

*Euskadi, auzolana, bien común*

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA  
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,  
COMERCIO Y CONSUMO



DEBAKO UDALA  
AYUNTAMIENTO DE DEBA

ikertalde



Debako

**Merkataritza Indartzeko**

Plan Berezia 2020

Plan Especial

de **Revitalización Comercial**

de Deba 2020



## Aurkibidea

<b>TESTUINGURUA</b>	<b>7</b>
1.- EGITURA ETA LAN PROZESUA	9
2.- LAN PROZESUA	10
3.- EGUNGO TESTUINGURUA: COVID-19 ETA DERIBATUAK	11
4.- JOERA SEKTORIALAK	14
5.- DEBAKO ERREALITATE SOZIOEKONOMIKOA	15
<b>Diagnosi analisia: ESKARIA</b>	<b>19</b>
1.- GALDEKETAREN FITXA TEKNIKOA: ESKARIA	21
2.- MERKATARITZA GASTU POTENTZIALA: Ihesa, Atxikipena eta Erakarpena	23
2.1.-Debako auzotarren gastuaren ihesa/atxikipena	23
2.2.- Ihesa/Atxikipenaren portaera	24
2.3.- Auzokoen gastua ihesa/atxikitzea	25
2.4.- Gastuaren portaera udalerria baino lurralde-eremu txikiagoko toki-erakundean ITZIAR	26
2.5.- Internet gastu norako moduan	27
2.6.- Erosketa arrazoiak	28
2.7.- Merkataritza gastuaren erakarpena	30
2.8.- Erakarpena - Ihesa = Ondoriozko saldoa	33
<b>Diagnosi analisia: ESKAINTZA TERTZIARIOA</b>	<b>35</b>
1.- MERKATARITZA EGITURA	37
1.1.- Debako hirugarren sektorearen zifra handiak	37
1.2.- Debako ostalaritza eta merkataritza sektorearen zifra handiak	38
1.3.- Debako hirugarren sektorearen zifra handiak	39
2.- MERKATAL EREMUA	40
2.1.- Debako Merkataritza Gune Nagusia	40
2.2.- Hirigintza alderdien balioespina	42

---

<b>3.- MERKATARITZA EHUNAREN EZAUGARRIAK</b>	<b>43</b>
3.1.- Debako establezimenduei galdeketa Fitxa teknikoa	43
3.2.- Hirugarren hiri-ehunaren oinarrizko ezaugarriak	45
3.3.- Enpresariaren profila	48
3.4.- Merkataritza egoeraren balioespena eta aukerak	49
3.5.- Inbertsioa, publizitatea eta prestakuntza	51
3.6.- Dinamika asoziatiboa eta instituzionala	52
3.7.- Eskainitako zerbitzuak	54
<b>4.- MERKATARITZA ETA EUSKARA</b>	<b>56</b>
<b>5.- ESKAINTZA TURISTIKOA</b>	<b>57</b>

<b>ONDORIOAK ETA EKINTZA PLANA</b>	<b>63</b>
<b>1.- SINTESI DIAGNOSTIKOA</b>	<b>65</b>
<b>2.- AMIA ANALISIA: Babesguneak eta puntu kritikoak</b>	<b>70</b>
<b>3.- PLANAREN XEDE ETA IKUSPEGIA</b>	<b>72</b>
<b>4.- LAN ESKEMA ETA EKINTZA PLANA</b>	<b>73</b>

**ERANSKINA: Parametro sozioekonomiko nagusiak**

Hiri Merkataritzaren Lankidetzeta, dinamizazio eta Lehiakortasuneko zonako estrategiak sustatzera bideratutako laguntza-programa arautzen duen Aginduari jarraikiz, dokumentu honetan jasotzen diren gutxiengo edukiak honela aurkezten dira:

6. artikuluan jasotako gutxiengo edukiak	Edukien kokapena txosten honetan
1) Udalerria identifikatzeko parametroen azterketa	I. eranskina "parametro sozioekonomiko nagusiak"
2) Eremu horren analisi komertziala	Analisi diagnostikoa: HIRUGARREN SEKTOREKO ESKAINTZA 1.- HIRUGARREN SEKTOREKO EGITURA 3.- MERKATARITZA-EHUNAREN EZAUGARRIAK
3) Eremuaren azterketa espaziala	Analisi diagnostikoa: HIRUGARREN SEKTOREKO ESKAINTZA 2.- MERKATARITZA-GUNEA
4) Udal-hornidurako sistemen azterketa, salgaien zabalantzarako ordenantzei buruzko alderdiak barne.	Analisi diagnostikoa: HIRUGARREN SEKTOREKO ESKAINTZA 2.- MERKATARITZA-GUNEA
5) Eskariaren azterketa	Analisi diagnostikoa: ESKARIA 1.- INKESTAREN FITXA TEKNIKOA: ESKARIA 2.- MERKATARITZA-GASTU POTENTZIALA: ihesa, atxikipena eta erakarpena
6) Diagnostikoa	Ondorioak eta Ekintza Plana 1.- SINTESI DIAGNOSTIKOA 2.- AMIA ANALISIA: babesguneak eta puntu kritikoak
7) Jarduketa-proposamenak, horiek gauzatzeko ahalbidetuko duten helburuak, ekintzak eta adierazleak zehaztuz.	Ondorioak eta Ekintza Plana Jardun-arloak - UDAL-KUDEAKETAKO EREMUAK - ENPRESEN LEHIAKORTASUNA - BEZEROAK: JARDUN SEGMENTATUAK - ANIMAZIOA, DINAMIZAZIOA ETA SUSTAPENA - PLANAREN GOBERNANTZA ETA DINAMIZAZIOA ESKU-HARTZEEN LABURPENA



# TESTUINGURUA

---





# 1.- EGITURA ETA LAN PROZESUA

Merkataritza Biziberritzeko Plana edo PERCO DEBA bi kapitulu handitan egituratzen da: Diagnosi Analisia eta Ekintza Plana.

Azterketa Diagnostikoaren prozesua, inkestak, zuzeneko behaketa, elkarrizketak, saioak eta informazio-metaketa egitearen emaitza dena, 3 alderditan banatzen da: eskaria, eskaintza eta hiri-espazioa. Prozesu horren bidez, udalerrriaren merkataritza-egoeraren argazki bat egin da, eta hori izan da Merkataritza Ekintza Plan partekatuko bat eraikitzeke oinarria.

## DIAGNOSI ANALISIA

**ESKARIA** | Debako kontsumitzaileen eta udalerrira datozen bisitaren portaera:

- Zenbat gastu egiten duten udalerrian eta zenbat kanpoan.
- Erosketak non egiten dituzten.
- Adinak erosteko ohituretan duen eragina.
- Bisitarien ezaugarriak.



**ESKAINZA** | Analisia bereziki Debako merkataritza eta ostalaritza sektoreetan oinarritzen da:

- Establezimendu-kopuruaren bilakaera..
- Saltokien eta ostalaritza-establezimenduen ezaugarriak (forma juridikoa, perspektibak, eskaintako zerbitzuak, ordutegiak)
- Establezimenduetako arduradunen eta langileen ezaugarriak.
- Elkarre-dinamika.



**HIRI ESPAZIOA** | Debako hiri espazioaren analisia:

- Merkataritza-eskaintzaren mapan kokatzea
- Merkataritza Eremu Nagusia mugatzea eta deskribatzea.
- Udalerriko hirigintza-alderdiak baloratzea....



## EKINTZA PLANA

**AMIA** | Ahuleziak eta mehatxuak vs indarguneak eta aukerak identifikatzea.



**ONDORIOAK** | partekatutako Ekintza Plan baterako sintesi eta gogoetak (testuingurua eta Planaren eskema).

**PARTEKATUTAKO MERKATARITZA EKINTZA PALAN** | Ardatzetan, ekintza lerroetan eta ekintza zehaztetan egituratua

## 2.- LAN PROZESUA

Debako merkataritza indarberitzeko ekintza plana egiteko prozesuan, honako jarduera nagusiak egin dira:



- > **Proiektuaren webgunea:** sektoreari eta herritarrei irekitako webgune bat sortu da, informazioa emateko, komunikatzeko eta ekarpenak jasotzeko, bai eta online merkataritza-sektoreari zuzendutako inkesta egiteko aukera eskaintzeko ere (hala ere, paperean banatu eta jaso da establezimendu bakoitzean).
- > **Elkarrizketak agenteekin:** elkarrizketak izan dira merkataritza-sektoreko eragileekin, turismo-sektoreko eragileekin, elkarrekin ...:
- > **Informazio bilketa :** eskuragarri dagoen informazioa -Eustateko datuak, adibidez- eta udaletako, eskualdeetako ... planak aztertu dira
- > **Inkestak – Eskaria:** telefono bidezko eta aurrez aurreko inkestak egin dira, eta Debako oinezkoen eta bisitarien fluxua zenbatu da  **± 500 pertsona elkarrizketatuak**
- > **Inkestak – Eskaintza:** iritzia jasotzeko eta sektorearen erretratua egiteko prozesua, merkataritza-establezimenduen parte-hartzearekin, batez ere zerbitzu pertsonalena eta ostalaritza-establezimenduren batena  **68 establezimendu elkarrizketatuak**
- > **Parte hartzeko foroak:** Diagnostikoaren eta jarduketa-neurrien inguruan parte hartzeko saioak egitea aurreikusten da (osasun-egoerak ahalbidetzen duen neurrian).
- > **Udal ikuspegiarekin koordinatzea:** ainbat arlotatik, elkarrizketen bidez (Alkatetza, zerbitzuburuak eta teknikariak) eta eskuragarri dagoen udal-dokumentazioa aztertuz, eta sektoreko hainbat eragileren ikuspegitik
- > **In situ azterketa espaziala:** Ibilbideen bidez eta zuzeneko behaketa bisualen bidez.
- > **Talde Aholkulariaren kabinetearen lana:** dokumentazioa aztertzeko, hausnarketa-prozesua egiteko, Plana eraikitzeko eta dokumentuak formalizatzeko.

### 3.- EGUNGO TESTUINGURUA: COVID-19 ETA DERIBATUAK

Espainiako Gobernuak 2020ko martxoaren 14an deklaraturako alarma-egoera -martxoaren 14ko 463/2020 Errege Dekretua-, Osasunaren Mundu Erakundeak (OMS) COVID-19ren hedapena pandemia globaltzat jo ondoren, munduan duen hedapena dela eta (martxoaren 11), gizartean erabateko aldaketa eragin du, haren eremu eta sektore guztietan.

Gaixotasunaren aurrerabidea geldiarazteko beharrak zirkulazio aserako aldi baterako mugak ekarri ditu berekin, enpresa-jarduera murriztearekin batera, baita zenbait jarduera ixtea ere, berrogeialdiko eta eusteko neurrien ondorioz, bai eta irakaskuntza-jarduerak etetea ere. Hona hemen hirugarren sektorearen egoera:

- Turismoa: jarduera turistiko guztiak bertan behera uztea: ostatuak (hotelak, ostatuak, aterpetxeak, kanpinak, apartamentu turistikoak), horietako batzuk pandemiaren aurrean erabilera anitzeko espazio bihurtu dira, hala nola, osasun-arloko langileentzako hotelak, ospitaleetako saturazioaren aurrean gaixo dauden pertsonentzako gelak) turismo aktiboko jardueretara, monumentuetara, museoetara edo bestelako atrakzio turistikoetara bisitak egitera, parkeak ixtera.
- Ostalaritza: ostalaritza-establezimenduak, tabernak eta jatetxeak erabat ixtea, etxez etxeko entreguak egitea izan ezik. Bezeroek ezin izango dituzte inola ere lokalean egindako produktuak jaso (0 fasetik aurrera baimendua).
- Merkataritza: Merkataritza motaren edo jarduera-adarraren arabera aldatzen da murrizketa, eta elikadura-saltokiak ireki daitezke (gozoki-eta gozotegi-dendak barne), baita edariak, farmaziak, sanitarioak, optikak, produktu ortopedikoak, produktu higienikoak, prentsa eta papergintza, gasolindegia, tabakoak, ekipo teknologikoak eta telekomunikazioetakoak, animalia-elikagaiak, Internet bidezko merkataritza, telefono bidezkoa edo Zuzenean saltzen ez direnak (Internet bidez, WhatsApp,
- Hirugarren sektoreko zerbitzuak: berriz ere jardueraren arabera, hau da, ile-apaindegiak edo estetika-zentroak, ezin da lokala ireki, baina bai etxez etxeko zerbitzu profesionala; aldiz, hainbat zerbitzutan, hala nola banku-erakundeetan, aholkularitzetan, aseguru-etxeetan, abokatutza-bulegoetan, notaritzetan, gestorietan edo finka-administrazioetan, bai eta tindategi eta garbitegietan ere, atak ireki ahal izango dituzte. Osasun-jarduerak ere egin daitezke, hala nola albaitariak, klinika oftalmologikoak, dentistak, premiazko osasun-arazoak artatzeko edo, tratamendua atzeratuz gero, bilakaera txarra izan dezaketena, osasun-profesionalaren irizpidearen arabera.

---

Murrizketa horiek, herritarrek geratzeko duten betebeharrarekin batera, beren ohiko jarduera erabat haustea dakarte. Bai etendako jardueretarako, ezin baitira gauzatu, bai ireki dezaketen edozein merkataritza-establezimendutarako, baina mugak jarrita, egoera beldurraren, mesfidantzaren eta berehala egokitu beharraren paradigma berri bat da.

Adibide gisa, optika batek, bere jarduera garatzen jarrai dezakeen arren, etxetik irteteko debekua (lanera, erosketara eta abarrera joateko kasuetan izan ezik) oinezkoen/bezeroen fluxuak behera egitea edo, are, fluxu hori batere ez izatea dakar, eta, ondorioz, diru-sarrerak jaitsi egiten dira.

Bestalde, elikadura-dendek eta farmaziek, nahiz eta a priori beren jarduerarekin jarraitzen duten, normaltasunetik oso urrun daude; izan ere, higiene- eta edukiera-kontrolko neurriak hartu behar izan dituzte, hala nola metakrilatozko pantailak jartzea, eskularruak entregatzea eta erabiltzeko betebeharra, maskara eta/edo maskara babesleak erabiltzea, ordutegiak murriztea edo zabaltzea, langileak edo lanaldiak indartzea.

Bestalde, ostalaritza-sektore osoak, hala nola ostatuek, tabernek eta jatetxeek, merkataritza-sektorearen zati handi batek, moda-dendek, liburu-dendek, jostailu-dendek eta etxetresna elektrikoek, jarduera bertan behera utzi behar izan dute, diru-sarreraren iturria murriztuz edo ezabatuz, eta gastuei aurre egin behar izan diete.

Konfinamendu-fasean osasun-alarmaren egoera murrizteaz gain, irteera progresiboan edo deseskaladan ziurgabetasuna eta ezjakintasuna sortzen ari da etorkizunean, eta ez da jakingo noiz arte luzatuko diren "normaltasun berrira" itzultzeko baldintzak – Espazioak egokitu beharra, taberna eta jatetxeetako mahaiak bereizi beharra, edukiera mugatzen jarraitzea-, eta zalantza handiak sortzen ditu bai biztanlerian, bai hirugarren sektorean. Merkataritza- eta ostalaritza-enpresa horietako askok egokitzeko zailtasunari aurre egiteaz gain (segurtasun- eta urruntze-arauak, eskuratu beharreko ohitura berriak, etab.), "Joko-arau berri" horietan beren negozio-eredua eta enpresa gisa duten bideragarritasuna nabarmen kaltetzen dira.

Ildo horretan, COVID-19k sortutako inpaktua berreskuratzeak hartuko duen garrantzia kontuan hartuta, faktore berri horrek 5. fasean eta lanaren azken fasean egiten diren jarduera-orientabideak baldintzatuko ditu, eta, aurreikuspenen arabera, hainbat mailatako jarduketak eskatuko ditu, hala nola:

- Berehalako ekintzak edo talka-ekintzak: premiazko ekintzak, COVID-19ri erantzuteko eta kontsumoa berriz pizten laguntzeko;
- Epe ertaineko ekintzak: sektorea normaltasun berrira egokitzeko eraldaketa estrategikoetarako baldintzak sortu behar dituzten esku-hartzeekin;
- Epe luzeko ekintzak: aurreko biak bete beharko dituzten esku-hartze estrategikoak eta epe laburrean aurreikusten den finantzaketa-ingurunea baino egokiagoa);

## 4.- JOERA SEKTORIALAK

Krisi osteko gogortasun ekonomikoaren testuinguruan, merkataritza-sektoreko makrotendentzia hauek nabarmentzen dira, Debako merkataritza-sektorean eta hirugarren sektoreko hiri-sektorean ere ikus daitezkeenak:

- **Krisia, gastu komertzialaren jaitsiera eta kontsumo-aldaketak:** familiaren diru-sarreraren beherakadak - Horrek kontsumitzaile arrazional, zuhur, informatu eta zorrotzagoa ekarri du - Eta zerbitzuetako gastua gero eta gehiago sartzeak - OHIKO GASTU KOMERTZIALAREN TARTA MURRIZTU DUTE.
- **Ohiko merkataritzaren aldeko piramide demografikoa:** piramide demografikoaren bilakaerak (biztanleriaren zahartzea) arnasa ematen du eta erronka berriak irekitzen ditu merkataritza-sektorearentzat.
- **Merkataritza elektronikoaren agerpena:** Internet geratzeko iritsi da. Internet bidezko kontsumoa% 25eko urteko tasetara igotzen da; eta hori sendotu egiten da 40 urtetik beherako biztanleen artean, erosketa-aukera eroso eta eraginkor gisa; horren ondorioz, merkataritza tradizionalaren gaineko presioa handitu egiten da.
- **Merkataritza-sektorearen Omnikanalitatea:** bezeroen omnikanalitateak eskatzen du sektorea bertan egotea eta publikoarekin harremanetan egotea; hau da, egungo bezeroak, dendako eskaintza alderatzeaz gain, askoz informazio gehiago du, online produktuak eta establezimenduetan aurkitzen dituen produktuak alderatzen ditu.
- **Kontsumitzailea TOKIKOtasunera itzultzen da:** azalera handien diskoaren ondoren, egungo kontsumitzaileak hiri-eskaintzan, hurbileko eskaintzan, 0 km-an, oinarritzeko joera du.
- **Merkataritza eta zerbitzuen hibridazioa:** produktuak balioa galtzen du eta zerbitzuak irabazi egiten du -adibide gisa: gaur egun ez dira koltxoiak saltzen, baizik eta atsedena eta ongi etorriak-; hau da, produktutik harago, produktua biltzen duen zerbitzua gero eta garrantzitsuagoa da. Errealitate hori bera kalean dago, non zerbitzuak historikoki merkataritzakoak izan diren fatxadak betetzen ari diren eta udalerrietako merkataritza- eta tertziario-jardueran lekua sortzen ari diren.

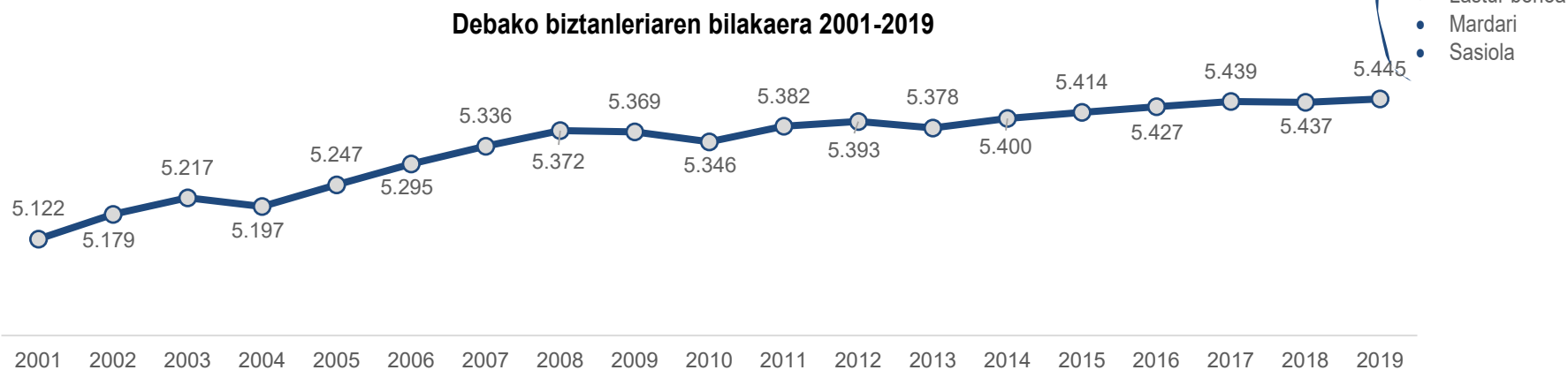
Gogortze egoera horretan, merkataritza-sektorea egoera gogorrean dago, eta aldaketa edo birmoldaketa prozesu orori aurre egiteko gogo txikia du..

## 5.- DEBAKO ERREALITATE SOZIOEKONOMIKOA

Deba Gipuzkoako kostaldeko udalerrria da, Debabarrena eskualdean dagoena, Deba ibaiaren bokalean, hain zuzen ere.

5.500 bizilagun inguru ditu Debak, eta azken 20 urteetan apur bat handitu da bertan bizi diren pertsonen kopurua. Horrek bizi-kalitate handiko biztanle gunea dela esan nahi du. Deba hainbat auzok osatzen dute, eta horien artean Itziaroko toki-erakunde txikia nabarmentzen da, bere autogestioagatik eta errealitate bereziagatik.

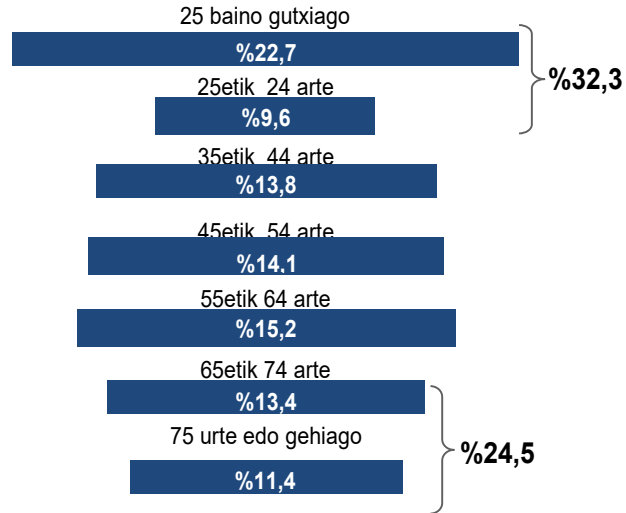
Hala ere, Debako hirigunea da populazio-gune nagusia, biztanleriaren %81 inguru biltzen baitu. Horren ondoren, Itziar nabarmentzen da, bertan bizi diren pertsonen %9 inguru biltzen baititu.



Iturria: Eustat. Biztanleen udal estatistika

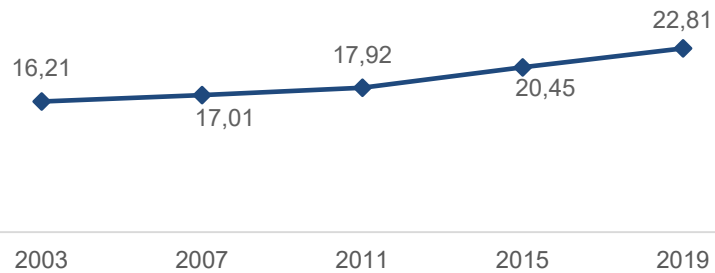
## DEBAko PIRAMIDE DEMOGRAFIKOA

### Debako egitura demografikoa (%) 2019



Iturria: Eustat. Biztanleen udal estatistika

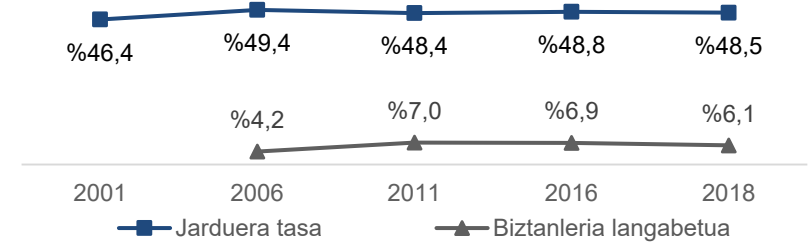
### Debako zahartze indizearen bilakaera 2003-2019 (65 urte edo gehiagoko biztanleria %)



Iturria: Udalmap.

