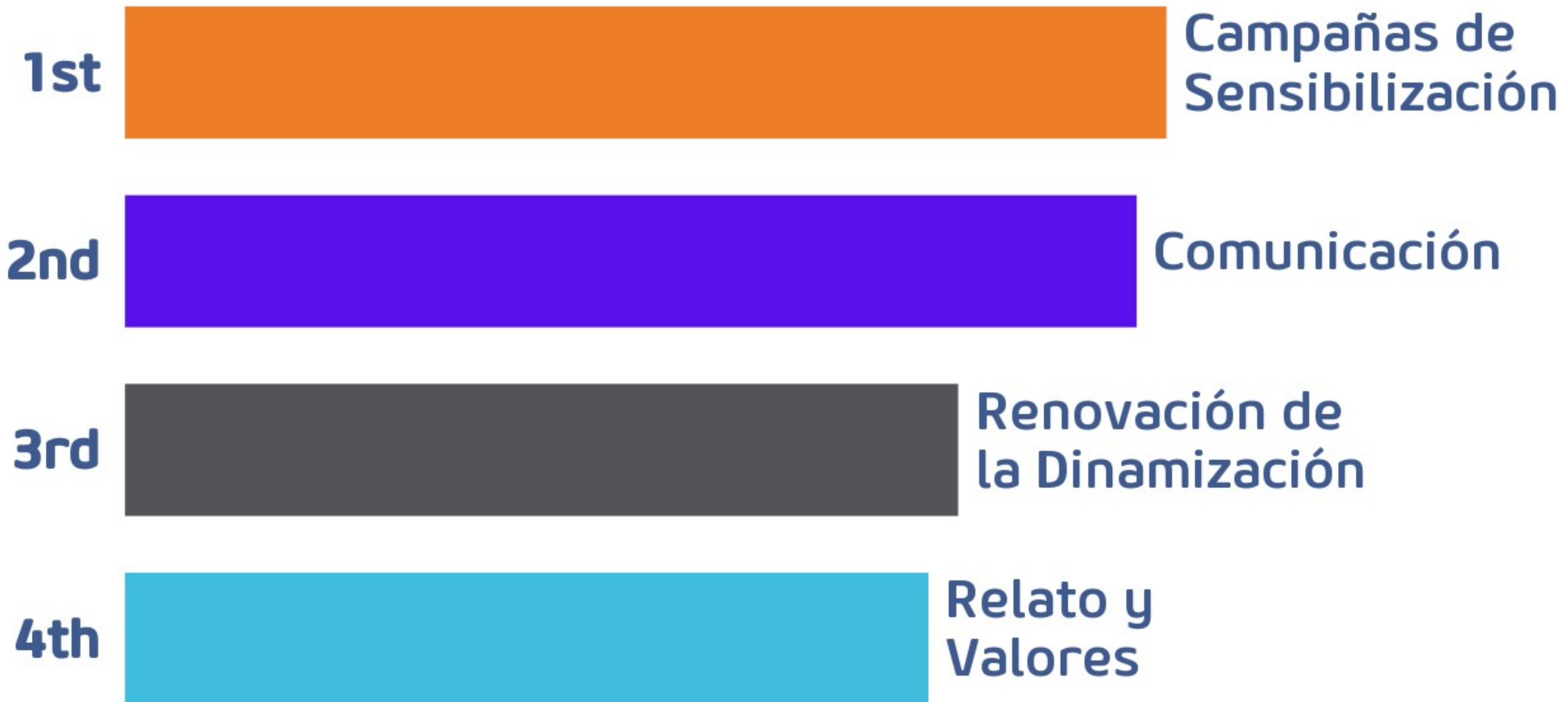


# 4. Prioriza de más a menos importante los ámbitos del Eje 4 EMPRENDIMIENTO Y COLABORACIÓN INTEREMPRESARIAL





# 5. Prioriza de más a menos importante los ámbitos del Eje 5 DINAMIZACIÓN Y COMUNICACIÓN



# Distribuye el % de un "presupuesto hipotético" (sobre el 100% ):



**- ESKERRIK ASKO -**