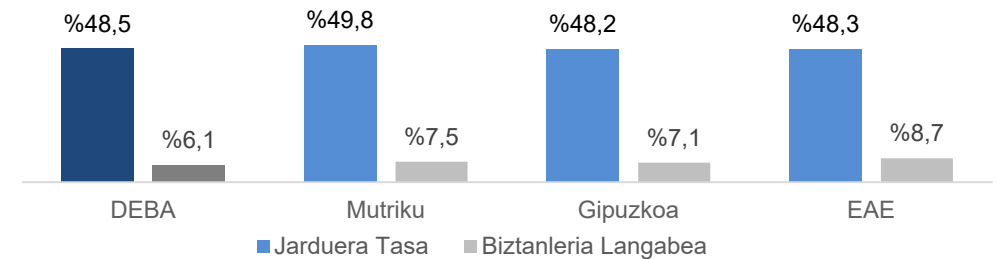
## JARDUERA ETA LANGABEZIA TASAK

### Jarduera tasa eta Langabezia dagoen biztanleriaren bilakaera (%) 2001-2019

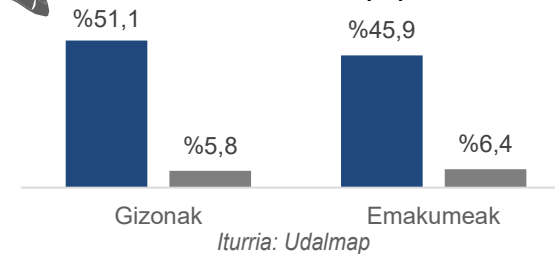


Iturria: UDALMAP-Bidasoako Jarduera Tasa eta Behatokia - Langabetuak

### Jarduera tasa eta langabeziaren konparaketa (%) 2018



### Okupazio tasa eta Langabezia sexuaren arabera DEBA (%) 2018

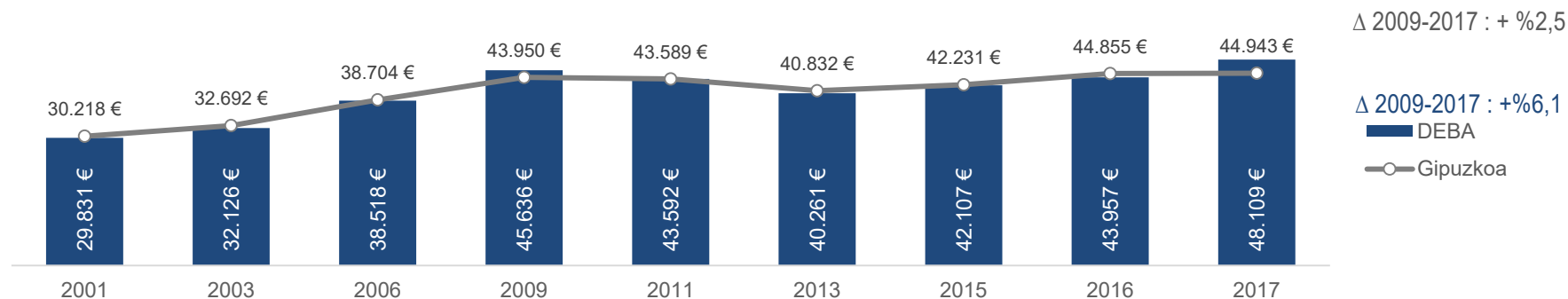


Iturria: Udalmap



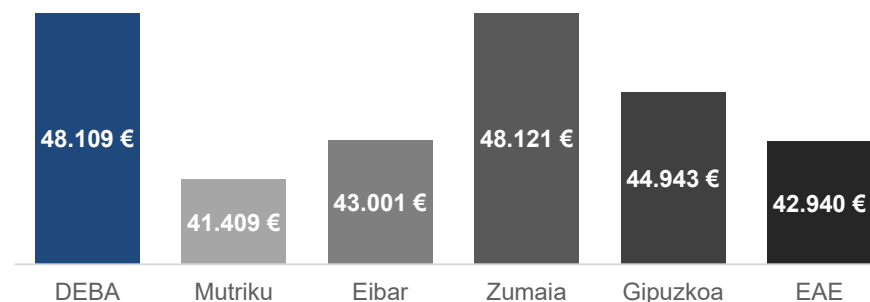
## DEBAKO FAMILIEN ERRENTA

### DEBAko Familia errentaren bilakaera (€) 2001-2017



- Debako familia-errenta eta Gipuzkoakoa murriztu egin ziren krisiaren ondorioz, 2009. urtean izandako gorakadaren ondoren; 2013. urte inguruan lurzorua ukitu zuen, eta 2009. urtearekin alderatuta ia %12 Deban egin zuen atzera eta %7 Gipuzkoan. Hala ere, susperraldi argia ikusten da, 2009an lortutako mailarik altuenak gaindituta (krisiaren aurrekoak), eta Debako kasuan nabarmenago.
- Beste udalerrri batzuekin alderatuta, Debako familien errenta Gipuzkoako batez bestekoa baino handiagoa da, eta are handiagoa aldameneko Mutrikukoa baino, eta are handiagoa Eibarkoa baino. Hau da, Debako familien errenta kostaldeko Zumaia udalerrienaren parekoa izango da.

### Familia errentaren konparaketa udalerrien arabera (€) 2017



Iturria: UDALMAP



# Diagnosi analisia: **ESKARIA**



# 1.- GALDEKETAREN FITXA TEKNIKOA: ESKARIA

HIRU INKESTA-PROZESU GARATU DIRA 2020KO MARTXOAN:

**504 KONTSUMITZAILE**

**A.1) FAMILIA  
KONTSUMOAREN ANALISIA:**

**141** familia unitate

Gutxi gora-behera 300 pertsona irudikatuz

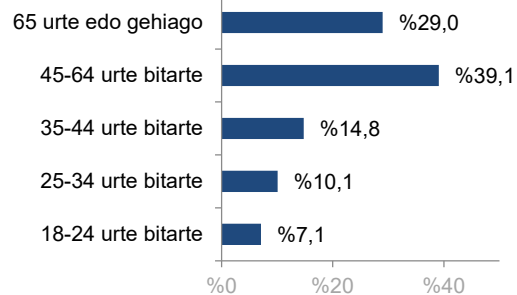
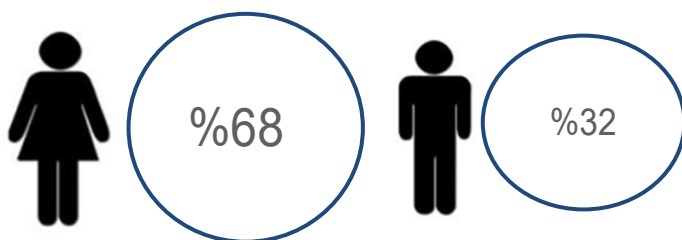
**A.2) OINEZKOEN FLUXU  
ANALISIA KALEAN:**

**325** pertsona

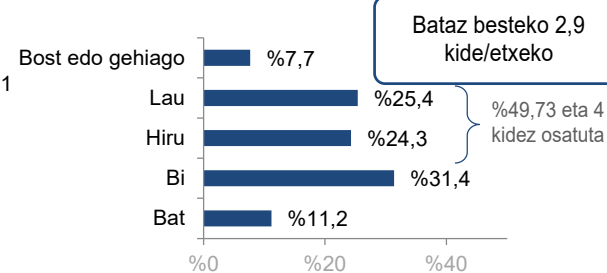
# 1.- GALDETEGIAREN FITXA TEKNIKOA: ESKARIA

GALDEKETA ERANTZUN DUTEN PERTSONAK GENERO ETA ADINAREN ARABERA (%)

## A.- Deban bizi direnak

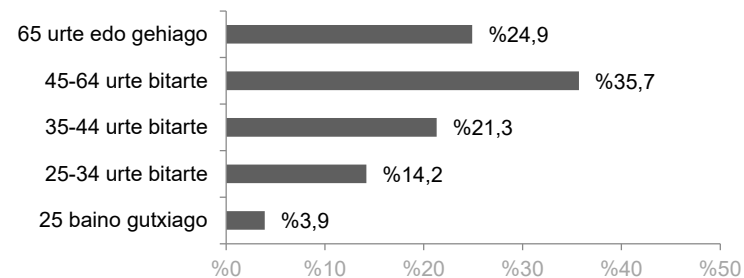


## ETXEKO KIDE KOPURUA



Iturria: Debako etxebizitzetako galdeketa

## B.- beste udalerrietako kontsumitzaileak



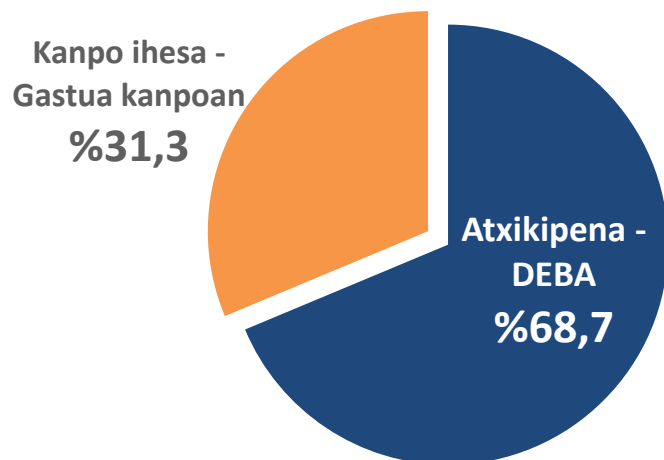
Iturria: Beste udalerrri batzuetako kontsumitzaileei fluxu kontaketa eta galdeketa

## 2.- MERKATARITZA GASTU POTENTZIALA: Ihesa, Atxikipena eta Erakarpena

### 2.1.- Debako auzotarren gastuaren ihesa/atxikipena

#### Zenbat gastuk egiten du “ihesa”? Zenbat “geratzen” da?

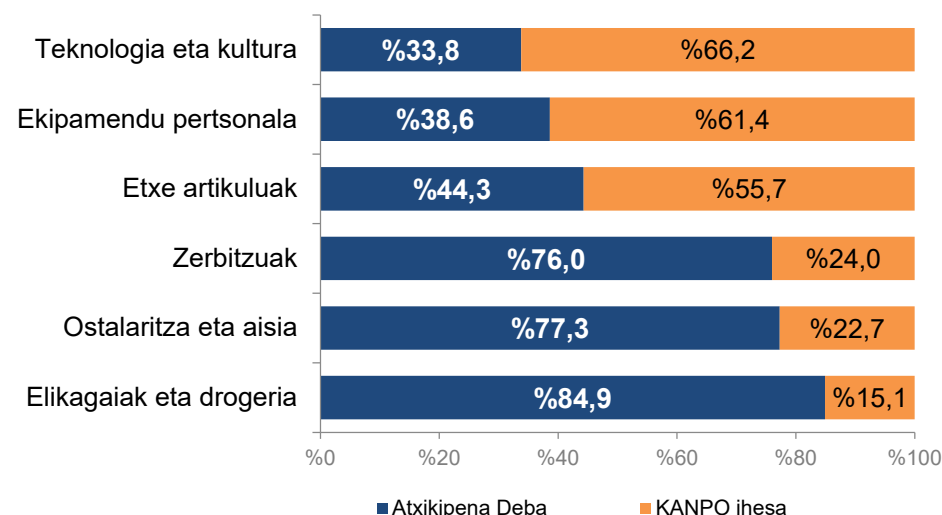
Debako bizilagunen gastu tertziarioaren \* ihesa  
(% s/ Gastu potentziala)



*Gastuaren ihesa eta atxikipena gastu-tartaren osaeran oinarrituta kalkulatzen da, hau da, adar bakoitzaren portaera portzentaiaren pisuaren arabera haztatzen da; beraz, eguneroko ondasunen erosketaren portaera nagusitzen da (gastuaren 1/3 inguru baita)*

#### Nola portatzen da merkataritza gastua jarduera adarren arabera?

Atxikipena – ihesa produktu motaren arabera (%)



Iturria: Debako etxebizitzetzi galdeketa

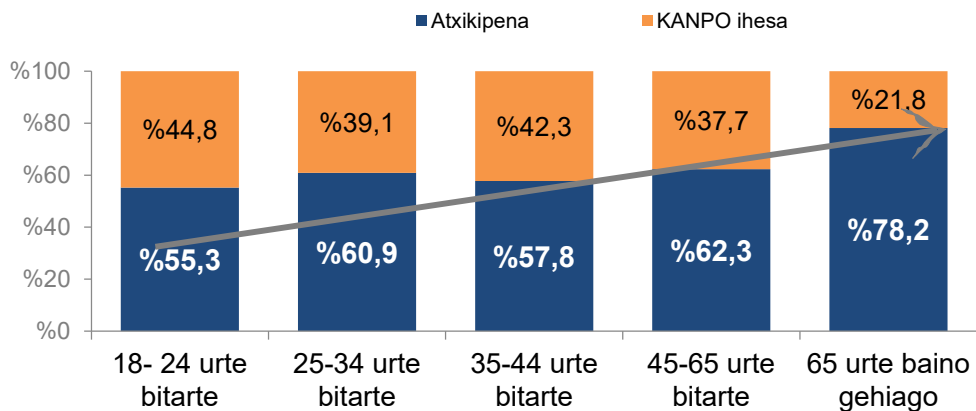
\* Debako herritarrek ostalaritzan eta zerbitzuetan egindako gastua sartzen da.

Kontuan hartzen ez bada, atxikipen-maila % 65era jaitsiko da, eta ihesa % 35koa izango da (4 puntu gehiago).

## 2.2.- Ihesa/Atxikipenaren portaera

### Zenbat gastuk egiten du "ihes"?

Adinaren araberako merkataritza gastuaren ihesa eta atxikipena (gastu potentzialaren arabera%)

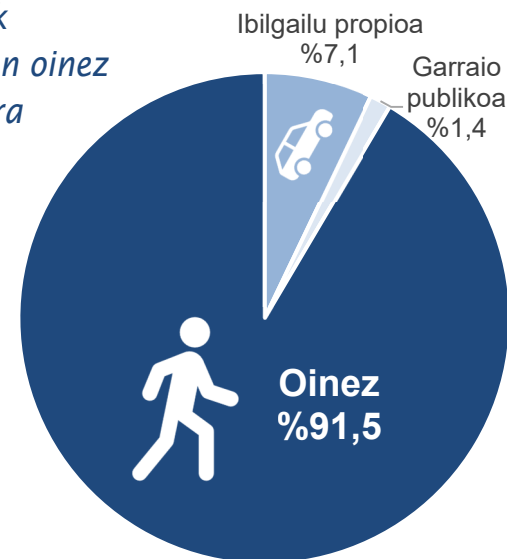


*Adina kontsumo-ohituren baldintzatzaile argia da, ez bakarrik Deban, baita oro har ere.*

*Iturria: Debako etxebizitzetzi galdeketa*

Deban erosketak egiterako orduan erabiltzen den garraiobidea (%)

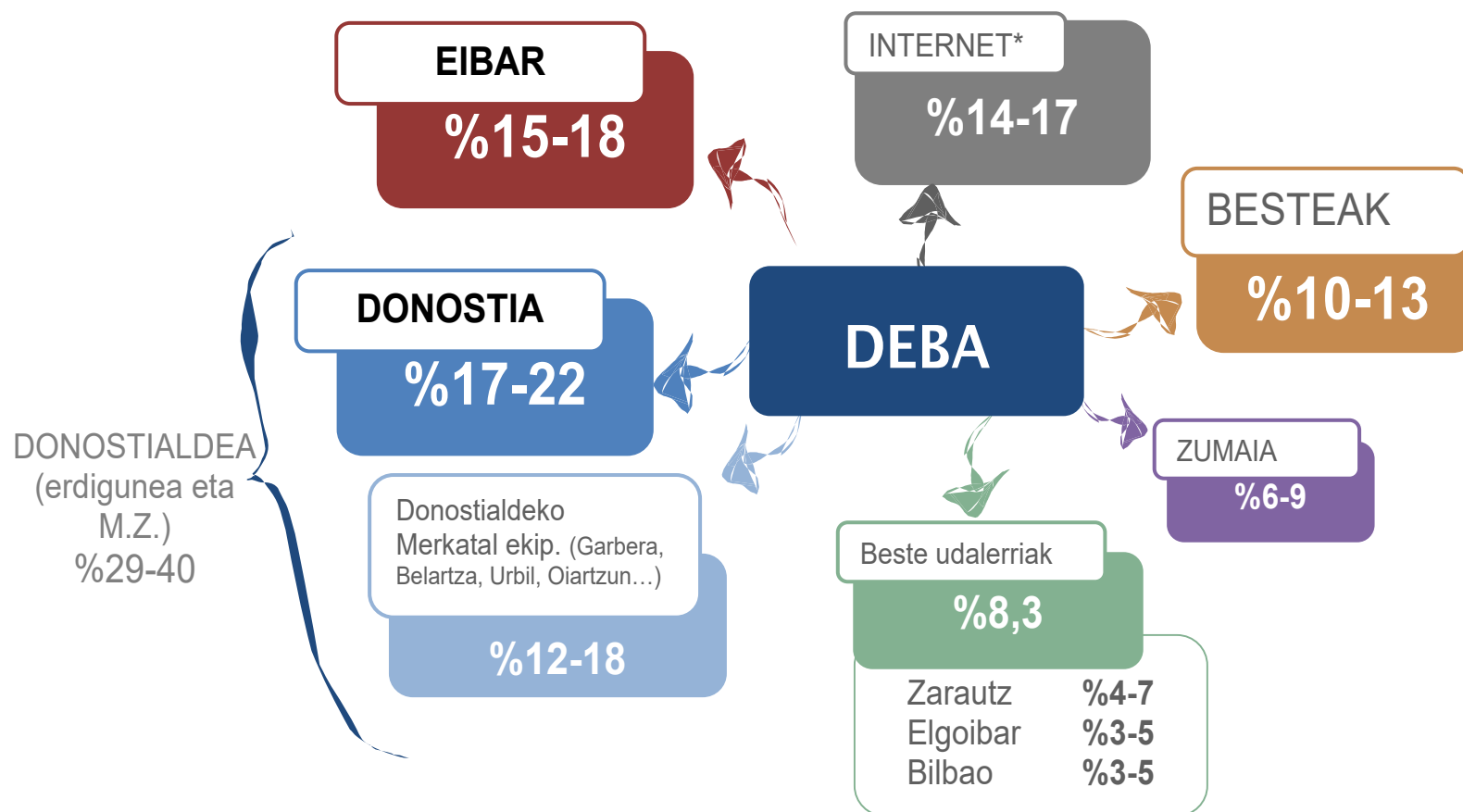
*Erosketak udalerrian oinez egiten dira*





## 2.3.- Auzokoen gastua ihesa/atxikitzea

*Ihesaren norakoa, nora egiten du "ihes" gastuak?*

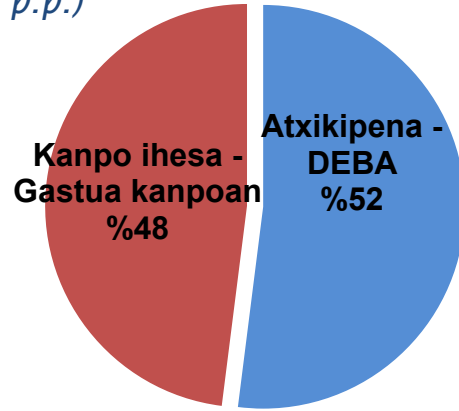


Iturria: Debako etxebizitzetzi galdeketa

## 2.4.- Gastuaren portaera udalerrria baino lurralde-eremu txikiagoko toki-erakundeetan ITZIAR

ITZIARKO bizilagunen tertziarioko\* gastuaren ihesa

*KANPO IHES*  
Handiagoa (+17 p.p.)

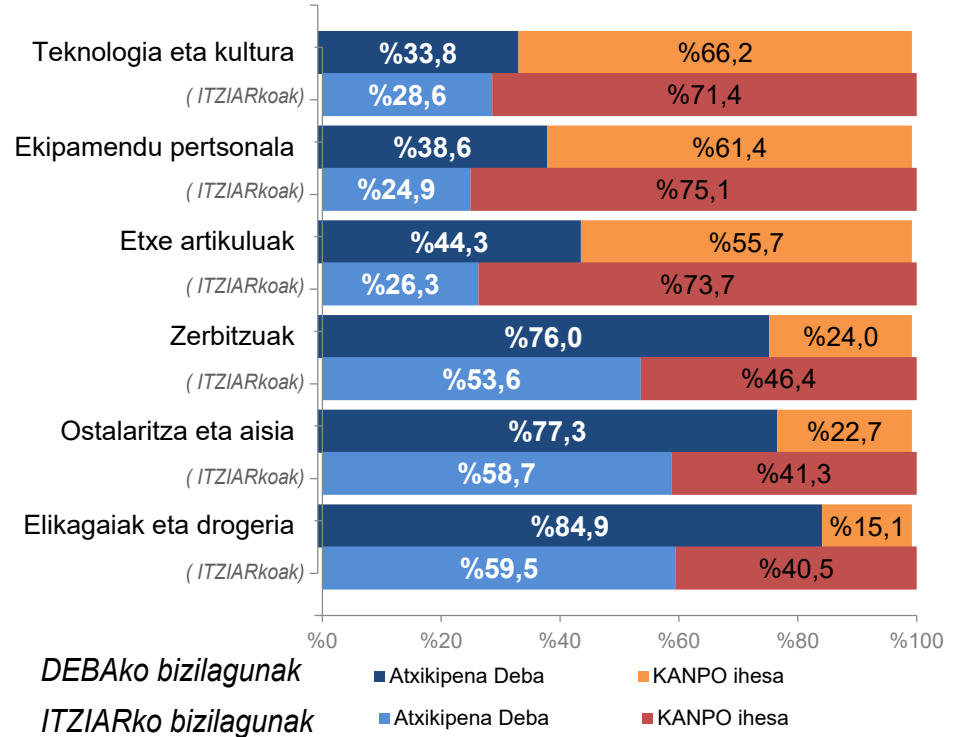


*Itziartik kostaldera (Zumaia eta Zarautz) joateko joera handiagoa dago erosketak Eibarren egin baino.*

### Jarduera adarren arabera

*Itziarren portaerak ihesa areagotzen du adar guztietan*

Retención - evasión por tipo de producto (%)

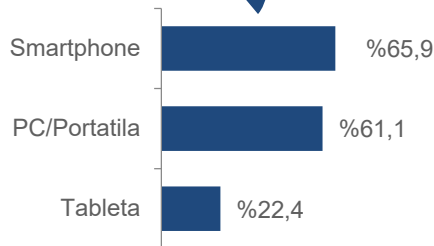
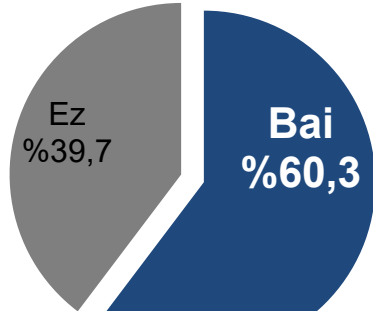


Iturria: Debako etxeei egindako inkesta eta Itziarko etxeei egindako inkesta osagarriak

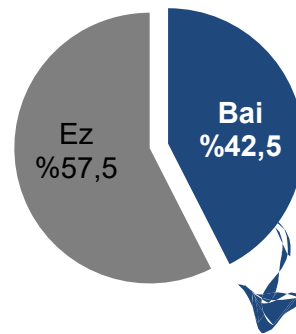
## 2.5.- Internet gastu norako moduan

### **INTERNET bidezko erosketa ohitura eta erabilerak** *Internet erosketa tresna gisa*

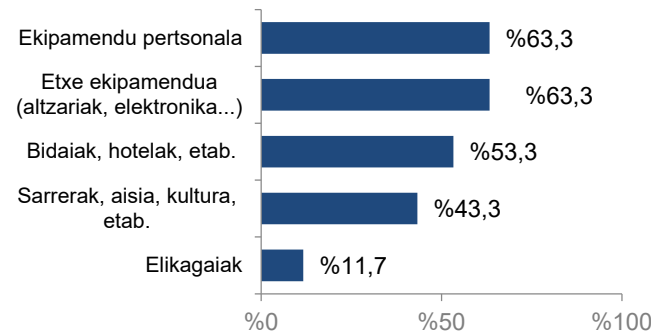
**Produktu eta/edo zerbitzuei buruzko informazioa bilatzeko Internet erabiltzen duten Debako biztanleak (%)**



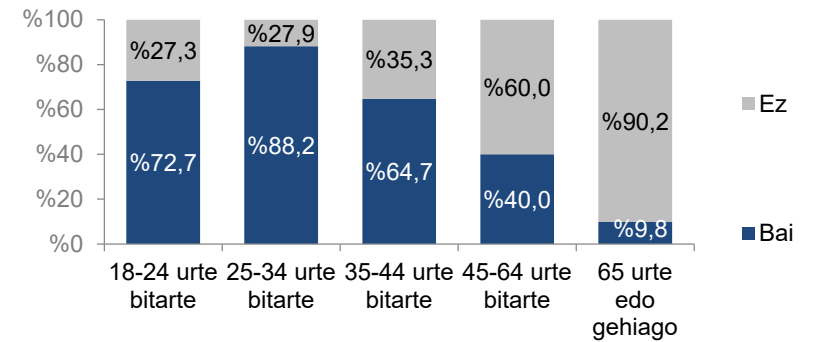
**2019an behin behintzat Internet bidez erosi duten herritarrak (%)**



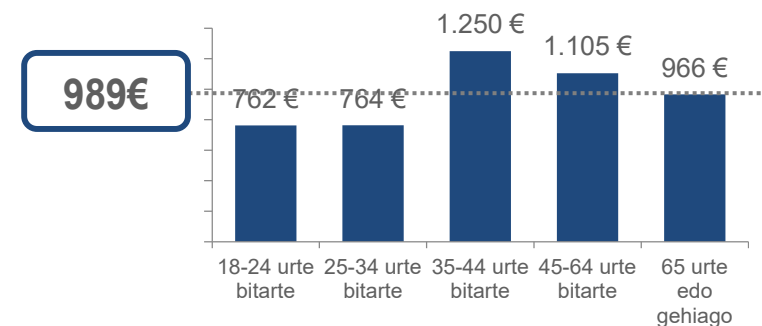
**Merkataritza adarren arabera Internet bidezko**



**2019an behin behintzat Internet bidez erosi duten Debako herritarrak adinaren arabera (%)**



**Azken urtean Online bidez erosi duten Debako bizilagunen batz besteko gastua azken urtean (%)**



*Itziariko biztanleen artean ere %43k diote on line erosi dutela, baina batez besteko gastua 880 € ingurukoa da.*

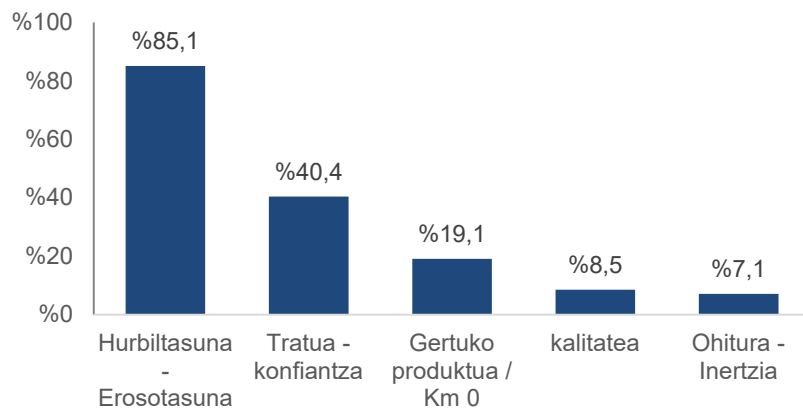
Iturria: Debako etxebizitzetzi galdeketa

## 2.6.- Erosketa arrazoiak

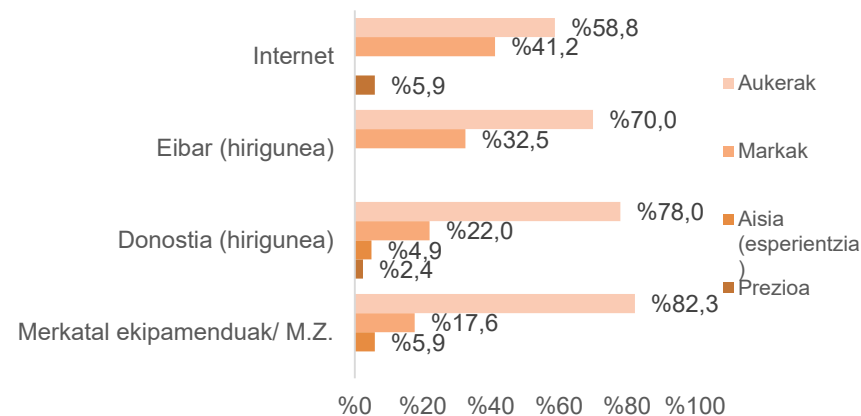
### Deban erostearen arrazoiak vs udalerritik kanpo

*Hurbiltasuna eta erosotasuna dira herrian erosteko arrazoi nagusia, kanpoan erosteko barietate eta marken aurrean.*

Udalerrian erosketak egiteko Debarren arrazoiak (%)



Norakoen arabera kanpoan erostearen arrazoiak (%)



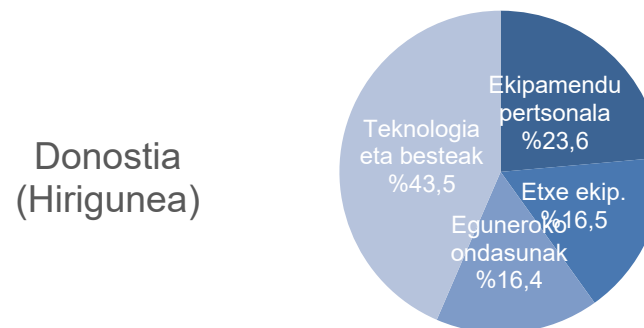
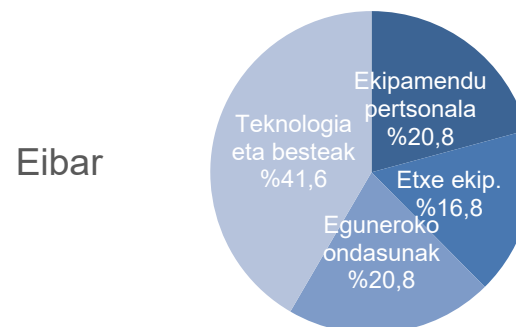
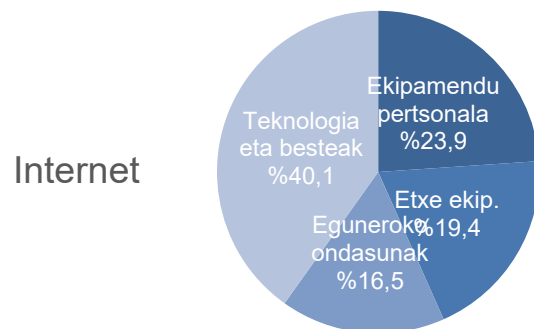
Deban erosteko herritarren arrazoiak adinaren arabera (%)



Iturria: Debako etxebizitzetzi galdeketa

## 2.6.- Erosketa arrazoiak

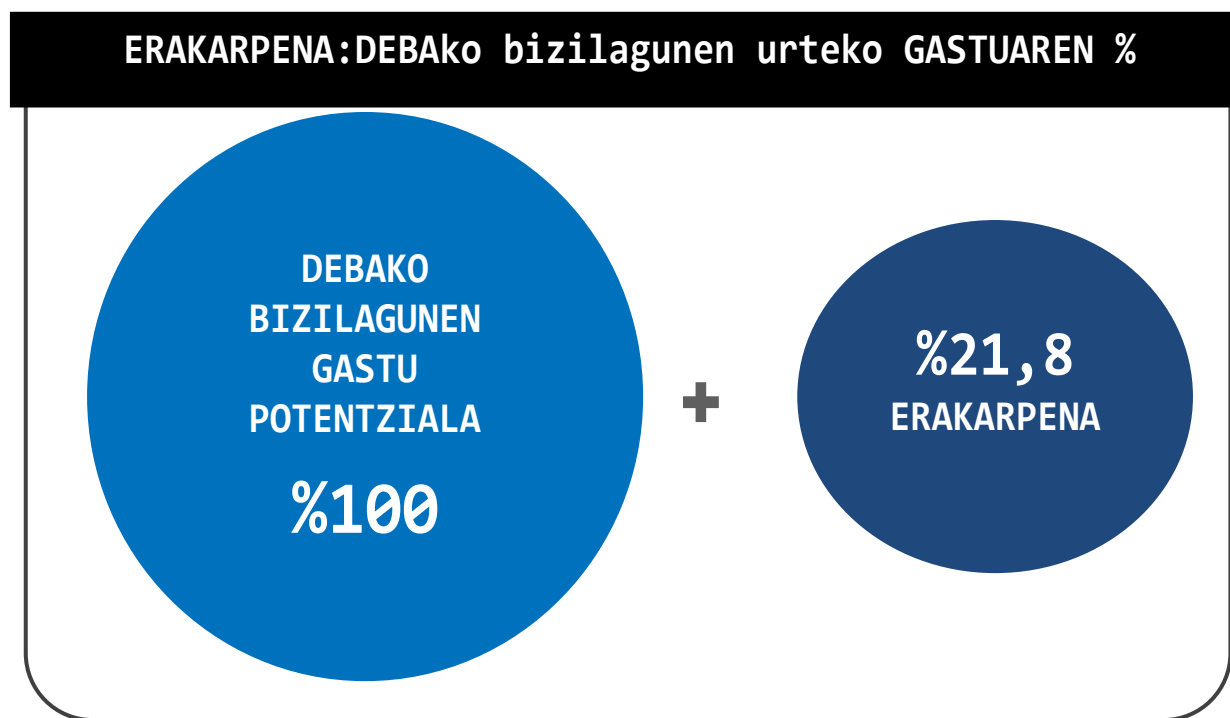
### *Erosketak udalerritik kanpo: Norako bakoitzean egindako gastua*



Iturria: Debako etxebizitzetzi galdeketa

## 2.7.- Merkataritza gastuaren erakarpena

### *Zenbat merkataritza gastu erakartzen dugu?*



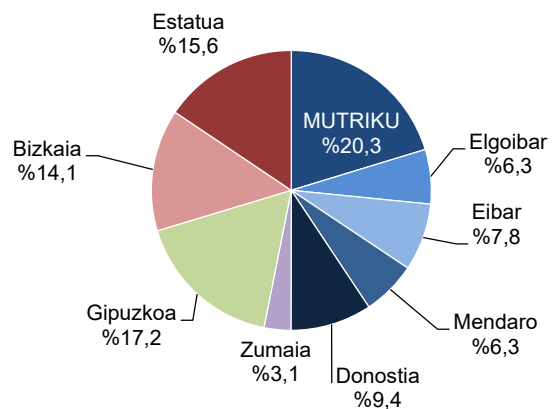
*Eraketaren arabera, Debako bizilagunen gastu hipotetikoaren %100ari dagokionez, Deba gai da beste udalerrri batzuetan bizi diren pertsonen %21,8 inguruko "gastu erantsia" erakartzeko*

*Iturria: Beste udalerrri batzuetako kontsumitzaileei fluxu kontaketa eta galdeketa*

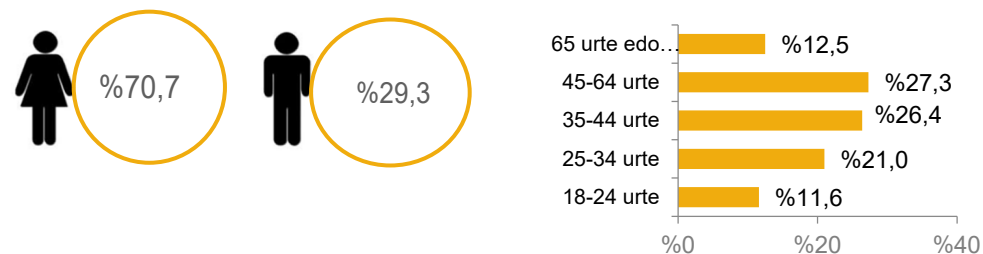
## 2.7.- Merkataritza gastuaren erakarpina

### Zein da erosketak egitera datorren bisitariaren profila?

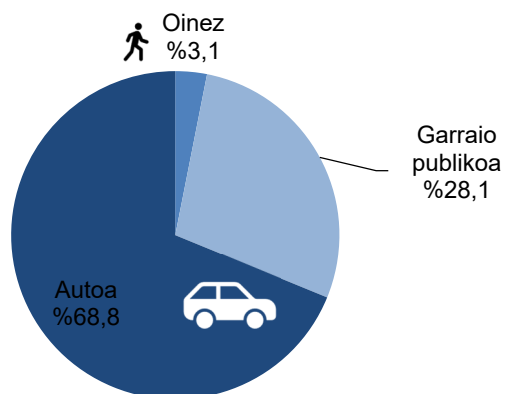
**Bisitariaren jatorria (%)**



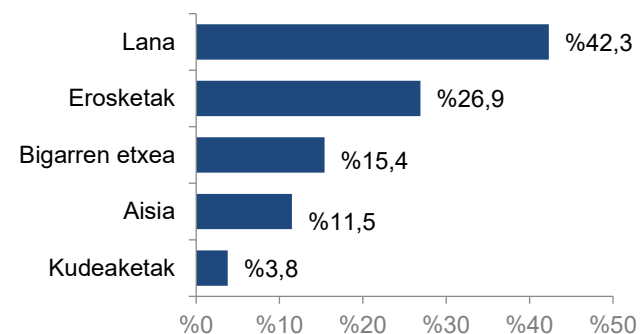
**Bisitariaren profila sexu eta adinaren arabera (%)**



**Debara joateko erabiliko garraioa (%)**



**Bisitaren arrazoia (%)**



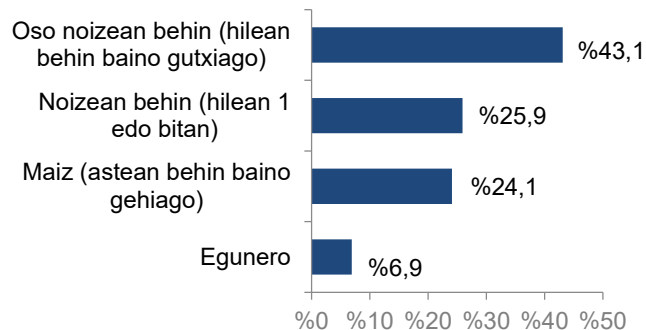
Iturria: Beste udalerrri batzuetako kontsumitzaileei fluxu kontaketa eta

## 2.7.- Merkataritza gastuaren erakarpena

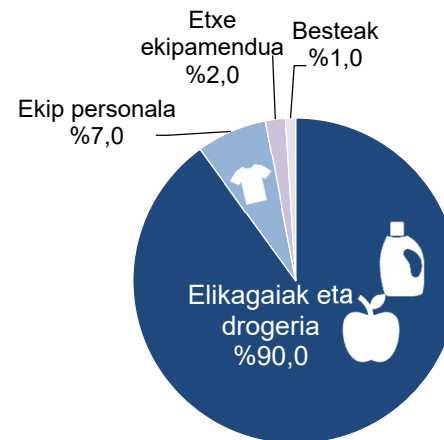
### Zer gastu egiten dute bisitariak?

**%90,6** Deba gasturen bat egiten duela baieztatzen du

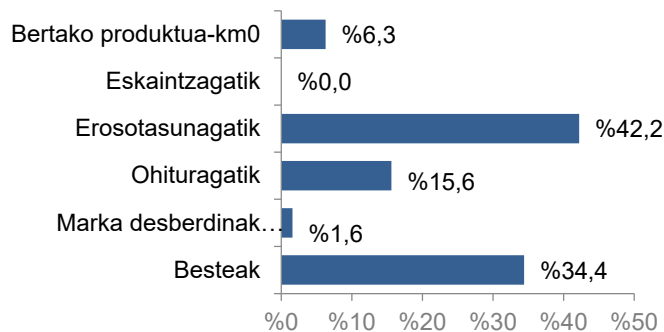
#### Deban gastuaren maiztasuna (%)



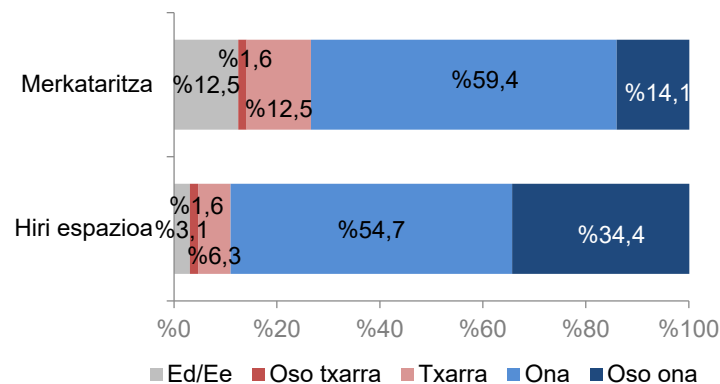
#### Zer produktu mota erosten da Deban (%)



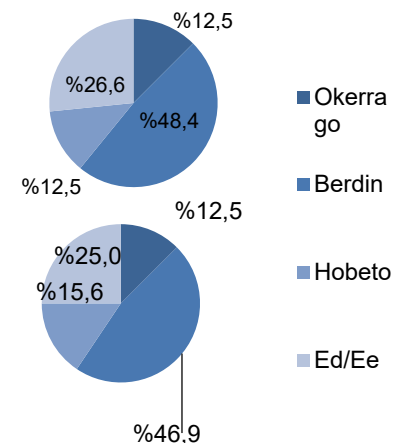
#### Deban erostearen arrazoi nagusiak (%)



#### Merkataritza eta Debako balorazioa Deba



#### Orain dela 5 urtekoarekin alderatuz

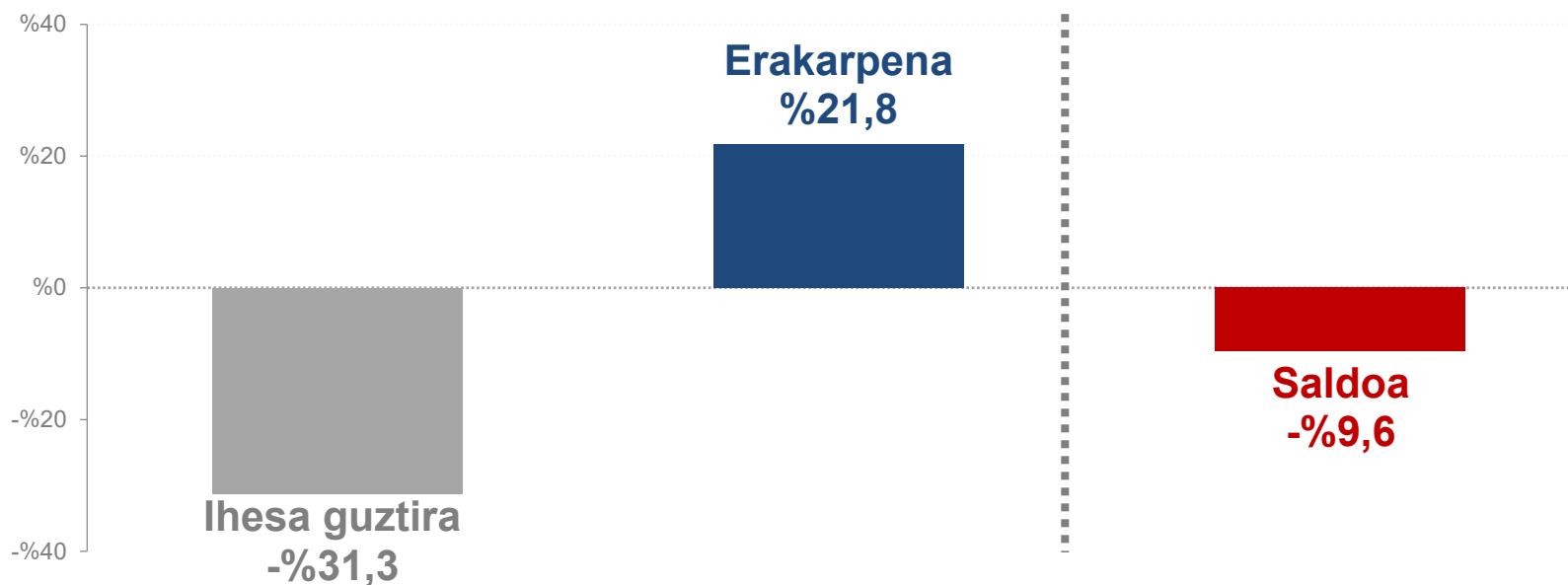


Iturria: Beste udalerrri batzuetako kontsumitzaileei fluxu kontaketa eta



## 2.8.- Erakarpina - Ihesa = Ondoriozko saldoa

### Gastuaren fluxu balantzea: ihesa – erakarpina (%)



*Debako merkataritza-balantzea edo -saldoa negatiboa da; izan ere, bizilagunek beraiek saihesten duten gastuak murriztu egiten du hasierako gastu-tarta hipotetikoa, eta atzipen-mailak ez du konpentsatzen saihestutako gastuak eragindako murrizketa.*

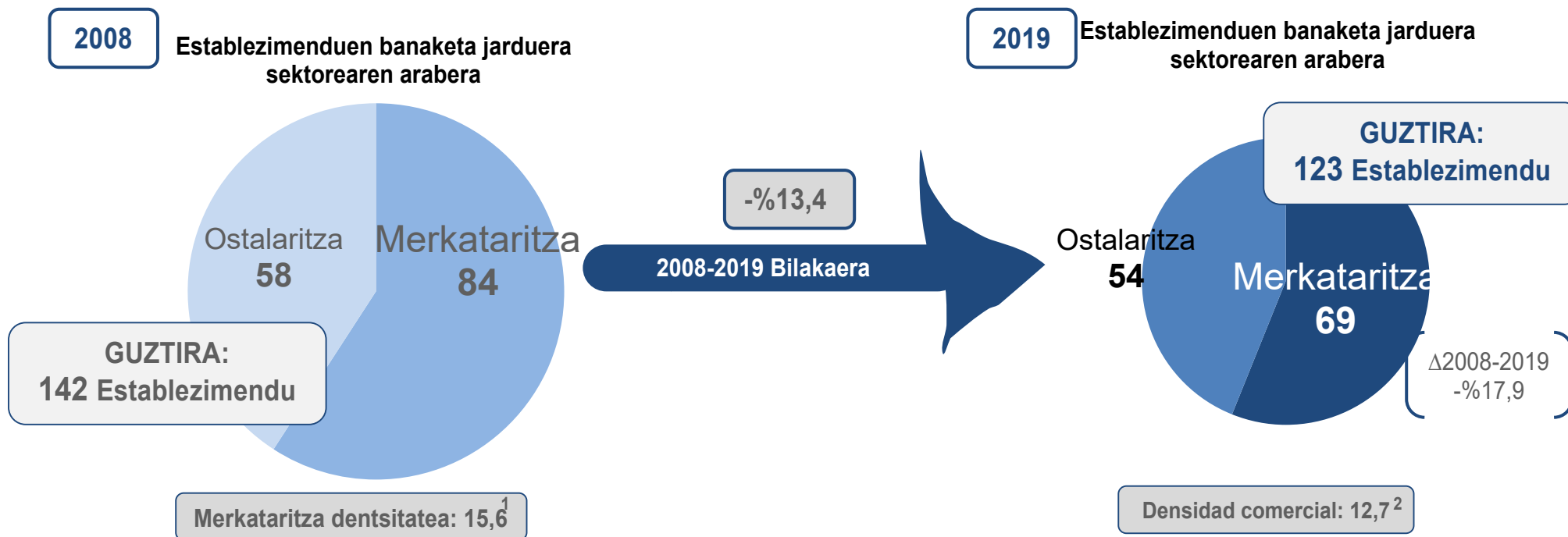


# Diagnosi analisia: **ESKAINNTZA TERTZIARIOA**



# 1.- MERKATARITZA EGITURA

## 1.1.- Debako hirugarren sektorearen zifra handiak



Iturria: jarduera ekonomikoen direktorioa 2008 eta 2019 – Eustat

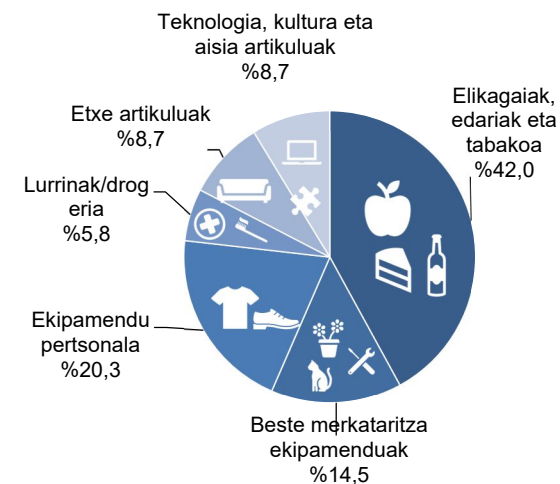
<sup>1</sup> Merkataritza-dentsitatea kalkulatzeko, Debako biztanleria 2008an, Eustaten datuen arabera. Biztanleen udal-estatistika 5,372 biztanlekoa zen.

<sup>2</sup> Merkataritza-dentsitatea kalkulatzeko, Debako biztanleria 2019an, Eustaten datuen arabera. Biztanleen udal-estatistika: 5.445 biztanle

## 1.2.- Debako ostalaritza eta merkataritza sektorearen zifra handiak

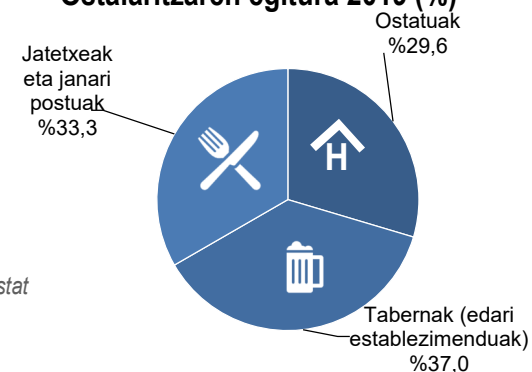
MERKATARITZA	2008	2012	2016	2019	Bilakera 2008 - 2019	Bilakaera 2018 - 2019
Elikagaiak, edariak eta tabakoa	30	28	28	29	-%3,3	%7,4
Teknologia eta komunikazioak	0	0	0	1	-	%0,0
Etxe ekipamenduak	7	5	4	6	-%14,3	%0,0
Ekipamendu pertsonala	21	18	15	14	-%33,3	%0,0
Drogeria eta lurrinak	3	3	4	4	%33,3	%0,0
Aisia eta kultura	6	5	5	5	-%16,7	%0,0
Besteak	17	9	8	10	-%41,2	%11,1
<b>GUZTIRA</b>	<b>84</b>	<b>68</b>	<b>64</b>	<b>69</b>	<b>-%17,9</b>	<b>%4,5</b>

Txikizkako Merkataritzaren egitura 2019 (%)



OSTALARITZA	2008	2012	2016	2019	Bilakaera 2008 - 2019	Bilakaera 2018 - 2019
Hotelak eta antzeko ostatuak	13	13	11	16	%23,1	%6,7
Jatetxeak eta janari postuak	17	15	17	18	%5,9	%0,0
Edari establezimenduak	28	26	22	20	-%28,6	-%4,8
<b>GUZTIRA</b>	<b>58</b>	<b>54</b>	<b>50</b>	<b>54</b>	<b>-%6,9</b>	<b>%0,0</b>

Ostalaritzaren egitura 2019 (%)



Iturria: jarduera ekonomikoaren direktorioa 2008 eta 2019 – Eustat

### 1.3.- Debako hirugarren sektorearen zifra handiak

Merkataritza kale nagusiak	Merkataritza establezimendu kopurua
Lersundi Kalea	23
Astillero	6
Hondartza	4
J.M. Ostolaza	4
Sokagin	3
Itur Kalea	3
Portu Kalea	3
Plaza Zaharra	3
Agirretxe	2
Arakistain	2
Maxpe	2
San Roke	2
<b>GUZTIRA</b>	<b>91</b>

*Lersundi merkataritza-ardatz nagusia da, hirigune osoa zeharkatzen du eta Foruen Plaza Plaza Zaharrarekin, aisialdirako espazioekin eta hirugarren sektoreko jarduerekin lotzen du.*



Argazkia: Google Maps.

## 2.- MERKATAL EREMUA

### 2.1.- Debako Merkataritza Gune Nagusia

Deban Merkataritza Eremu Zentral definitua dago, udalerriko hirigune historikoan. N-634 errepideak eta mendi-mazelek baldintzatutako udal-egitura du Debak, eta eremu altuetan bizitegi-nukleoak ugaritzen ikusi dira, baina merkataritza- edo hirugarren sektoreko eskaintzarik gabe, salbuespenen bat izan ezik.

**Foruen Plaza** Debako hirugarren sektoreko jardueraren edo merkataritzaren erdigunetzat har genezakeena da. Lersundi kalea da merkataritza-ardatz nagusia, Foruen plaza eta Plaza Zaharra lotzen baititu, eta merkatuaren eremutik eta errepide nazionaletik Foruen plazarantz doazen kaleak itsasoratzen diren ardatza da, baita Astillero kalearen jarraipena ere, plaza kale horretako merkataritza- ekipamenduarekin eta "baserritarren lokalarekin" lotzen baitu.

Merkatua eta geltokiak, hala autobusenak nola trenarenak, Lersundi ardatzarekin eta Foruen plazarekin lotzeko logika horren pean, Jose Manuel Ostolaza kalea, Sorgin Kalea eta Portu kalea nabarmentzen dira -Udaletxearen eraikineko arkuen bidez plazara sartzeko bide berezia-, merkataritza-jarduera handiagoa eta oinezkoen joan-etorri handiagoa baitute. Gudarien Plaza ere nabarmentzen da, merkatu aurrean dagoelako eta Foruen Plazarako sarbide naturala delako, baita Plaza Zaharrerako eta Lersundi kalerako sarbidea ere.

Bigarren maila batean, San Roke kalea (JM Ostolaza kalea eta Lersundi ardatza lotzen dituen), Maxpe kalea eta Arakistain Plaza txikia (geltokiaren parean), hirugarren sektoreko terraza eta merkataritza-gunerako sarbidea dituen.

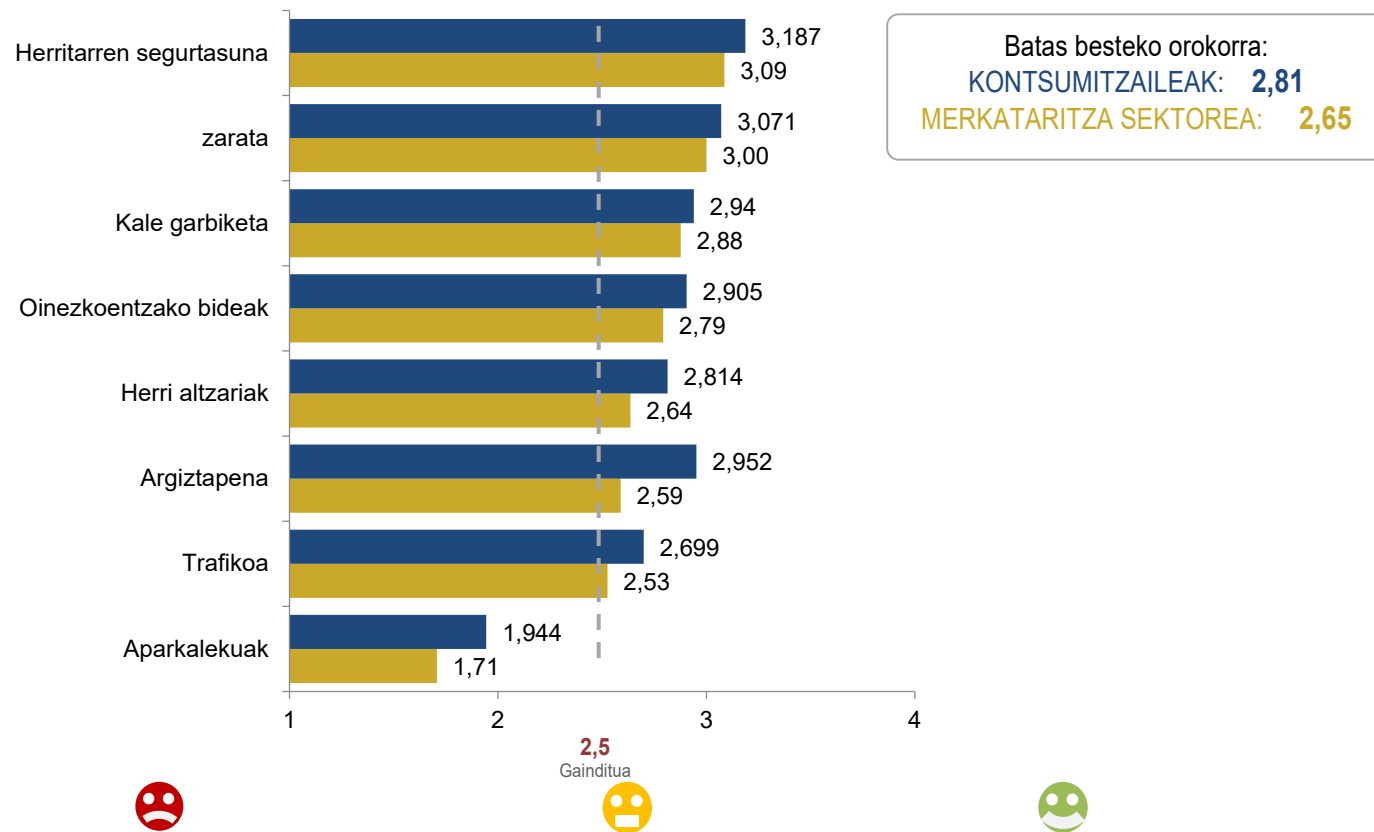




## 2.2.- Hirigintza alderdien balioespena

### KONTSUMITZAILEAK vs MERKATARITZA SEKTOREA

Debako hirigintza alderdiei buruzko balioespena  
(1-oso txarra 4-Oso Ona)



Iturria: Debako etxebizitzetzi eta establezimenduei galdeketa

### 3.- MERKATARITZA EHUNAREN EZAUGARRIAK

#### 3.1.- Debako establezimenduei galdeketa Fitxa teknikoa

##### 68 Establezimenduei galdeketa

##### 14 Ostalaritza establezimendu

- |                    |                      |                        |
|--------------------|----------------------|------------------------|
| 1. MAZZANTINI      | 6. BORDATXO JATETXEA | 11. CAF.ATORTE         |
| 2. IZENBE          | 7. IGARZA TABERNA    | 12. ZALBURDI KAFETEGIA |
| 3. BAR BURU ZURI   | 8. BAR LABAMOI       | 13. CAFETERIA KOSKA    |
| 4. SEVEN CLOVERS   | 9. BAR LOREA         | 14. BAR OSKARBI        |
| 5. URGAIN JATETXEA | 10. OGIBERRI DEBA    |                        |

##### 15 Zerbitzu establezimendu

- |                                   |  |                      |
|-----------------------------------|--|----------------------|
| 1. AMAIA ZAÑDUEGI BOTIKA          | 11. ARRIZABALAGA INSTALAKUNTZAL SL             | 21. ARROPA GARBI     |
| 2. NEREA ALLIKA ARGAZKIAK         | 12. ILEA ILEAPAINDEGIA                         | 22. NUEVO DISEÑO     |
| 3. PELUQUERIA DE CABALLEROS MAXPE | 13. REFORMAS AIKETA SL                         | 23. KIXKOR           |
| 4. ESTITXU ERREFORMAK SL          | 14. ICIAR ARRIZABALAGA ARRIZABALO Y<br>OTRA CB | 24. GOXOENA          |
| 5. JANIRE OÑEDERRA ILEAPAINDEGIA  | 15. INFORMÁTICA JLC                            | 25. MIKEL ITURGINTZA |

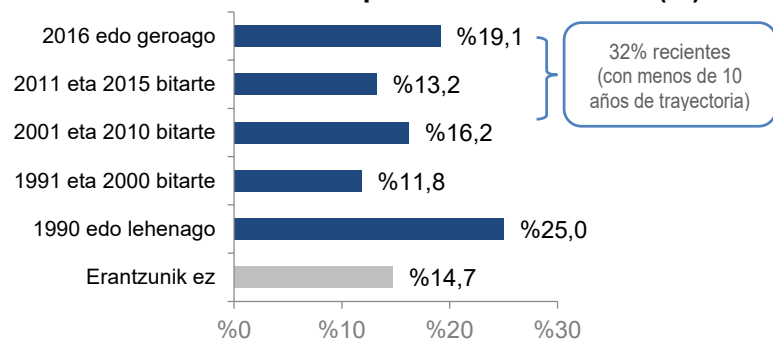
### 3.1.- Debako establezimenduei galdeketa Fitxa teknikoa

#### 39 Merkataritza establezimendu

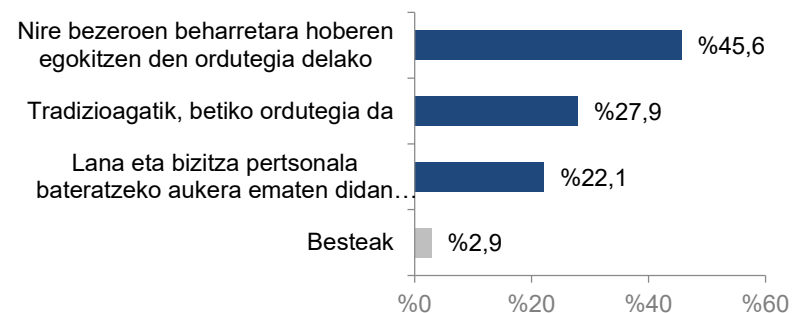
- |                                |  |  |
|--------------------------------|--|--|
| 1. OLATZ ZUBIKARATE Y OTRA CB  | 14. JARTXA LORADENDA                     | 27. DEBA MOVILES                               |
| 2. OSTADAR TIENDA DE GOLOSINAS | 15. LAMARIANO OINETAKOAK                 | 28. ULACIA Y VALENCIAGA SL. KATALO BURDINDEGIA |
| 3. YAKO SURF DENDA             | 16. MERCERIA JOSEFINA                    | 29. BOIGA BOGA                                 |
| 4. CARNINCERIA E. LIZASO       | 17. SUKIA FRUTA DENDA                    | 30. ALBIZU HARATEGIA                           |
| 5. AZOKA                       | 18. TXARO FRUTADENDA                     | 31. IERANEA EKODENDA SL                        |
| 6. PESCADERÍA GENOVEVA         | 19. UZURI OPTIKAK SL. UZURI OPTIKA AUDIO | 32. ARKATZA LIBURUDENDA                        |
| 7. APAIN                       | 20. FRUTA Y VERDURA DE PUBLOS            | 33. BOHÉM                                      |
| 8. SASOIKO                     | 21. LUR FRUTA DENDA                      | 34. LIBRERÍA MASILLO                           |
| 9. MUGAN                       | 22. ESTANCO BILBAO                       | 35. LEIRE EGAÑA BURGAÑA Y OTRO CB. GOXART      |
| 10. AITOLA HARATEGIA           | 23. DIA                                  | 36. MERCERIA                                   |
| 11. GORA BEHERA CB ELIKADURA   | 24. FRUTA DENDA RTA JANARI DENDA         | 37. KATAMAR ARTILE DENDA                       |
| 12. OLANO KIROLAK              | 25. 73282074A                            | 38. MAIKOR ESTILO MODA 2001 SL                 |
| 13. EROSKI CITY DEBA           | 26. AUTO SERVICIOS LIZASO SL             | 39. KAIXO                                      |

### 3.2.- Hirugarren hiri-ehunaren oinarritzko ezaugarriak

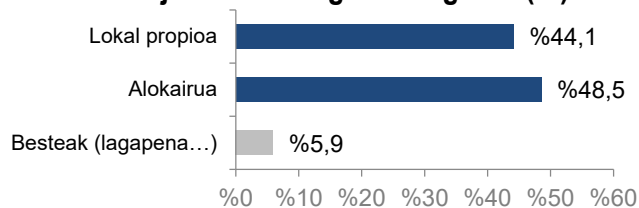
**Debako merkataritza parkearen antzinatea (%)**



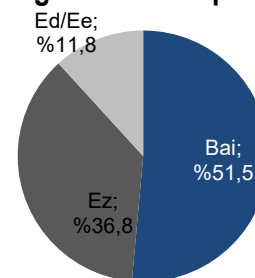
**Establezimenduaren garuko ordutegia zehazteko irizpideak (%)**



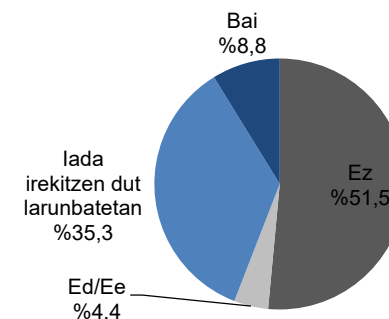
**Lokalaren jabetzaren inguruko egoera (%)**



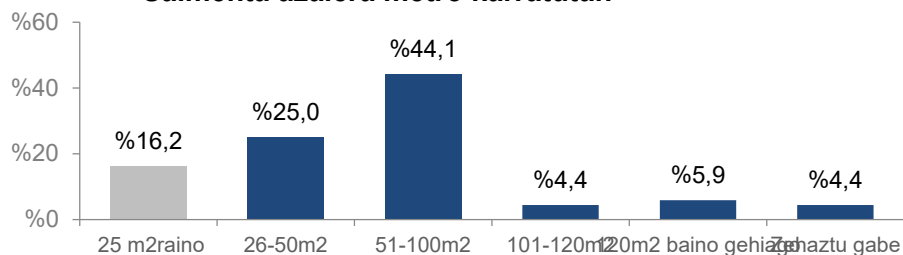
**Ordutegia aldatzeko prest (%)**



**Larunbat arratsaldetan irekitzeko prest (%)**



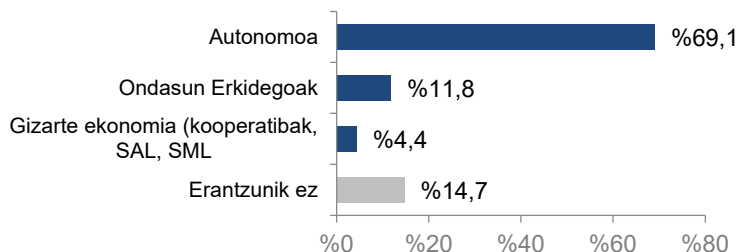
**Salmenta azalera metro karratutan**



Iturria: Debako establezimenduen galdeketa

### 3.2.- Hirugarren hiri-ehunaren oinarrizko ezaugarriak

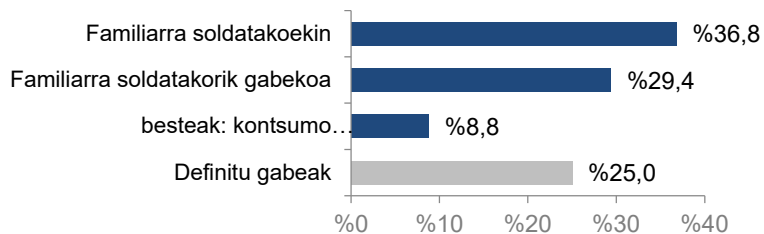
**Establezimenduaren forma juridikoa (%)**



Langile kopurua  
establezimenduko: **3,3**

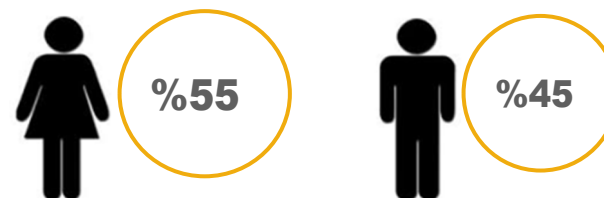
	Gizona	Emakumea	GUZTIRA
<b>BATAZ BESTEKOA</b>	<b>1,2</b>	<b>2,1</b>	<b>3,3</b>
Merkataritza	0,6	1,6	2,2
Ostalaritza	2,4	3,4	5,9
Zerbitzuak	1,7	2,2	4,0

**Establezimenduaren ustiapen erak (%)**



*Iturria: Debako establezimenduei galdeketa*

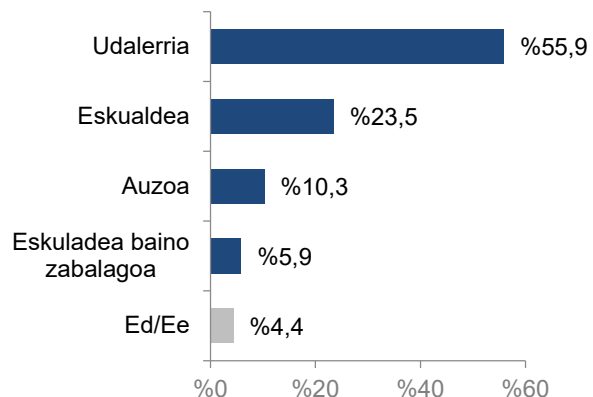
**Tertiarioko langileen generoa (%)**



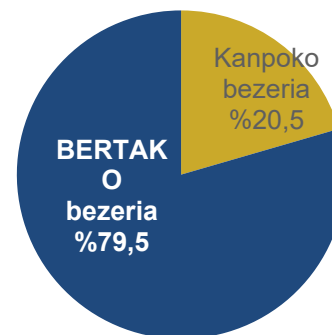
*Iturria: Debako establezimenduei galdeketa*

### 3.2.- Hirugarren hiri-ehunaren oinarrizko ezaugarriak

**Establezimenduaren (bezeroen jatorria) eragin eremua (%)**

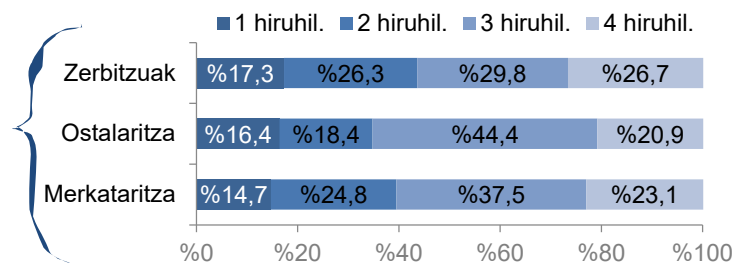
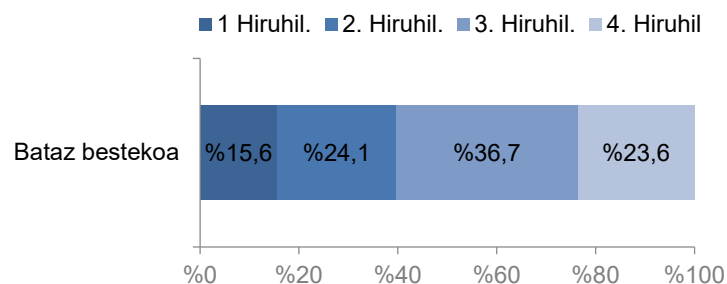


**Bezeroen jatorriaren estimazioa (%)**



Sektoreka	Kanpoko bezeria
Merkataritza	17,2%
Ostalaritza	24,6%
Zerbitzuak	24,8%

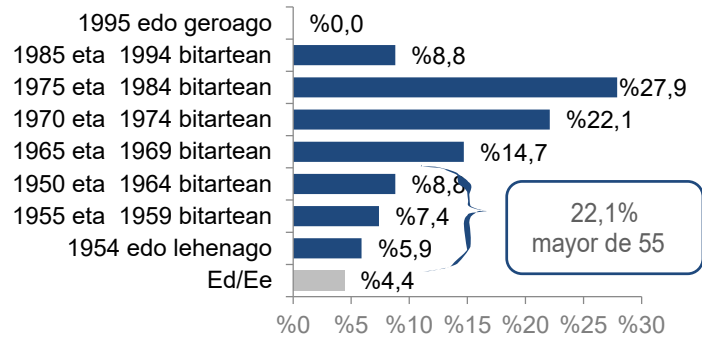
**Fakturazioaren estimazioa hiruhileko (%)**



Iturria: Debako establezimenduei galdeketa

### 3.3.- Enpresariaren profila

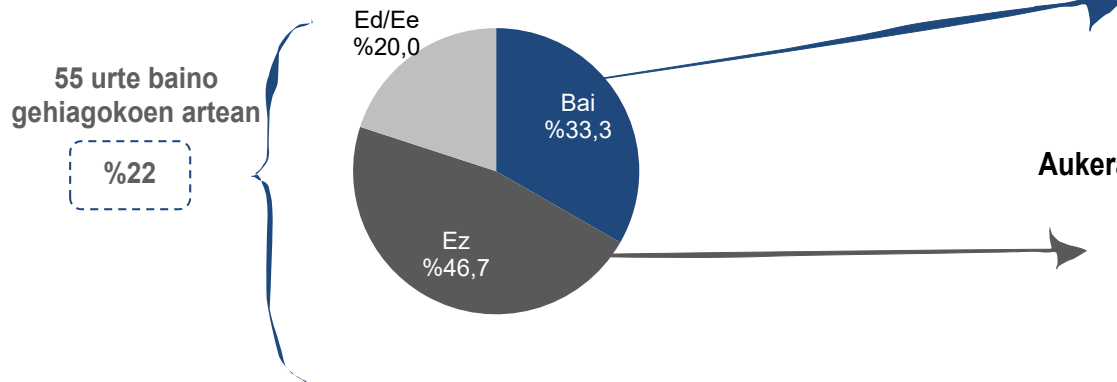
Establezimenduaren arduradunaren jaiotze urtea (%)



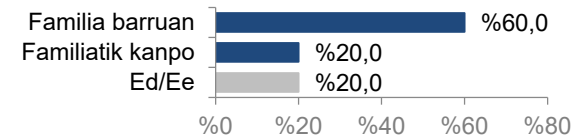
Enpresariaren generoa (%)



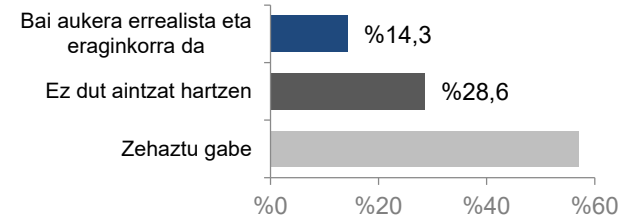
Aurreikusitako/ planifikatutako ondorengotza edo eskualdatzea (%)



Planteatutako eskualdatze edo ondorengotza (%)



Aukera moduan ondorengotza edo eskualdatzearen ideia (%)

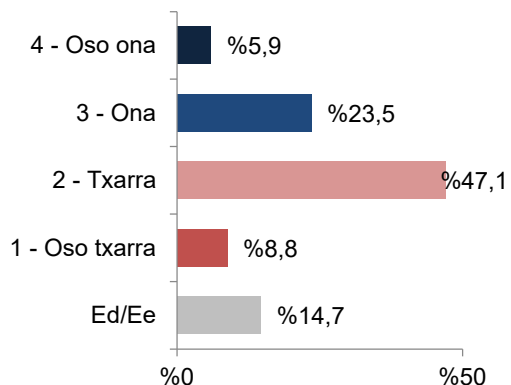


Iturria: Debako establezimenduei galdeketa

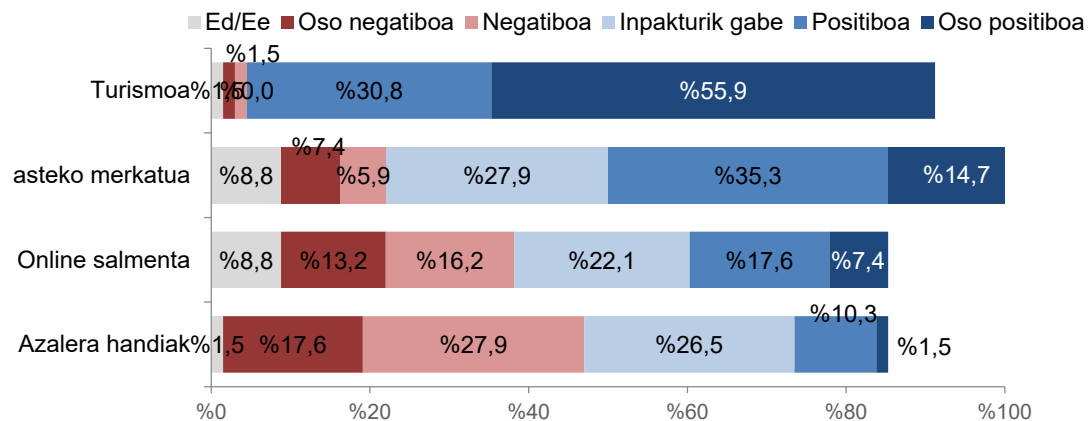


### 3.4.- Merkataritza egoeraren balioespena eta aukerak

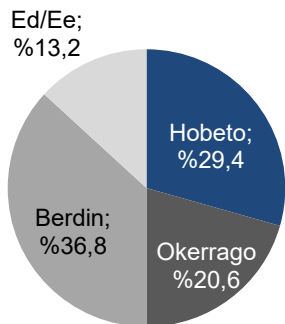
**Merkataritza bizitzaren irudia (%)**



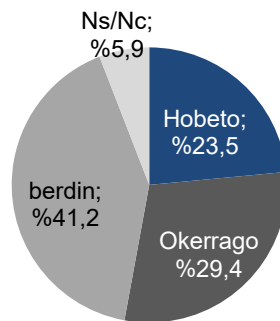
**Hurrengo puntuen inpaktua negoziuetan (%)**



**Negozioreen bilakaera 2018ari dagokionez (%)**

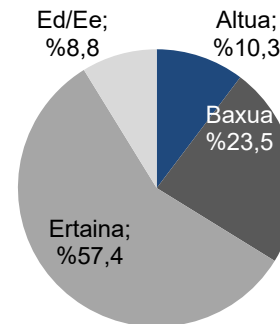


**2020rako aukerak (%)**



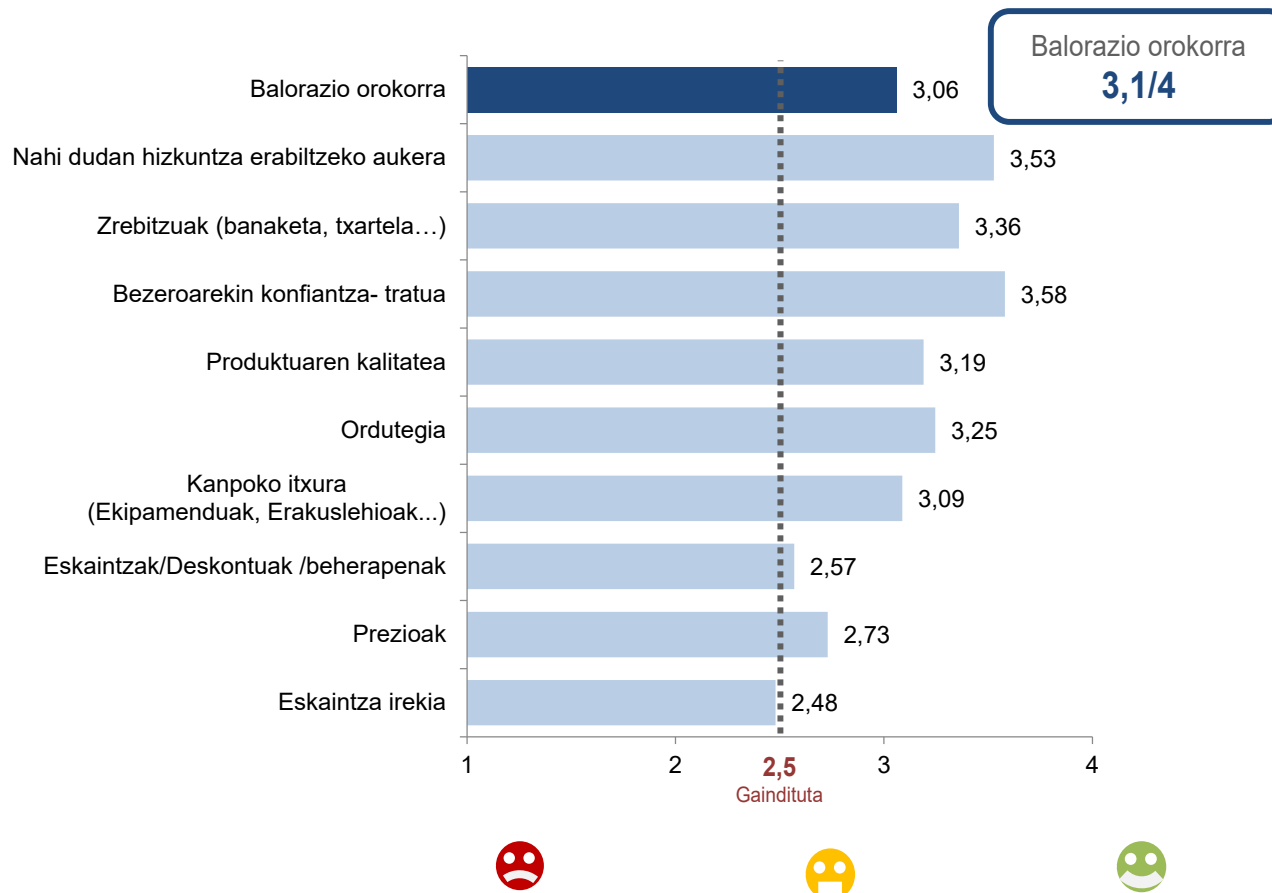
*Iturria: Debako establezimenduei galdeketa*

**Proiekzioa /bideragarritasuna**



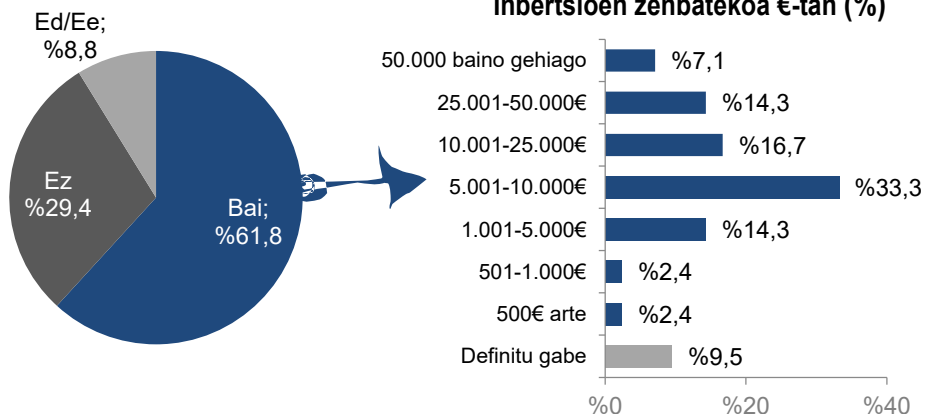
### 3.4.- Merkataritza egoeraren balioespena eta aukerak

**MERKATARITZAREN balorazioa (%)**

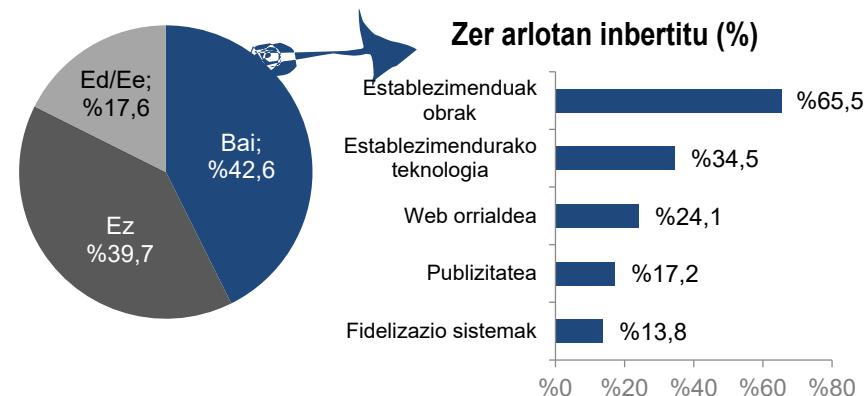


### 3.5.- Inbertsioa, publizitatea eta prestakuntza

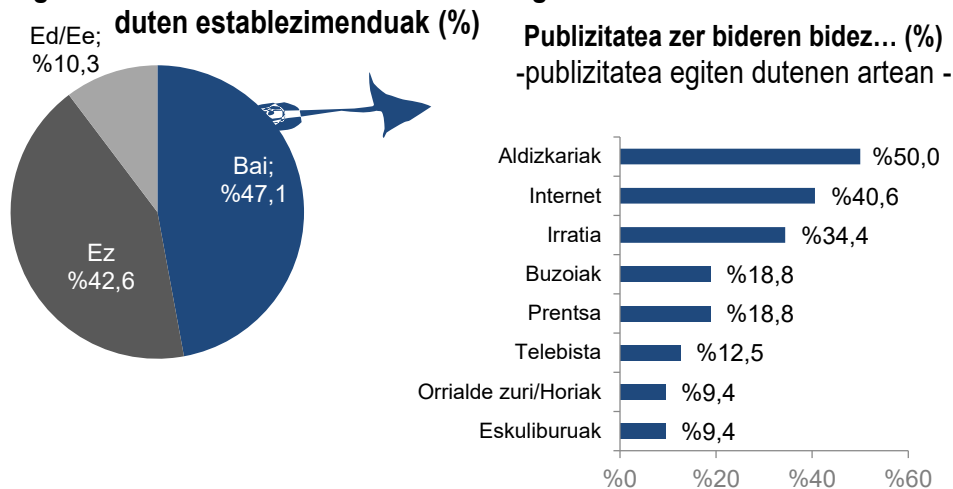
#### 1 Azken 2 urteetan INBERTSIOAK egin dituzten establezimenduak



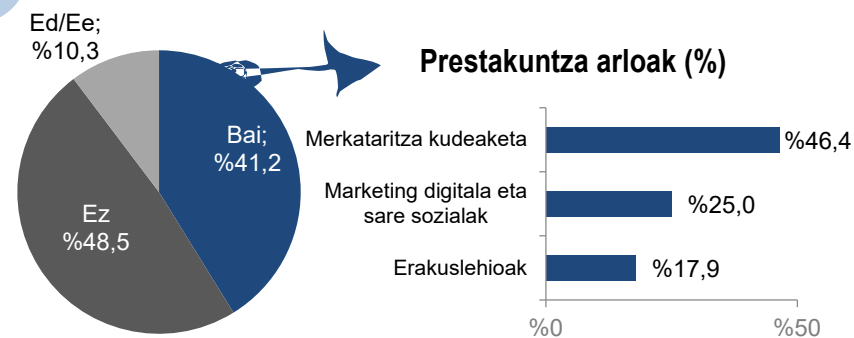
#### Hurrengo 3 urteetarako aurreikusitako inbertsioak (%)



#### 2 Negozioetan PUBLIZITATE-motaren bat egiten duten establezimenduak (%)



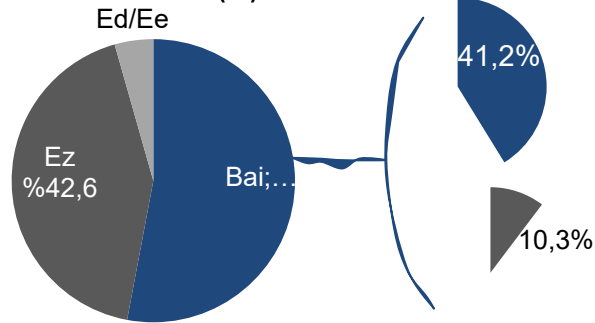
#### 3 Azken 3 urteetan egindako PRESTAKUNTZA (%)



Iturria: Debako establezimenduei galdeketa

### 3.6.- Dinamika asoziatiboa eta instituzionala

Elkarteratze maila (%)



Inkestatutako establezimenduen % 47 inguru  
**DEBALAI**

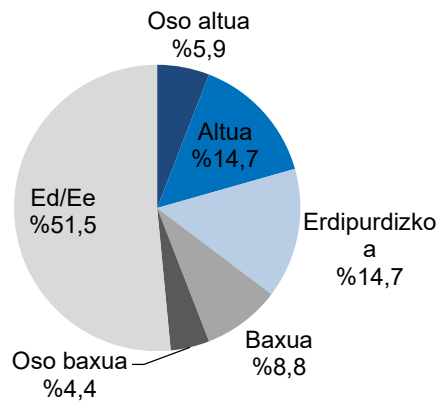


**Debako Merkataritza eta Ostalarien Elkarte**  
Asociación de Comerciantes y Hosteleros de Deba

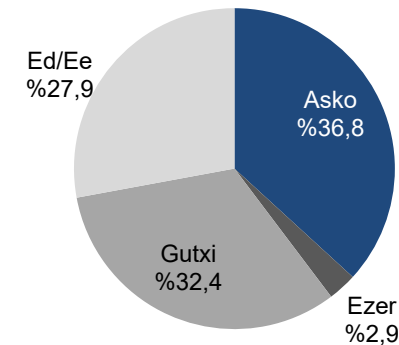
Establezimenduen % 10  
Honako hauei lotutako inkestatuak:  
**GIPUZKOAKO MERKATARITZA FEDERAZIOA**



Elkartean partaidetza maila (%)



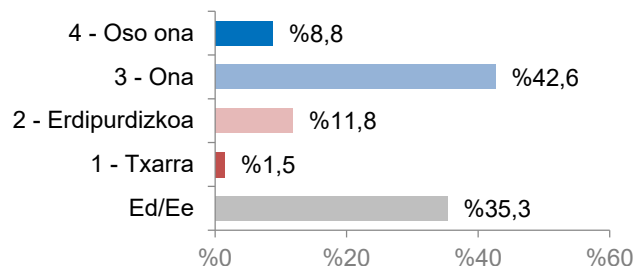
Merkataritza jarduera animatzeko maniobra marjina (%)



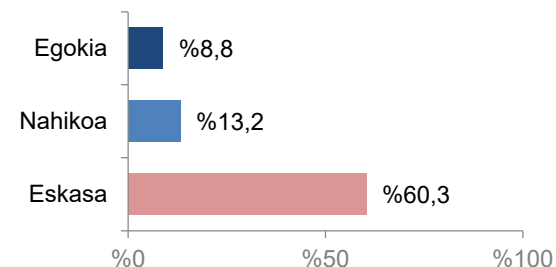
Iturria: Debako establezimenduei galdeketa

### 3.6.- Dinamika asoziatiboa eta instituzionala

**Merkatari elkartearen balorazioa (%)**



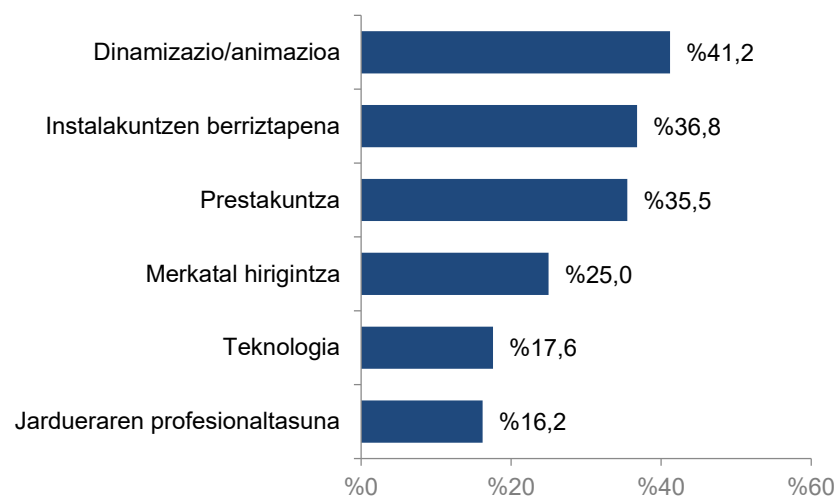
**Administrazio Publikoaren balorazioa (%)**



**Merkataritza elkarteak lagundu beharreko esparruak**

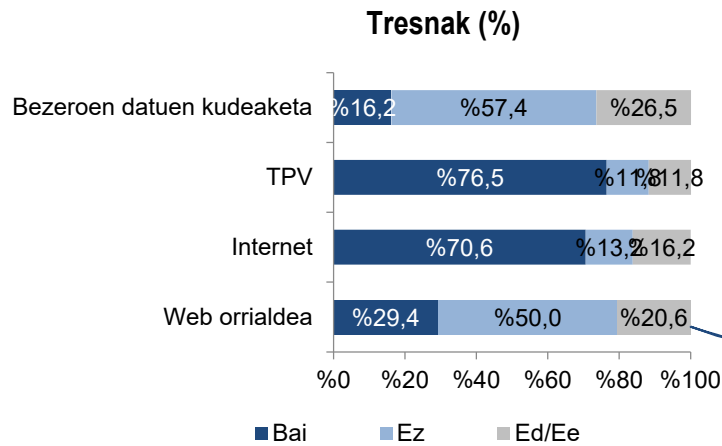


**Administrazio Publikoak lagundu beharreko esparruak**

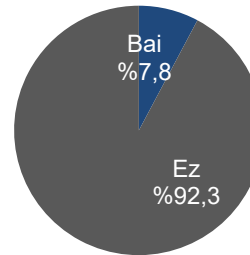


Iturria: Debako establezimenduei galdeketa

### 3.7.- Eskaintako zerbitzuak



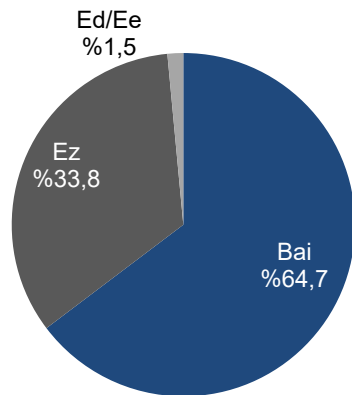
**Online salmenta (%)**  
-Web orria dutenen artean-



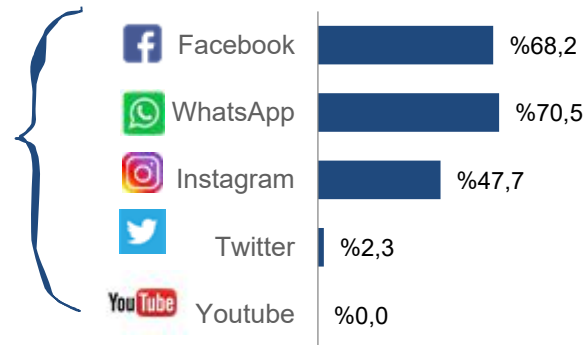
%6k online erosten du

% 75ek dio on line salmentak egiten dituela bere webgunearen edo on line dendaren bidez.

**Sare sozialetara ohituta jarduera profesionalean (%)**



**Zer sare sozial? (%)**

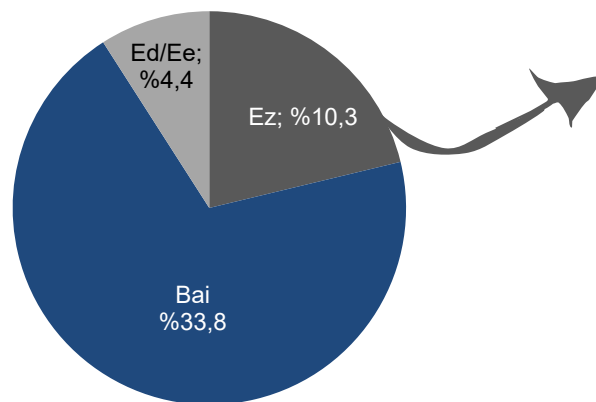


Iturria: Debako establezimenduei galdeketa

### 3.7- Eskainitako zerbitzuak: Hurbileko produktu eta Km 0 produktuen erabilera eta eskaintza

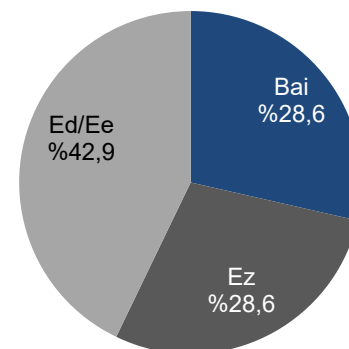
Debako ostalaritzaren eta elikagaien merkataritzaren artean, hurbileko produktuen eskaintza oso zabaldua dago

**Erabili km0 produktuak, ostalaritzako edo elikadura-merkataritzako negozioa bada (%)**



\*Oinarria: Elikadura komertzio eta ostalarien 33 erantzun

**0 km-ko produktuak erabiltzen ez dituztenen artean; Eskaintzan sartzeko interesa (%)**



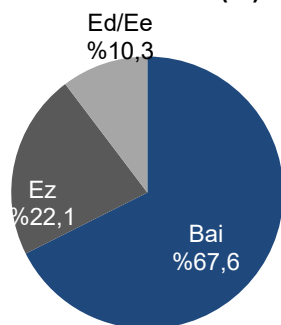
\*Oinarria Km 0 produktuak erabiltzen ez dituztela adierazi duten 7 erantzun

Iturria: Debako establezimenduei galdeketa

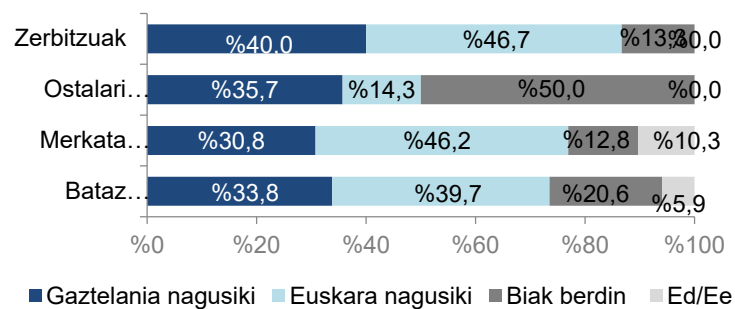
## 4.- MERKATARITZA ETA EUSKARA

### ESTABLEZIMENDUAK

Euskaraz hitz egiten duten langileak dituzten establezimenduak (%)



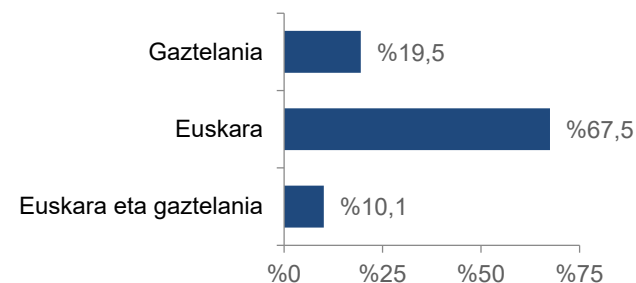
Bezeriak erabilitako hizkuntza (%)



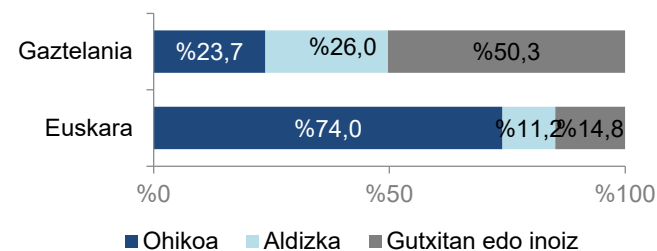
Iturria: Debako establezimenduei galdeketa

### KONTSUMITZAILEAK

Lehen hizkuntza (%)



Deban erosketak egiteko orduan bezeroek nahiago duten hizkuntza (%)



Iturria: Debako etxebizitzetzi galdeketa



## 5.- ESKAINTZA TURISTIKOA

### BALIABIDE PROPIOAK

Deba kostaldeko udalerrri turistikoa da, hainbat baliabide natural ditu, eta hondartza eta kostaldea nabarmentzen dira -fleysch-a, besteak beste:

### NATURA ETA TURISMO AKTIBOA

Geoparkea



Surfa



Hondartza



Donejakue bidea



Ekain



Santa Maria eliza  
(Estatuko Monumentu Nazionala)



### ONDARE KULTURALA

- San Roke ermita
- Santa Katalina ermita
- Gurutze ermita
- Agirre Jauregia
- Itziarko Santutegia
- Sasiola dorrea
- Sasiolako komentu-ospitalea



## Geoparkea

### Flysch and karst experience

**Euskal Kostaldeko UNESCOren munduko Geoparkea** MUTRIKU, DEBA eta ZUMAIako udalerriek osatzen dute, eta Kantauri itsasoaren eta euskal mendien artean dago kokatua. Geoparkea, bere balio natural eta kulturaletan oinarriturik, garapen jasangarrirako estrategien aldeko apustua egiten duen lurraldea da, eta 2010az geroztik, **Europako eta Munduko Geoparkeen Sarekokide** da. Geologia da paisaia honetako egiazko protagonista, Lurraren historiako pasarte zirrargarrienak gordetzen baititu.

#### ✓ **Flysch**

Gipuzkoa mendebaldeko kostaldeko itsaslabar ikusgarriak altxor natural berezia dira: bata bestearen gainean jarritako geruza harrisuetan idatzitako **milioika urteko historia** geologikoa, itsasoaren etengabeko eraginaren ondorioz agerian geratu dena

#### ✓ **Karst**

Kostako flyscharen alboan, lurraldeko barnealdean, karstaren mundua dago, **kareharriaren higadurak sortutako** paisaien mosaiko bat, aspaldi itsaso tropikal baten azpian eratua.

#### ✓ **Begiratokien ibilbidea**

Zure kabuz bisitatzeko **15 begiratoki natural** dauzkagu 55 kilometroko ibilbidean zehar, leku interesgarriak bisitatu eta Geoparkearen ikuspegi osoa jaso dezazun.

55 kilometroko ibilbide autogidatua diseinatu dira, eta, horri esker, egun batean edo bitan, lurraldeko leku interesgarrienak bisitatu ahal izango dira, inguru horretako paisaia eta balio natural eta kultural nagusien ideia orokor bat lortzeko, Geoparkeen Europako Sarean sartuta.

#### ✓ **Interesgune geologikoak**

Euskal Kostaldeko Geoparkearen ondarea **54 geologia interesgune** osatzen dute (**GIG**), eta horietatik 31 Deban daude. GIG hauetako bakoitzaren fitxak kontsultatu eta deskargatu ditzakezu:

#### Interesgune geologikoak

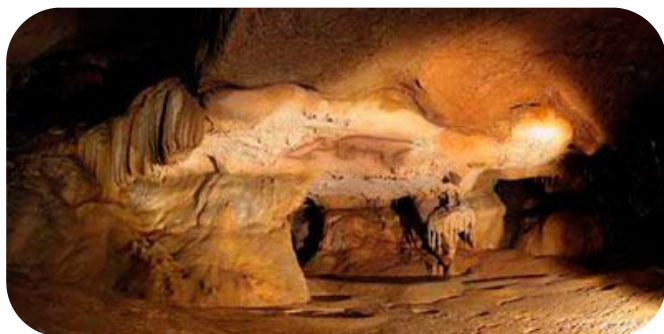
1. Andutzeko karbonatozko plataforma
2. Debako septariak
3. Ondarbeltz megageruza
4. Aintzandiko flysch beltza
5. Debako kareharrizko megabretxa
6. Istiñako paleokarsta
7. Sakonetako karekizko flysch
8. Arantzako portuko flysch hareatsua
9. Aizbeltzako diaklasak
10. Mendata puntako faila sistema
11. Andutzeko faila
12. Aitzandi puntako toles etzana
13. Sesiarteko antiklinala
14. Pikoteazpia harrikoskorrezko hondartza
15. Sakonetako multzo geomorfologikoa
16. Pikoteko luiziak
17. Baratzarretako hegal-irristatzea
18. Algorri-Portutxiki marearteko zabalgunea
19. Txertudiko Gabarlekuko itsaslabarrak
20. Aitzuriko kobazuloak
21. Mendatako ur-jauzia
22. Debaren estuarioa
23. Lasturko poljea
24. Andutz mendiko dolinak
25. Sasiolako iturburua
26. Arbil mendiko lapiazua
27. Ugarteberriko erreka ahokatua
28. Praileaitz kobazuloa
29. Salvatore pinakulu karstikoa
30. Lasturko harrobia
31. Sasiolako meandroi
32. Astigarribiako pinakulu-motako karsta

## Surf

Debako Santiago hondartza Euskal Kostaldeko ezagunenetako bat da, eta Lapari hondartzarekin batera, kalitate ezin hobeko hamaika olatu dituen hareatza zabala da, maila guztietako surflarientzat. Surferako ez ezik, body board, paddle surf edo beste uretako kirol mota baterako ere egokia da. Udazkenean eta neguan, Sorginetxe inguruan, Euskal Kostaldeko olaturik handienetako bat eratzen da. Debako herrigunetik kilometro gutxira, Sakonetan, biotopo babestu izendatutako eremuan, olatu zoragarriak aurki daitezke.



## Ekain



Gizateriaren ondarea

Ekain haitzuloa Euskal Herriko arte rupestrearen aztarnategi handi eta aberatsenetakoa da. Lascaux, Niaux eta Altamirarekin batera, Europako Magdalenense aroko (K.a. 15.000-12.000) historiaurreko santutegietatik hoberenetarikoa bat. 2008an Unescok Gizateriaren Ondare izendatu zuen. Gaur egun jendearentzat itxita dago kobazuloa eta haren babesarantz Aranzadi Zentzia Elkarteak dagokio. 2016ko urrian, Eusko Jaurlaritzak haitzuloaren barnealdea digitalizatu du eta orain munduko edozein bazterretatik bisitatzeko aukera dago.

## Done Jakue bidea

Deba helmuga eta abiapuntua da Donejakue Bideko etapetan, Zarautz-Deba (21,3 km) eta Deba-Calvario-Markina (24,2 km) tartean artean. Horrela, bada, **Geltokia** izeneko erromesentzako aterpetxea du, udalerraren erdigunean, eta Debako Santiagorako Bideen Lagunen Elkarteak kudeatzen du. Elkarteak 56 lagunentzako lekua du 4 gela anitzetan – 8, 12, 16 eta 20 ohe –, baita egongela, wifia, komunak eta garbitzeko eta lehortzeko gunea ere. Aterpetxea doakoa da, baina elkarteak 5 euro eskatzen ditu mantenimendu-gastuetarako dohaintza gisa.



## Santa Maria eliza (Estatuko monumentu Nazionala)

XV-XVI. mendea. Gotiko-errenazentista

Santa Maria eliza (Estatuko Monumentu Nazionala) Euskal Herriko erlijio arkitekturako lanik onenetarikotzat jotzen da. Ia katedral baten adinakoa izan arren, kanpoaldeko hormak soilak direnez, kare harrizko dorre baten antzekoak, inor gutxi ohartzen da haren handitasunaz. Hala ere, barrualdeko aberastasuna harrizkeko modukoa da.



Eraikitzen hasi zirenean, Deba unerik onenean zegoen, eta elizaren eraikuntza herriak finantzatu zuen. Garai hartan, Debako portua estatuko garrantzitsuenetakoa zen, Santander eta Bilbokoarekin batera. Gaztelako artilea Debako portutik Flandesera, Ingalaterrara eta Europako beste herrialde batzuetara esportatzen zen, eta horrek eragindako zergen bidez, Deba asko aberastu zen. Horretaz gain, Ternuara bale bila joandako espedizioak ere aberastasun iturri izan ziren.

## OSTATU

### Hotel eta pentsioak

- Hotel Kanala \*\* 22 toki
- Pensión Zumardi \*\* 16 toki

### Nekazalturismoak eta landetxeak

- Arrasketa 4 per.
- Arriola Txiki 16 toki
- Arruan Haundi 10 toki
- Donibane 12 toki
- Eleizondo 11 toki
- Erlete Goikoa 10 toki
- Errota Berri 6 toki
- Goikola 12 toki
- Perlakua Saka (Casas rural) 4 toki
- Perlakua Saka (Agroturismo)) 16 toki
- Santuaran Bekoa 12 toki
- Txerturi Goikoa 16 toki
- Txindurri Iturri 16 toki
- Zelaieta-Berri 6 toki
- Zelaieta-Berri Bi 8 toki
- Zubeltzu Torre 16 toki

### Kanping

- Itxaspe 483 toki

### Apartamentu turistiko

- Endañeta Berri 24 toki
- Camping Itxaspe 34 toki
- Urain Suites 17 toki

### Aterpetxeak

- Albergue de Lastur 60 toki
- Albergue de peregrinos 56 toki

### AirBnB

- 14 apartamentos 75 toki

**962 toki**



# ONDORIOAK ETA EKINTZA PLANA

---





## 1.- SINTESI DIAGNOSTIKOA

Krisiak, merkataritza-gastuaren jaitsierak eta kontsumitzaileen aldaketak, hau da, 2008tik aurrera familiaren diru-sarrerek behera egin izanak (horren ondorioz, bezero informatuagoak eta zorrotzagoak izan dira) eta zerbitzuetako gastua gero eta gehiago sartzeak (turismoa eta aisialdia, kultura, osasuna eta ongizatea) gastu-lehentasanak hirugarren sektorerara bideratu ditu, eta merkataritza-gastu tradizionalaren tarta murriztu du.

"Dendek" banaketa-tresna gisa duten funtzionaltasunak zentzua galtzen du, produktuak bidaiatzen baitu hirigunera joan eta sartu gabe eros dezaketen kontsumitzaileengana: ondorioz, produktuak balioa galtzen du eta zerbitzuak irabazi egiten du; eta produktua baino gehiago eskaini behar da erakargarria eta lehiakorra izateko (bai establezimenduari dagokionez, bai hiriari dagokionez). Eta hiriko merkataritza, kontsumitzailearen begietara, ez da gai izaten ari erronka berri horri erantzuteko, zati txiki batean baizik.

**BARNE-ESKARIARI** eragiten dion sektore-testuinguru global horretan, 5.500 biztanle inguru ditu Debak, eta hori da, hain zuzen ere, auzotarren gastu-norako nagusia; izan ere, **debarrek egiten duten gastuaren 2/3 baino gehiago udalerrian bertan egiten dute**, hau da, Debak egiten du gastuaren %69; ehuneko hori ia %80 da adin handieneko pertsonen artean, 65 urtetik gorakoen artean, eta %55-60, berriz, 35 urtetik beherakoen artean

Hala ere, atxikipen-maila horiek aldatu egiten dira merkataritza-adarraren arabera; izan ere, elikadura, ostalaritza eta zerbitzuak %75-85 artean daude, eta atxikipena %39koa da ekipamendu pertsonalaren edo modaren adarrean.

**Hurbiltasuna eta erosotasuna dira Deban erosketak egiteko arrazoi nagusia;** eta gazteenen kasuan (35 urtetik beherakoak), produktuen kalitatea nabarmentzen da Debako establezimenduetan erosteko arrazoi gisa; 45 eta 65 urte bitarteko adin-tarteak, berriz, ohituragatik edo inertziagatik erosten dutela adierazten du, eta, ondoren, 0 km-ko produktuak aukeratzen dituzte eta bertako establezimenduek duten tratua eta konfiantzagatik.

---

Era berean, gastuaren portaera oso baldintzatuta dago ingurune hurbilean – Eibarko merkataritza-ekipamenduak – **dagoen eskaintza zabalagatik, bai eta Donostiatik hurbil egoteagatik eta Donostiarekiko loturagatik ere**. Kanpoko eskaintza horrek urteko merkataritza-gastu potentzialaren %23 inguruko gastu-ihesa sortzen du: batez ere, ondasun konparatiboei dagokienez, hala nola modari eta etxeko artikuluei dagokienez.

Hala, debarrek udalerritik kanpo egiten duten **gastuaren %29-40 biltzen dute Donostiak eta Donostialdeko merkataritza-ekipamenduek**, eta, bigarrenik, **Eibarrek gastu horren %15-18 inguru hartzen du**.

Ihesaren hirugarren norakoa **Internet da, ihes egindako gastuaren %14-17 biltzen baitu**; Deban adierazle hauekin marrazten da:

- Debako herritarren erdiek baino zertxobait gutxiagok adierazi dute Internet bidez erosi dutela azken urtean (35 urtetik beherakoen artean %70etik gora eta 35 eta 44 urte bitartekoen artean %65 inguru).
- Urtean pertsonako batez besteko gastua (Internet bidez erosi dutenen artean) 989 eurokoa da Deban.
- On line erosketak mota guztietako produktuak hartzen ditu barne, eta nabarmentzekoa da norberaren ekipamendua erostea dela debarren artean ohikoena, eta, ondoren, etxeko ekipamendua erostea.

**ITZIAR**ko bizilagunen portaera aztertuta, zenbait alde ikusten dira gastuaren portaeran. **Itziarren, Debatik kanpo gastua egiteko joera handiagoa da**: gastuaren %48 inguruk "ihes egiten du" edo udalerritik kanpo egiten da. Gainera, Itziartik Zumaiara eta, neurri txikiagoan, Zarautzera erosketak egitera hurbiltzeko inertzia handiagoa dago. Gainerako kontsumo-ohiturei dagokienez, hala nola Internet bidezko erosketari dagokionez, udalerrri osoaren oso antzeko joera dute, baina Itziarren bizi diren pertsonen on line gastua zertxobait txikiagoa da (880€ batez beste azken urtean).

Deban bizi diren pertsonen portaerari **bisitarien aparteko gastua edo gastu-bilketa gehitu behar diogu, %22 ingurukoa**, batez ere gertuko udalerrietatik datozenak, Mutrikutik zehazki (5etik 1), eta Deban gastua egiten dutela baieztatzen dutenak.

Horrela, **Debako merkataritza-saldoa edo -balantzea negatiboa da, %9,5ekoa**; izan ere, eraketa-maila horrek ez du konpentsatzen eztabaida-taldeek udalerritik kanpo egiten duten gastua.

**Debako MERKATARITZA- eta TURISMO-ESKAINITZA**, merkataritza-establezimenduen kopuruari dagokionez, **%18 jaitsi da hamarkada batean** (EAEko beherakada baino txikiagoa, %23 ingurukoa), eta tokiko merkataritza murriztu egin da, bai eta fatxadetan lokal hutsak ugaritzen ikusi ere. Ostalaritzako establezimenduen kopurua ere (ostatua, jatetxeak eta tabernak) %7 jaitsi da, udalerriko tabernen galerak eraginda.

Eredu irekiko testuinguru horretan, **hiriko merkataritzak ez die soilik aurre egiten merkataritza-guneei** eta ekipamendu periferikoei (hala nola Eibarko edo Donostialdeko merkataritza-ekipamenduei), beste udalerrri edo hiriburu batzuei, baizik eta baita **on line gero eta lehia handiagoari ere**; hiriko merkataritzaren egoera larriagotzeko arriskuan dago, honako arrazoi hauengatik:

- Tokiko merkataritzaren %22k 55 urte baino gehiago ditu, eta proportzio handi batean egingo dio aurre hurrengo ekitaldietan erretiroagatik ixteari;
- Antzeko proportzioak – %24k – Bere jarduera bideragarritasun txikikotzat jotzen du etorkizunetik etorkizunera.
- Eta enpresaren tamaina txikia eta lehiakortasun-defizit nabarmenak (teknologikoak, kualifikaziokoak, negozio-eredukoak).

Zaila egiten dute egoerak eskatzen duen egokitzapen- eta modernizazio-prozesua; oraindik ere erorketa iraunkorra duen eta ibilbide luzea duen agertoki bat marrazten dute.

Egoera zail horri eta lotzen duen gogo-aldarteari **elkarte-egoera ahuldu bat** gehitzen zaio, non Debalai elkarte bere lekua aurkitzen saiatzen ari den, eta elkarteetan oro har gertatzen den bezala, bere burua berrasmatu eta eskaintzen dituen zerbitzuak berrasmatu behar dituen, saltokien eta establezimenduetako kontsumitzaileen beharrei erantzuteko.

Hala ere, Debako hirugarren sektoreak **erresistentziarako nolabaiteko borondatea** eta estrategia erakusten duten ezaugarriak ditu, hirugarren sektoreko establezimenduen artean

- %62k inbertsioren bat egin du bere negozioetan azken 2 urteetan; 1/3 establezimenduk 5.000 eta 10.000 euro artean inbertitu dute.
- Sektorearen %47k dio publizitatea egiten duela, ezaugarri estrategikoa duela eta negozioen kudeaketa nolabait modernizatzen duela, "Bezeroen bila joatea", "Ezagutzera ematea" edo "bezeroengana iristeko kanalak aztertzea" pentsatzen duelako. Hala ere, publizitaterako hautatutako bitarteko nagusia aldizkariak dira oraindik, baina Internet bigarren postuan nabarmentzen da.

- 
- %41ek adierazi du azken 3 urteetan prestakuntzaren bat egin duela, hau da, profesionalizazioaren aldeko apustua egiten jarraitzen du, bezeroen beharrei erantzun hobea emateko; merkataritza-kudeaketa nabarmentzen du azken urteetan prestakuntza jaso duten arlo nagusi gisa.
  - %43k adierazi du datozen 3 urteetan inbertsioren bat egitea aurreikusi duela, eta obrak nabarmendu ditu inbertsioa egingo duten eremu gisa (inbertsioak egitea aurreikusten dutenen %65ek adierazi du), eta, ondoren, establezimendurako teknologiako inbertsioa (%35).

**Debako merkatuak** eskaintzen duen merkataritza- eta produktu-eskaintza inertzia baten ondorioz garatzen ari da, eta, horren ondorioz, Debako Merkatuaren proposamena nahasgarria izan da, gutxienez, tokiko produktuen salerosketa ematen duten hainbat espaziorekin, elkarrengandik urrun, eta, kasu askotan, bezeroen behar eta ohitura berrietara hobeto egokitzeko beharra duten salmenta-formulekin.

Udalerriaren eskaintza globalean arreta jarrita, **Debako izaera turistikoa** azpimarratu behar da, eta baliabide nagusiak hondartza, flysch-a, Ekaingo kobak, Donejakue Bidea eta ondare historikoa (kaskoa eta Santa Maria eliza) dira. Baliabide horiek turista asko erakartzen dituzte, eta premia zehatzei erantzun behar zaie (Done Jakue bidea, ostatua erdigunean, aparkalekua), pertsona horiek udalerrian egiten duten merkataritza- eta ostalaritza-gastua finkatu ahal izateko.

Izaera turistiko horren ondorioz, udalerriak bi errealitate oso desberdin ditu: **Deba Negua eta Deba Uda**. Hori dela eta, beharrezkoa da udal-estrategia komertzial batetik abiatzea eta antolatzea.

Azkenik, **Debako HIRUGARREN SEKTOREKO ESPAZIOA** Plaza Zaharraren, Merkatuaren eta Lertsundi kalearen inguruan definitzen da, eta hiriko merkataritza-ardatzaren muturretan hiriko eguneroko bi merkataritza-ekipamendu daude (Eroski eta DIA). Horrela, **udalerriak merkataritza-gune zehatz bat du, hirigintza atseginekoa**, herritarrek eta merkatariek berek ondo baloratzen dutena, eta protagonistak oinezkoak dira.

Hala ere, erreleborik ez duten merkataritza-lokalen itxierak merkataritza-ilauntzea eta erakargarritasuna galtzea dakar, merkataritza-eremuan **hutsik dauden lokalak** presentzia areagotuz eta merkataritza-erakargarritasuna murriztuz.

Era berean, **errepide nazionala igarotzeak** baldintzatu egiten du merkataritza-jardueraren garapena, herritik igarotzen baita eta merkataritza-eremu zentralaren mugak ezartzen baititu. Horrek, merkatuko merkataritza-jardueraren kasuan, zaildu egiten du merkataritza-eremuan sartzea, eta horrek merkatuko erosketa-esperientzia baldintzatzen du.

Merkataritza-jardueran eragin zuzena duen beste alderdi bat lehendik dauden **aparkalekuen hornidura** da. Neguan nahikoa izan daitekeen arren, udan urria da, eta aparkalekuen sistema optimizatu eta aparkalekuen hornidura handitu behar

Deskribatutako elementuekin batera, **EKINTZA-ELEMENTU MESEDEGARRIAK ETA ALTERNATIBOAK** ere agertzen dira.

- Udalerrriaren errenta-maila handia da – Konparazio baterako –, eta Deba ekintza-eremu mesedegarri eta, aurreikuspenen arabera, eskerdun bihurtzen du "hainbat ekimenen aurrean.
- Udalerrriaren nortasuna lurraldearekiko hurbiltasun eta konpromiso gisa ulertuta, errenta-mailari lotuta, norberaren elementuen inguruko fidelizazioa (euskara, zero kilometroa, kalitatea, produktu ekologikoa, gizarte-kohesioa, etab.) lan-ildo bihurtzen du, auzokideen kontsumoaren zati bat ingurune hurbilean ainguratzeko.

## 2.- AMIA ANALISIA: Babesguneak eta puntu kritikoak

### Babesguneak (indarguneak/aukerak)

#### 1 Kokapen geografikoa eta gastuaren ainguraketa

Debako kokapen geografikoa dela eta – Neurri batean desegokia –, gastu-ihesa txikia da, batez ere eguneroko ondasunetan; beraz, Deba erosteko lehen aukera da bertako bizilagunen gastuaren %69rentzat.

#### 2 Biztanleriaren zahartzea aukera gisa

Adineko biztanleek hiriko merkataritzan egin ohi dute gastuaren zati handiena – Gastuaren %78 65 urtetik gorakoen artean, eta %55-60 gazteen artean –, hurbileko merkataritzari nolabaiteko "arnasa" emanez, biztanleriaren parte bat baita, eta hurrengo urteetan gero eta segmentu handiagoa.

#### 3 Turismoa aukera gisa

Deba Gipuzkoako kostaldeko helmuga turistikoa bat da, bere hondartzagatik eta flyschagatik ezaguna. Horren ondorioz, bisitari ugari izaten dira udan: urteko fakturazioaren %37 3. hiruhilekoan eskuratzen da, eta %44 ostalaritzan.

#### 4 Teknologia berriak bezero gazteenei gerturatzeko baliabideak

Sare sozialak eta mugikorrek ere tresna berriak dira gazteekin konektatzeko eta segmentu hori fidelizatzeko.

#### 5 Bezero segmentu berriak landu erronka eta aukera berri gisa

Modu segmentatuan lan egiteak une horretan antzeko ezaugarriak, gustuak edo beharrak dituen bezero talde batengana jotzea esan nahi du; horrek ahaleginak ardaztuagoak izatea eta emaitza hobek ematea eragiten du.

#### 6 Hirugarren sektoreko jarduera merkataritza-ardatz nagusi batean kontzentratzea

Lersundi ardatzak Debako hirugarren sektoreko jardueraren zati handi bat biltzen du, eta erreferentziatzko merkataritza-gunea da.

## Puntu Kritikoak (ahuleziak/mehatxuak)

**1** Eszenatokia gogortzea Covid-19 pandemiaren ondorioz

- Ezarritako konfinamenduak eta alarma-egoerak eragin negatiboa izan dute merkataritza-, ostalaritza- eta turismo-jardueren garapenean, eta kudeatu beharko den ziurgabetasun-egoera bat sortu da.

**2** Erakargarritasun maila bertaina hiri-ekonomiari dagokionez

- Hirugarren sektoreko establezimenduak, oro har, ez dira egokitu ostalaritza-, jolas- eta kultura-ingurunean, hau da, zentzu zabal eta erakargarrian hirugarren sektorekoan, merkataritza-erperientzia integrala bilatzen duen bezeroen profil berrira.

**3** Gastu-ihesaren igoera txikia

- Aurreko PERCOarekin alderatuta, ihes-mailak ia 4 puntu egin du gora

**4** Establezimenduen lehiakortasun-ahultasuna

- Merkataritza-establezimenduek ahulezia nabarmenak dituzte beren dimentsio eta adin handiari lotuta (belaunaldi-errelebo falta), eta kudeaketa-eredu berriei eta konektibitateari lotutako erronka garrantzitsu bati aurre egin behar diote.

**5** Lokal hutsen presentzia handia

- Zenbait merkataritza-kalek, kaskoan nabarmenago, Lersundirekin perpendikular dauden kaleen artean, lokal huts ugari dituzte, eta horrek etenak eta hirugarren sektoreko jarduerarako oso erakargarriak ez diren espazioak sortzen ditu.

**6** Online erosketak gero eta handiagoa eta sektorearen egokitasunik eza

- On line erosketak gero eta handiagoa: Debako herritarren %43k on line erosi du:
  - Urteko batez besteko gastua 989 €ingurukoa da;
  - Merkataritza-adar guztietan dago;
  - Eta udalerritik ihes egiten duen gastuaren %14 eta %17 artean biltzen du.
- Ez du dinamika proaktiborik aurkitzen sektorearen artean digitalizazioari dagokionez (soilik establezimenduen %29k eta soilik %6k egiten du on line salmenta)

**7** Hirigune historikoa motore gisa itzaltzea

- Motor nagusia erakargarria da historikoki, eta gainerako merkataritza-guneen krisi orokorra jasaten ari da (bisitarien kopuruak behera egin du), eta, beraz, merkataritza-gune nagusiko oinezkoen fluxuaren bizitasuna eta kanpoko bisitarien joan-etorria areagotzen ditu.

**8** Elkarteratzearen mugak

- Sektoreak bizitako birmoldaketarekin eta saltokiek jasaten duten modernizazio-presioarekin bat etorritik, asoziazionismoa modernizatu egin behar da, eta zerbitzu-bide berriak eta planteatzen diren erronka berriei irtenbide berritzaileak ireki.

## 3.- PLANAREN XEDE ETA IKUSPEGIA

### XEDEA:

- ❖ **Debako merkataritza- eta hiri-ekonomiako eskaintza mantentzea eta garatzea**, udalerriko bizilagunen hirugarren sektoreko erreferentzia gisa.
- ❖ **COVID-19k** udalerriko merkataritza- eta ostalaritza-establezimenduetan duen **eragina minimizatzea** eta egoera berri horren aurrean birkokatzen laguntzea.

### IKUSPEGIA:

- ❖ Merkataritza- eta ostalaritza-sektorearen esku zenbait **neurri ekonomiko jartzea, aholkularitza eta laguntza integrala emateko**, lehen uneko inpaktua arintzen laguntzeko (talka) eta suspertzen laguntzeko.
- ❖ **Herritarra merkataritza-sistemaren bihotzean jartzea** (bizilagunari/bezeroari zuzendutako estrategiak: fideltasuna eta gogobetetze osoa)
- ❖ Merkataritza Eredu bat, hiriburuetatik eta merkataritza-guneetatik **bereizita erosteko eta bizitzeko modu bat proposatzen duena**, abiadura moteltzen duena eta modu tradizionalak baloratzen dituena, teknologia alde batera utzi gabe.
- ❖ Udalerrriaren **nortasunari buruz lan egitea**, hiriko tokiko merkataritza erreferentziazko elementu bihurtu dadin lurraldearekiko konpromisoan, gizarte-kohesioan eta herritarren bizi-kalitatean.

### LAN ESKEMA:

- ❖ Berehalako neurrien lehen bloke bat, **COVID-19ren eraginari aurre egiteko**.
- ❖ Merkataritza-guneetako **hiri-estandarrek finkatzeari eta hobetzeari** buruzko lana, eta gune horietako merkataritza-bizipen eta -giroari buruzkoa.
- ❖ **Enpresen lehiakortasuna** hobetzea; eta elkarleen **merkataritza-estrategietan berrikuntza sustatzea**, jarduera tradizionalen mugak gainditzeko eta egungo erronkei aurre egin ahal izateko.
- ❖ Tokiko merkataritza eta kontsumoa nortasun-ikurraren beste elementu bat bihurtuko duen **komunitate-ikuspegi** batetik lan egitea.
- ❖ **Lankidetzaren publiko-pribatua**: Merkataritza Plana ezartzeko eta horren garapenean merkataritzari laguntzeko udal-lidergoa.



## 4.- LAN ESKEMA ETA EKINTZA PLANA

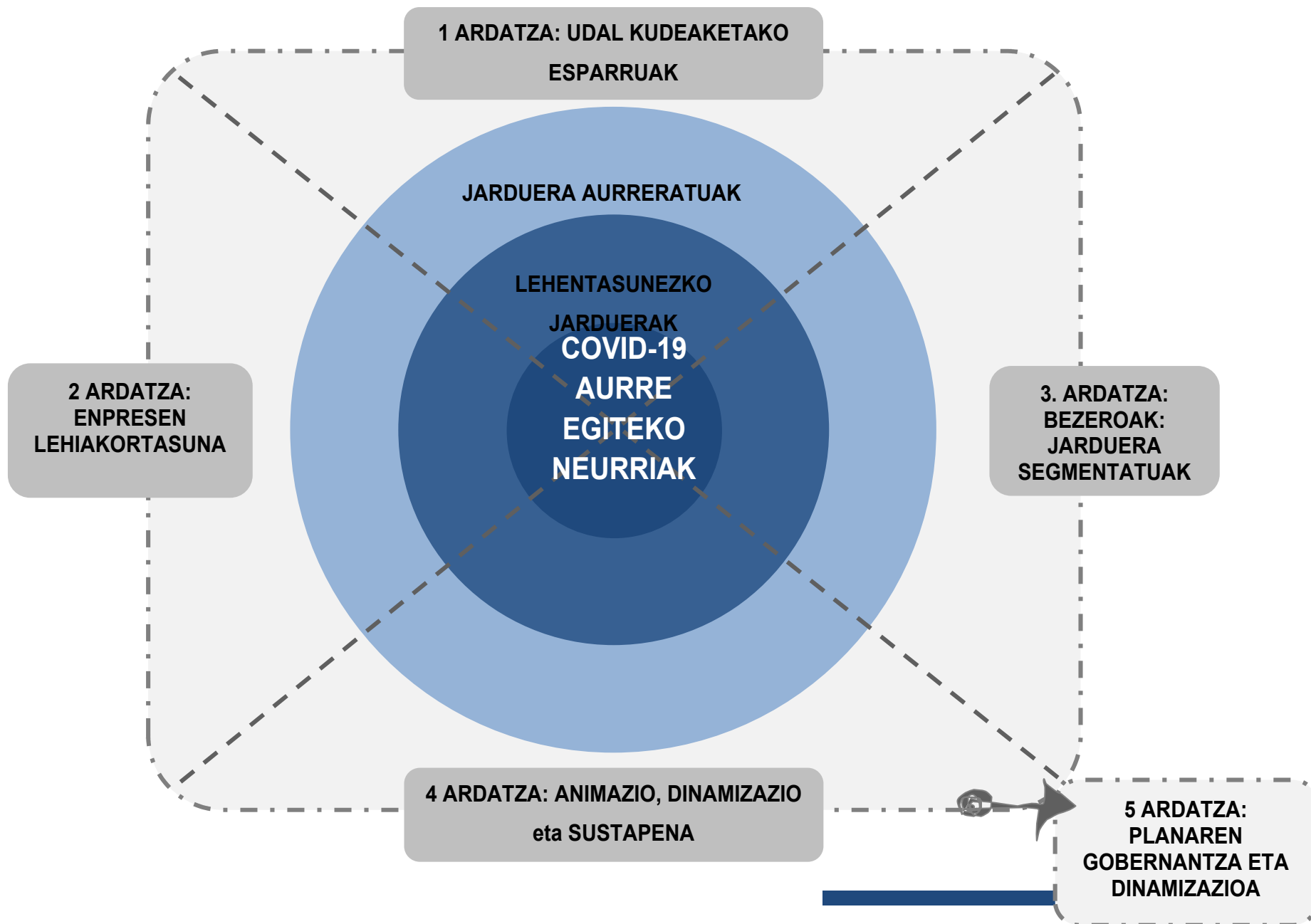
Ekintza Plana 5 Ardatza edo Eskuhartze eremuren eta 3 denborazko guneren inguruan egituratzen da

### DENBORAZKO GUNEAK

- COVID-19 AURRE EGITEKO NEURRIAK
- LEHENTASUNEKO JARDUERAK
- JARDUERA AURRERATUAK

### ESKUHARTZE EREMUAK

- UDAL KUDEAKETAKO ESPARRUAK
- ENPRESEN LEHIAKORTASUNA
- BEZEROAK: JARDUERA SEGMENTATUAK
- ANIMAZIOA, DINAMIZAZIOA eta SUSTAPENA
- PLANAREN GOBERNANTZA ETA DINAMINAZIOA



## 0 FASEA –COVID-19 AURRE EGITEKO NEURRIAK

Fase honetan, COVID-19k merkataritza-sektorean eta udalerrian dituen ondorioak arintzeko abian jarri beharreko esku-hartzeak jasotzen dira.

### 1 ARDATZA.- UDAL KUDEAKETAKO ESPARRUAK

#### 1.1.- udal-tasak eta -zergak:

Deskribapena: Udalak, bere eskumenen esparruan, tokiko tasa eta zergekin lotutako bi jarduera hauek jar ditzake martxan:

- Udal-tasa eta -zergen ordainketa malgutzea. Tasak ordaintzeko datak atzeratzea eta ordainketak interesik gabe geroratzeko eta zatikatzeko aukera eskaintzea.
- Udal-tasak eta -zergak ordaintzeko salbuespen partziala/ osoa. Alarma-aldian merkataritza- eta ostalaritza-sektoretik eskaintzen den zerbitzua emateari utzi zaionez edo zerbitzuez gozatzeko modua aldatu egin denez, jarduerarekin lotutako udal-tasak salbuestea (edo berriz kalkulatzeko) planteatzen da: ura, hondakinak, terrazak...

#### 1.2.- Salmenta eremu berriak

Alarma-egoera amaitutzat ematen denean, deseskalatze-prozesua etengabe garatuko da, eta jarduera ekonomikoak partzialki eta oraingoz martxan jarriko dira, hartu beharreko neurrien xehetasunik gabe (neurri horiek une edo fase bakoitzean ateratzen eta doitzen joango dira, hala nola hasieran %30 aurreikusten zen terrazen %50 okupatzea). Jakina da salmenta-espazioak baldintzatuta egongo direla, salmenta-espazioen metro koadroak murriztuko direla, eta distantziak handitu eta segurtasun-neurriak zorrotz behar direla. Salmentarako espazioa murriztearen aurrean, honako ekimen hauek proposatzen dira merkataritza-jarduera garatzen laguntzeko, salmenta garatzeko espazio berriak sortuz, fisikoak eta digitalak.

Fisikoak:

- Tokiko saltokien 2 azoka antolatzea hilean, udalak merkataritza eta bezeroentzako segurtasun-neurriak eta distantziak berma ditzan, aldi berean animazio-ekitaldi bat sortuz (merkatuan edo plazan, adibidez).
- Establezimenduek beren produktuak lokal hutsetako erakusleihoetan aurkezteko aukera eskaintzea.

- Edukiera mugatua izango denez, bigarren salmenta-gune bat (lokalak/udal-espazioak) ematea, langile bat baino gehiago dituzten saltokiek bezeroei arreta eman ahal izan diezaieten, lehentasunez aipatuta, erosketak bi lekutan egiteko.
- Saltokiei beren produktuak kalean erakusteko aukera ematea.

Digitalak (2.5. neurriarekin lerroan.):

- Bitarteko digitalak edo telefonikoak erabiltzea bezeroek/pertsonak saltokiekin komunikatzeko aukera izan dezaten, eta merkataritza-establezimenduekin hitzorduak erreserbatzea (negozio askok dagoeneko martxan dituzte).
- Plataforma digital edo APP bat abian jartzea, udalerriko saltokiek beren produktuak erakuts ditzaten eta bezeroek produktuak eros ditzaten.

### **1.3.- Terrazetarako espazio berriak**

Deskribapena: deseskalatze-prozesua mailakatua izango da ostalaritza-establezimenduen barnealdean eta kanpoaldean egon daitekeen okupazioari dagokionez, eta, gainera, kontsumitzaileen portaera bizi izandako egoerak baldintzatuko du. Terrazetan *bete daitezkeen* mahaien kopurua murriztu egingo da (%50era hasieran), eta mahaien artean gorde beharreko distantzia handitu egingo da (2 metro); beraz, ostalaritza-establezimenduek jarduteko gaitasuna murriztuko dute. Horien aurrean, udalek laguntza eman dezakete ostalaritza-establezimenduek eskaintza zabaldu ahal izateko espazio berriak sortuz edo erraztuz.

- Ostalaritza-establezimendu bakoitza aztertzea, mahaiak eta aulkiak jartzeko espazioa handitu ahal izateko.
- Asteburuetan udalerriko kale jakin batzuk trafikoari ixtea, establezimenduek mahai gehigarriak jar ditzaten.
- Terraza partekatuko espazio berriak diseinatzea terrazak jartzeko aukerarik ez duten establezimenduen artean, ostalaritza-eskaintza handitu ahal izateko.

## 2. ARDATZA- ENPRESA LEHIAKORTASUNA

### **2.1.- Motibazio Pilulak**

Deskribapena: alarma-dekretua eta deseskalatze-prozesua segurtasun falta handia sortzen ari dira kontsumitzaileengan, baina denda eta ostalaritza ere, dagoeneko askok badakite, egoera aldatu denez, "Normaltasun berria" ez dela lehengo bera izango eta aldaketak egin beharko dituztela. Aldaketak egiteko behar horrek denda eta tabernetako arduradunak blokeatu ditzake, eta, horregatik, beharrezkoa izango da zenbait saio eta/edo tailer antolatzea, etorkizuna badagoela ikusarazteko eta haien egoerari "argi" pixka bat ematen saiatzeko.

- Covid19 osteko egoeraren azterketa eta aldaketarako nola prestatu behar dugun. Egin ezin dena badakigu, ikus dezagun zer egin dezakegun!

### **2.2.- Negozio-estrategia eta/edo -eredua birdefinitzen laguntzea**

Deskribapena: Esan bezala, "Normaltasun berrira" egokitzeak saltokien epe ertaineko estrategia aldatzea eskatuko du, baita negozio-eredua epe laburrera egokitzea ere, gutxienez bideragarriak izan ahal izateko. Establezimendu horietako batzuek beren negozio-eredua birdefinitu ahal izango dute, intuizio hutsez eta gertatzen ari diren gertakarietan oinarrituta, baina ezinbestekoa da udalek profesionalen aholkularitza eta tutoretza ematea, berriz definitzeko eta egokitzeko prozesu horretan (aholkularitza espezializatua) laguntzeko.

- Merkataritza-establezimenduetarako autodiagnostikorako tresna eta jardunbide egokien eskuliburua.
- Ostalaritza-sektorea COVID-19ra egokitzeko programa. Establezimendu-tipologien definiziotik abiatuta, "Gutxieneko ostalaritza-zerbitzu bideragarria" kalkulatzeko formulak proposatzen dituen programa bat.

### **2.3.- espazioak egokitzeko eta inbertsioak egiteko laguntzak**

Deskribapena: egoerari egokitzeko egokitzapen mentala eta estrategikoa egiteaz gain, merkataritza- eta ostalaritza-establezimenduek beren jarduerak garatzen dituzten espazioak fisikoki egokitu behar dituzte, eta udalek, beste administrazio batzuek (MEC Eusko Jaurlaritzak, adibidez) eskaintzen dituzten laguntzen osagarri gisa, aholkularitza eskaini behar diete saltokiei diseinatzaile profesionalen zati bat egokitzeko eta haien kudeaketan laguntzeko obra eta inbertsio posibleetan. Jardunbide egokien aurkezpenak eta banakako aholkularitza.

## **2.4.- higiene-neurriak egokitzeko laguntza**

Deskribapena: saltokiak irekitzeko prozesua merkatariarentzat eta bezeroentzat ahalik eta bermerik handienarekin egin behar da, eta, ildo horretan, udalak sektorerako erraztaile edo hornitzaile papera izan dezake, saltokien eta bezeroen eskura segurtasunerako ekipamenduak jarritz, hala nola maskarak, eskularruak edo gelak.

Ildo horretan, interesgarria izango da aliantzak bilatzea establezimenduek higiene sanitarioko neurriak betetzen dituztela bermatuko duten ekimenak edo zigiluak abian jartzeko lanean ari diren erakundeekin, kontsumitzaileei segurtasuna emateko helburuarekin.

## **2.5.- Digitalizazioa**

Deskribapena: alarma-egoerak azkartu egin ditu merkataritza-sektorean gertatzen ari ziren zenbait prozesu, hala nola merkataritzaren digitalizazio-prozesua. Kontsumitzaileek eta merkatariek ikusi dute beharrezkoa eta egokia dela kasu batzuetan teknologia erabiltzea elkarren artean komunikatzeko eta merkataritza-harremanak eta -prozesuak errazteko, eta kasu askotan agerian utzi dute egiteko dagoen bidea. Hala, olatu hori aprobetxatzea garrantzitsua izango da sektorearen eskura merkataritza-eraldaketa digitalaren prozesuan lagunduko dieten neurriak eta baliabideak jartzea.

Merkataritzako Eraldaketa Digitalaren prozesu hau planteatzen dugunean, ikuspegi desberdin batetik egiten dugu:

- Mentalitatea: eraldaketa digitala ez da teknologia edo sare sozialak erabiltzea bakarrik, pertsonen arteko harremanak aldatzen ari direla ulertzea baizik. Paradigma-aldaketa bat da, eta ulertu eta sektorerera eraman behar da.
- Barne-prozesuak: teknologiak merkataritzaren barne-prozesuak hobetzea ahalbidetzen du.
- Omnikanalitatea merkataritzaren paradigmetakoa bat izan da azken urteotan, eta pandemia horrek agerian utzi du kontsumitzaileak eta saltokiek beren produktuak eta zerbitzuak bezeroei eskaintzeko dituzten aukerak nonahi daudela. Fase honetan, garrantzitsua da saltokiek bezeroekin elkarreraginean jarduten duten harreman-gune eta kanal guztiak aztertzea, bai eta bezeroekin harremanetan jarri aurrekoak, sortu direnak eta etorkizunean gara eta finka daitezkeenak ere.
  - Online plataforma
  - Sare sozialak
  - Mugikortasuna

### 3. ARDATZA- BEZEROEN KOMUNITATEA: JARDUERA-ESTRATEGIA SEGMENTATUAK

#### **3.1.- komunikazio- eta sentsibilizazio-kanpaina**

Deskribapena: hiri-ekonomiaren zereginari balioa emateko kanpaina bat abiaraztea proposatzen da, bai udalerrian diru-sarrerak sortzeko, bai udalerriko gizarte-bizitzarako. Garrantzitsua da gure negozioetarako, udalerrirako eta gure gizarte-bizitzarako ezinbestekoa delako ideia modu kolektiboan erantzutea. Udalerriko eragile ekonomikoekin elkarlanean diseinatu beharreko kanpaina da.

#### **3.2.- Erosketa-bonuak**

Deskribapena: Debako herritarren artean kontsumo-bonuak banatzea proposatzen da, Debako Udalak horien kostuaren %20tik %40ra bitarteko portzentajea bere gain har dezan, udalerriko merkataritza- eta ostalaritza-sektorean baliabideak sartzeko neurri gisa. Kontsumo-bonu horien bidez, bi helburu lortu nahi dira: batetik, udalerriko kontsumoa dinamizatzea eta pertsonen erosketak egiten laguntzea.

Bonu horien diseinuan irizpide orokor bat erabil daiteke eta etxebizitza/bizilagun guztiei bana dakizkieke, behin edo hainbat unetan, edo zenbatekoak eta uneak segmentatu daitezke, jarraitu nahi diren irizpideen arabera: ikasleei irailan, gazteei Gabonetan, adinekoei produktu jakin batzuetarako, merkatuan erosteko.

Era berean, beste administrazio batzuek antzeko beste bonu eta ekimen batzuk abian jarriko dituztela ikusita, interesgarria litzateke tokiko bonuen eta argitaratzen diren arteko osagarritasuna bilatzea.

#### **3.3.- Produktuak erreserbatzeko/erosteko eta entregatzeko sistema berriak**

Deskribapena: establezimenduak isolatuta eta itxita daudenez, kontsumitzaileak produktuez eta zerbitzuez hornitzeko hainbat ekimen jarri dira abian: telefono bidezko eskaerak, WhastApp, eskaerak dendan jasotzea, etxean entregatzea... Saltokientzat eta kontsumitzaileentzat modu antolatua goan hasi diren eta beharrezkoak izaten jarraituko duten mugimenduak sakontzea eta sendotzea proposatzen da. Eskaera-sistema: eskaerak erreserbatzea, produktuak etxez etxe entregatzea edo bestelako sistema mistoak.

## 4. ARDATZA- ANIMAZIOA, DINAMIZAZIOA ETA MERKATARITZA SUSTAPENA

### **4.1.- Mikro-ekitaldi kultural eta/animazio ekitaldiak herrian**

Deskribapena: Sortutako egoera dela eta, eta kutsatzea saihesteko oraingoz ezin da jendetza handia biltzen duen ekitaldirik antolatu. Horregatik, interesgarria izango da kale-animazioko ekitaldiak antolatzea, formatu txikikoak, udalerriko hainbat gunetan antolatuak, pertsoneri kaleetara irteteko pizgarria emateko eta, horrela, saltokiei eta ostalaritza-establezimenduei jende-fluxua errazteko.

### **4.2.- tokiko turismoa sustatzeko kanpainak/txangozaleak**

Deskribapena: Turismoa da COVID-19ren ondorioz gehien erasaten den sektoreetako bat, eta nazioarteko turismoak neurri handi batean behera egitea eta tokiko turista batekin lan egin behar izatea espero da, non protagonista nagusia txangozalea edo udalerrian bigarren egoitza duten pertsonak diren.

Horrela, turisten jaitsiera txangozaleekin edo etxeko turistekin ordeztzeko, ahalegin komunikatibo bat egin beharko da tokiko hedabideetan, autonomia-erkidegoaren esparruan, eta, horretarako, dauden komunikazio-bideak eta -baliabideak egokitu beharko dira. Kostaldeko herriaren mezua indartu beharko da, tokiko produktuak.



## 5. ARDATZA- PLAZAREN DINAMIZAZIOA ETA GOBERNANTZA

COVID-19k sortutako segurtasunik eza eta ziurgabetasuna ikusita, beharrezkoa da Udalak eta erakunde publikoek lidergo sendoa ezartzea eta sektoreko enpresei segurtasuna ematea.

### **5.1.- COVID-19 leihatila bakarra**

Deskribapena: "Normaltasun berrira" itzultzea ziurgabetasunez beteta dago egin daitekeenari, ezarri beharreko neurriei, legeriari, baimenei, faseei dagokienez. Ziurgabetasun horren aurrean, hainbat erakundek askotariko informazioa eta izapideak eskaintzen dituzte, eta beharrezkoa da erreferentziako zerbitzu bat eskaintzea, sektoreko enpresei segurtasuneko zerbitzua eskaintzeko eta saltokiek eta ostalaritzako enpresek beren zalantzak argitzeko, laguntzak kudeatzeko edo beste edozein kudeaketa egiteko aukera izan dezaten.

### **5.2.- Laguntza teknikoa**

Deskribapena:

- **Udala:** aholkularitza integraleko zerbitzu bat martxan jartzeko eta aurreko kapituluetan proposatutako ekintzak dinamizatzeko, horiek hedatzeko behar diren ezagutzak eta dedikazioa dituzten langileak behar dira. Horregatik, interesgarria da dauden baliabideak indartzea txoke-plan honetarako laguntza profesionalizatuarekin.
- **Elkartzea:** beharrezkoa da elkarte indartzea txoke-jarduera horiek garatu ahal izateko, eta elkarte garatzeko eta profesionalizatzeko bidea irekitzen joatea, zerbitzu berriak sartuz eta elkartearen eredu propioa birformulatuz hurrengo fase batean.

## 1. FASEA- LEHENTASUNEZKO JARDUERAK (OINARRIZKOAK)

Fase honetan, Deban garatu beharreko lehentasunezko jarduerak jasotzen dira, gero neurri aurreratuagoak abian jartzea ahalbidetuko dutenak, eta udalerriko hirugarren sektorearen oinarriak dira, hiri-ekonomia indartsu eta iraunkorra eraikitzeko oinarria, hain zuzen ere.

### 1 ARDATZA.- UDAL KUDEAKETAKO ESPARRUAK

#### **1.4.- Aparkalekua**

Deskribapena: aparkalekua merkataritzan eragin argia duen elementua da, eta hiri-bideetako erregulazioa du; merkataritza-jarduera sustatzen duen ibilgailuen trafikoaren arintasuna bultzatu behar du. Ildo horretan, udalerriko aparkaleku-sistema birformulatzea proposatzen da, bertakoentzako aparkaleku-hornidura nahikoa mantenduz, merkataritza-jardueraren aldeko neurri berriak har daitezten:

- Errotatorioetako aparkalekuak - Erosketetarako EXPRESS plazak: egokitzen da Merkataritza Eremu Nagusian txandakako aparkaleku-gune bat ezartzea, ordaindu gabekoa eta gehieneko denbora-mugarekin (tiket bidez edo egokientzat jotzen den sistemaren bidez arautu ahal izango da), erosketak egingo dituzten pertsonentzat ibilgailuak merkataritza-ardatzetik hurbil txandakatzea errazteko, eta, hala badagokio, ordenantza bidez garatu eta arautzeko. Gudarien plazan aparkaldi mugatu mota hori ezartzea proposatzen da.
- Disuasio-aparkalekuak, tarifa bigunarekin, bisitariei udalerrian jardunaldi osoa egiteko ibilgailuak aparkatzeko aukera ematen diena.
- Karga- eta deskarga-sistema aztertzea, batez ere merkataritza-gune nagusian, eta espazio horiek aparkaleku bihurtzeko daitezkeen saihestea, eragiketa horietarako ibilgailuen txandakatzea sustatzeko.

#### **1.5.- Merkatua**

Deskribapena: merkatuak merkataritza-sektoreak eskaintzen duenaren eskaintza osagarria eskaintzen du, batez ere elikadurari eta freskoari dagokienez; eta eskaintza erakargarri bat garatuz, udalerrientzat eta eskualdearentzat erreferentzia gisa duen eginkizuna berreskura dezake.

Horretarako, beharrezkoa da merkatu-eredu baterantz aurrera egitea, espazio berean, hots, merkatuaren eraikinean, eskualdeko ekoizleen eta saltzaileen eskaintza guztia bilduko duena, hainbat espaziotan sakabanatuta egon beharrean.

Merkatuaren kontzeptu horretan, berebiziko garrantzia du tokiko produktuen presentziak, merkatuaren kalitate-zigilu gisa, eta, horretarako, garrantzitsua da tokiko ekoizleak erakartzea. Era berean, merkatuak balioa eta esperientzia duten elementuak sartu behar ditu, merkatu-espazio bat sortu behar da, non: "GAUZAK GERTATZEN DIRA".

Horretarako, hiru jarduera-ildo landu behar dira:

- Espazio fisikoa antolatzea eta lanpostu guztiak eta ekoizleak eta saltzaileak hartzeko behar materialak aztertzea. Antolamendu horretan interesgarria litzateke espazio horretan, merkatuko postu finakoak hartzeaz gain, aldi baterako saltzaileen postuak edo merkatutik egiten den eskaintza osa dezaketen bestelako ekimenak (Showcooking, dastatzeak) hartzeko aukera aztertzea.
- Udal-merkatua arautzeko ordenantza bat garatzea, merkatuaren funtzionamendua arautzeko.
- Merkatuaren goiko solairuan espazio balioaniztuna eta ludikoa aztertu eta diseinatzea, trakzio-elementu gisa jardun dezan eta auzotarrei eta bisitariei elkartzeko eta aisialdiaz gozatzeko aukera eman diezaien.
- Merkatuan koka daitezkeen enpresekin harremanetan jartzea eta tren-makinak erabiltzea, bai saltzaile gisa, bai aisialdiko traktore gisa.

## **1.6.- Lokal hutsak**

Deskribapena: Hutsik dauden lokalak arazo bat dira Deban, baita EAEko udalerrri gehienetan ere, eta kontrolatu beharreko gaia da, arazoak atzera egiteko zailak diren neurriak edo inertziak hartu aurretik jardun beharrekoa. Horretarako, lehenengo urratsa hau izango litzateke:


- Lokal hutsen errolda, eguneratuta. Lokal hutsak zerrendatuta eduki behar dira kontzentrazio handieneko fokuak identifikatzeko, eta horien zerrenda bat eduki behar da jardun posibleetarako. Atariko datu-base batetik abiatzea proposatzen da, ondoren 3. fasean zabaldu eta eguneratuta mantenduko dena.
- Erakusleihoak erabiltzeko eta hutsik dauden lokalak edertzeko jarduketak abiaraztea. Honako jarduera hauek iradokitzen dira, besteak beste:
  - Lokal huts jakinetako erakusleihoen okupazioa dinamizatuko duen programa, beste establezimendu batzuetako produktu/eskaintzen bidez, hala nola Gabonetako kanpaina Debako establezimenduen baterako eskaintzarekin edo eduki turistiko edo kulturekin - (Adibidez: Legazpiko dendaren Dendak Aktibatu programa – Udalak eta Ilinti merkatarien elkarteak dinamizatua – Edo Tolosako Gune Biziak programa).
  - Udalerria bisitatzeko Gamifikazio Programa, erakusleiho hutsak erabili ahal izango dituen erakargarri turistikoak edo jokoan jarraitu beharreko pistak/urratsak eskaintzeko.
- Ornatoko Ordenantza bat ezartzeko beharra jasotzen da, gutxieneko baldintzak bermatzeko eta hutsik dauden lokalei alta emateko edo zerrendatzeko tresna gisa.

## 2. ARDATZA- ENPRESA LEHIAKORTASUNA

### 2.6.- Saltokietan erosketa-esperientzia hobetzea

Deskribapena: Saltokiek ahalik eta baliorik handiena eman behar diete bezeroei, eta balio hori elementu objektibo eta subjektiboek osatzen dute, merkataritzarekin bizi izan duten esperientzian bezeroen emozioetan oinarrituta. Beraz, bezeroak saltoki bakoitzean bizi duen esperientzia diseinatu behar da, neur daitezkeen alderdiak eta bezeroaren beraren pertzepzioak kontuan hartuta. Horretarako, honako hau proposatzen da:

- "Bezeroaren Esperientzia Mapa" tresnari buruzko prestakuntza praktikoko tailerra.
- Banakako saio pertsonalizatuak negozio bakoitzerako.
- Tokiko bezeroentzako eta bisitariarentzako arreta: oinarrizko jarraibideak; norberaren bezeroentzako zein bisitariarentzako arreta hobetzeko tip, aholku edo jardunbide egokiak biltzea da helburua.
- Espazioa bezeroaren eta haren zentzumenen ikuspegira egokitzeko lanak (zentzumenen marketina): salmenta-espazioa bezeroaren, haren beharren eta zentzumenen ikuspegitik birpentsatzeko prestakuntza-tailerrak. Adibide gisa, prestakuntza-ildo edo tailer posibleak aurkezten dira:
  - Produktuak bistaratzea,
  - Dendetako kartelak,
  - Musikaren erabilera
  - Saltokian giroa sortzeko edo saltzeko erakargarri gisa erabiltzen den usaina.

 Perfil del cliente: turista nacional, familia con hijos...	ANTES		DURANTE		DESPUES
	SORRANDO	PLANIFICANDO	COMPRANDO	EXPERIMENTANDO	RECOMENDANDANDO
ETAPAS	Piensa en sensaciones y destinos Recuerda viajes pasados	Información sobre el destino, alojamientos, planes, transporte...	Reserva online	Señalización adecuada	Espacios para comentar
NECESIDADES	Internet	Buscadores	Reserva online/origen agencias	Información sobre la oferta	Muestra su opinión sobre el destino: <u>online, amigos</u>
ACTIVIDADES	TV	Tripadvisor	Confirmación	Llegada a destino/aparcar	Rellena cuestionarios satisfacción
	Revistas	Pregunta amigos	Consulta dudas	Alojamiento, gastronomía...	Revisa fotos y recuerdos
PUNTOS DE CONTACTO / ARTEFACTOS	Anuncios, reportajes en TV	Google, tripadvisor	Página web y RRSS	Empresas alojamiento, hostelería, transporte	Tripadvisor, booking, foros...
	Anuncios reportajes en Internet	Folleto	Email y documentación recibida	...	Cuestionario de satisfacción
	Presencia en revistas, foros...	Página web y RRSS destino	Pasarelas de pago		Souvenirs, folletos
EMOCIONES	+				
	-				
OPORTUNIDADES A DESARROLLAR					

## **2.7.- Digitalizazioa**

Deskripzioa: Digitalizazioa ezinbestekoa da hirugarren sektoreko negozioetarako; argi geratu da bizi izan dugun berrogeialdia, negozioek bezeroekin komunikatzeko kanal eta bide berriak garatu baitituzte. Digitalizazioa lantzen jarraitzeko, honako hau proposatzen da:

- **Elementu teknologikoei eta digitalei buruzko prestakuntza-pilulak**: prestakuntza-programa praktikoa izango da, eta parte-hartzaileek beren lantresnak eraikiko dituzte. Retaileko Euskal Eskolak mota horretako prestakuntza-pilulak egiten ditu, eta interesgarriak izan daitezke Debako establezimenduak aurkezteko eta parte hartzera animatzeko, bai eta adibide gisa ere.
  - Sare sozialak: diseinatu zure argitalpenen egutegia.
  - Instagram: nola saldu gehiago
  - Youtube: sortu zure kanala eta partekatu bideoak
  - Argazkiak editatzea eta bisualak hobetzea.
  - Bideo errazak egitea
  - Datuen kudeaketa merkataritzan
- **Merkataritza-enpresaren eraldaketa digitaleko tutoretzak**: aurreko ekintzan proposatutako pilulez gain, saltokiek adituen laguntza behar dute eraldaketa digitalaren prozesuan laguntzeko. Mikroenpresa-errealitatera egokitutako aholkularitza erraza proposatzen da, diagnostiko azkarreko saioen bidez + diagnostikoarekin lotutako hobekuntza-prozesuak abiarazteko laguntza/tutoretza.

## **2.8.- Belaunaldien arteko erreleboa eta ekintzailtza**

Deskribapena: Merkataritza-sektorearen erronka handienetako bat da sektoreko profesionalen zahartzeari aurre egitea eta merkataritza-establezimenduen jarraipena bermatzea. Kasu honetan, profesionalen %22,1ek 55 urte edo gehiago ditu, eta beharrezkoa da negozio horien segida planifikatzea, eta, aldi berean, profil ekintzaile berriak sartzeko eta horiekin saltokiak lehiakortasun osoz berritzea eta hobetzea.

Enpresa-jarraipeneko programa bat aurreikusten da, honako ekintza hauekin:

- Erretirotik gertu dauden saltokien kolektiboari behatzea, jarraipena egitea eta sentsibilizatzea.
- Ekintza-protokolo bat diseinatzea, ixteko unea iristen denean adinak eta asmoak kontrolatzeko.
- Errolda bat sortzea erretiro-adinean dauden saltoki horiekin, eta kolektiboaren etengabeko kontrol- eta jarraipen-lanak egitea eta ondorengotza-programetara bideratzea.
- Ekintzaile berriekin lankidetzan aritzea, eta, oro har, ondorengotza-aukerak bilatzeko laguntza eta euskarria ematea.
- Belaunaldi-erreleboko poltsei buruzko informazioa.

## **2.9.- DEBALAI Merkatari Elkarte**

Deskribapena: Merkatarien elkarteek, historikoki, unean uneko behar zehatzei erantzuten zieten hainbat zerbitzu eta jarduera garatu dituzte, eta, kasu askotan, kalearen animazioan eta dinamizazioan jarri dute arreta. Jarduera horiek interesgarriak eta beharrezkoak direnez, merkataritza-sektoreko garai berriek sektoreak dituen erronka berriei erantzungo dieten jarduerak eta zerbitzuak behar dituzte.

DEBALAIren zerbitzuak birpentsatu behar dira, eta, horretarako, elkartearen gaitasun errealei eta eraldaketa-beharrei buruzko hausnarketa-prozesu bat garatzea proposatzen da:

- Elkartearen beraren bilakaera eta egindako elkarte-ibilbidea, egindako jarduerak, benetako eragina, kudeaketa-sistema, zuzendaritza-karguen hautaketa.
- Gaur egun merkataritzak etapa berri bat planteatu ahal izateko dituen premia espezifikokoak.
- Sektorearen beraren egoera eta aukerak eta beharrak diagnostikatu ondoren, egungo beharrei erantzungo dien elkarte-eredu berri baten diseinuan lan egitea proposatzen da, beharrezkoak diren baliabideak identifikatuz. Horretarako, metodologia berritzaileak erabiltzea proposatzen da, Business Model Canvas edo Negozio Ereduaren Liburua, adibidez.

Era berean, elkarteak bere jarduera-proposamena egokitzearen egokitasuna baloratu behar du, ostalaritza-sektoreak elkartean sartzea interesgarritzat jo dezan eta merkataritza/ostalaritza jarduera bateratuaren sinergiak sor daitezen.

Era berean, elkartekideei eta bezeroei zerbitzu erdi-aurreratuak eskaintzeko bidean aurrera egin behar da, WhatsApp Marketing eta Debako merkataritzaren presentzia digitalaren esparruan proiektuak garatuz.

### 3. ARDATZA- BEZEROEN KOMUNITATEA: JARDUERA-ESTRATEGIA SEGMENTATUAK

#### **3.4.- Segmentatutako datuak biltzea**

Deskribapena: Debako kontsumitzaileek eta bizilagunek, bai eta herrira hurbiltzen diren bisitariak ere, beren ekintzen arrastoa uzten dute dendetan; hau da, azterna komertzialak sortzen dituzte. Lehenik eta behin, datu horiek hartzeko gai izan behar dugu, bezeroen tipologiari, profilei, ohiturei, jatorriari, beharrei, ordutegiei eta abarri buruzko informazioa izateko, gero erabakiak hartzen eta kanpaina segmentatuak antolatzen laguntzeko.

- **Bezeroen datuak jasotzea:** datuak edo hatz-marka digitala hartzeko gai izan behar da (txartelak, kanpainen inprimakiak...), bezeroen tipologiari, profilei, ohiturei, jatorriari, beharrei eta abarri buruzko informazioa izateko. Horrela, merkataritza-establezimenduek zerbitzu hobea eskaini ahal izango dute, eta datu errealean oinarritutako erabakiak (kanpainak, sustapena...) proiektatu eta hartu ahal izango dituzte.

Era berean, komunitatearen ikuspegiaren ildotik, udalerriko kolektiboak identifikatzea lortu behar da, bai eta kontsumo-datuak eta erkidegoetako kideen artean sinergiak egon daitezkeen jarduerak ere, horien artean Eskaintza eta Eskaria gurutzatuz.

#### **3.5.- Gazteak**

Deskribapena: Gazteak oso segmentu konplexua dira, baina ezin dira alde batera utzi, etorkizuneko bezeroak baitira. Segmentu horrek, erosketak egitera joateaz gain, Internet bidez ere erosten du (%72-88 inguruk dagoeneko erosi du Internet bidez, eta kopuru hori handituz doa). Gainera, berehalakotasuna eta joerak baloratzen ditu, prezioarekiko oso sentikorra da, informatuta dago eta batez ere sare sozialen bidez komunikatzen da.

Bereziki gazteei zuzendutako zenbait jarduera antolatu behar dira:

- Presentzia digitala: gogoeta egitea eta merkataritza-establezimenduen online presentzia hobetzea. Ez du zertan saldu, baina oso garrantzitsua da sektorea Sarean egotea. Horretarako, saltoki bakoitzak aukeratu behar du zein den bere establezimendura hobekien egokitzen den "leiho digitala" edo kanala (Google My Bussines, Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp).
- Aldi berean, 2.0 komunikazioa landu behar da, eta komunikazio digitaleko kanalak ezarri bezero gazteenekin.
- Segmentu gaztearentzako zerbitzu eta/edo deskontu espezifikoak: prezioarekiko sentikorra den segmentu bat da, eta, beraz, 35 urtetik beherako segmentu horrentzako deskontu edo sustapen espezifikoekin kanpainak egitea planteatzen da, loturak sortzeko eta fidelizatzeke. Adibide gisa, honako hauek jaso dira:
  - "Nire lehen Visa" gazteentzat deskontu eta sustapen zehatzekin;
  - Debako gazteen pasaporte (gazteentzako deskontu txartela)
  - Lagun bat ekarri, eta hurrengo erosketan % x-ko deskontua izango duzu.
- Influencer-en marketina: publiko honengana hurbilduko gaituzten marketin- eta publizitate-kanpainak; kasu honetan, pertsonaia publikoak edo udalerr mailan edo zabalago batean aintzatetsitako jendea da, Deban erosi eta gozatzeko esperientzia jakinarazten duena.

### **3.6.- +65**

Deskribapena: Debako 65 urtetik gorako populazioa populazioaren ia 1/4 da, goranzko joera duen eta etorkizunean eskari-segmentu garrantzitsua duen kolektiboa.

Merkataritzaren ikuspegitik behar eta ezaugarri desberdinak dituen kolektiboa da. Bere ohituren artean, ez dira hain mugikorrak, Debako gastua gehiago ainguratzen da (%78,2), online erosteko joera txikiagoa dute eta erosketak egitera joateko denbora gehiago dute. Horrek aukera ugari ematen dizkio merkataritzari, baldin eta bere eskaintza kolektibo horren beharretara egokitzeko gai bada.

Hala proposatzen da kolektibo horretarako:

- EUSKADI LAGUNKOIA: Debako udalerrria Euskadi lagunkoia proiektuan sartzea. Proiektu horren helburua da hiriak integratzaileagoak, eskuragarriagoak eta atseginoagoak izatea adinekoentzat, haien zahartze aktibotik. Udalerriez gain, establezimendu partikularrak ere gehitu daitezke programara; beraz, honako hau proposatzen da:
  - Establezimendu lagungarriak programa saltokien artean zabaltzea.
  - Saltokiak ebaluatzea, egokitzea eta Establezimendu Laguntzaileen Sarean sartzea.
- Zerbitzuak 65+ zerbitzuetara hurbiltzea: etxeko zerbitzu pertsonalak artikulatzea eta merkaturatzea ere proposatzen da, etxeko eremura hurbilduz zerbitzu pertsonalen eskaintza (ile-apainketa, manikura, larruazal-zaintza) segmentu horretara – Etxebizitzan bertan, eguneko zentroetan, erretiratuen etxeetan – . Horri buruzko sentsibilizazioa eta estimulua. Establezimendu desberdinen arteko lankidetzarako aukera, orain arte bete ez den eta bakarrik asebetetze eskaseko zerbitzu bat elkarrekin betetzeko.

### **3.7.- Turista eta txangozaleak**

Deskribapena: hainbat jarduera proposatzen dira, Debako turismoaren eta merkataritza-sektorearen artean loturak eta sinergiak sortzen laguntzeko; horretarako, honako hau proposatzen da:

- **Erosketa Arduratsuen Turismo Proiektuari atxikitzea (TCR-) edo Deban Erosketen Turismo Katalogoari atxikitzea:** Eusko Jaurlaritzak TCR programa sustatzen du, eta Deban lekua eta presentzia izan ditzake programa horretan. Era berean, interesgarria litzateke katalogo berri bat diseinatzea eta editatzea paperean eta formatu digitalean. Katalogo horrek udalerriko baliabide turistiko berezi guztiak bilduko lituzke, eta turistarentzat baliozko informazioa emango luke ibilbideei, jatetxeei, gastronomiari, saltokiei, ostatuari, aparkalekuei eta ekitaldi bereziei buruz, eta horiek lurraldeko baliabide turistiko nagusietan entregatuko lituzke.



### **3.8.- Itziarko bizilagunak**

Deskribapena: Itziarko bizilagunen kolektiboak Debako bizilagunek baino kanpoko ihesaren ehuneko handiagoa erakusten du (+ 17 p.p.), ibilgailu pribatuan sartu ondoren errazago ihes egiten baitute. Helburua kolektibo hori Debako zentrorra hurbiltzea da, aisialdia, kultura eta merkataritza- eta ostalaritza-establezimenduetan kontsumitu dezaten, ez baitute erosketak egiteko leku fisikorik Itziarren (2. fasea proposamena).

- Informazio-pantailak. Udalerriko merkataritza, kultur agenda eta aparkatzeko erraztasunak ikusaraztea iradokitzen da, informazio-pantaila digitalak instalatuz. Bertan, autoz hurbiltzen diren guztiek eskaintzak, promozioak, agenda kulturala eta abar ikusteko aukera izango dute.
- Aparkaleku-bonoak edo espazio espezifikoak diseinatzea bideragarria den aztertzea, Itziarko bizilagunek Merkataritza Gune Nagusian aparkatu ahal izan dezaten, 1.4 puntuan aipatutako Express guneetatik harago.

### **3.9.- Deba komunitatea**

Deskribapena: Tokiko merkataritzari eta Deban duen garrantziari balioa emateko, tokiko merkataritzan kontsumoak duen garrantziari buruzko sentsibilizazio-kanpainak proposatzen dira, ikuspegi positibo eta proaktibotik, eta auzotarrei eta kontsumitzaileei balio bat eman diezaiekeen guztia azpimarratuz. Kontsumitzaileek ez dute erosten eta ez dute erosiko "penagatik", beraz, hobe da argudio positiboak ematea.

Bi ildo azpimarratzea proposatzen da:

- Debako saltokitik eskaintzen diren eskaintza, prezioak 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 Deban" kanpaina.
- Erosketekin, hiri-eredu jakin baten aldeko apustua egiten ari zara, eta etorkizuneko Deba eratzen ari zara. Nola nahi duzu Deba izatea 15 urtean?

Era berean, interesgarria da Debako merkataritza-sektorea udalerriko elkarte-ehunetik eta eragile zibiko eta ludikoen saretik hurbil egotea. Helburua erakunde horiek gogoan izatea eta tokiko merkataritzara jotzea da beren ekitaldiak eta jarduerak antolatzeko orduan, eta, oro har, edozein erosketa egin behar dutenean, Debako aukera lehen aukera izatea, merkataritza-zentro batera edo Interneten eroatera joan aurretik.

Horretarako, Debako kirol-klub eta elkarteekin lankidetzeta-hitzarmenak sinatzea proposatzen da, elkarteek eta klubek tokiko kontsumo-konpromiso formala eskuratu eta ikusarazteko.

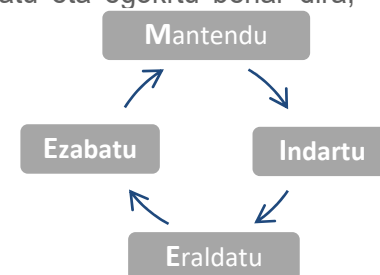
## 4. ARDATZA- MERKATARITZA ANIMAZIOA, DINAMIZAZIOA ETA SUSTAPENA

### 4.3.- Animazio eskaintza terminotan gogoeta

Deskribapena: udal eskaintza: garrantzitsua da baterako animazio programazio bat aurkeztea, agenda komun batekin, Debako ekitaldi, ekitaldi, jai eta kontzertu guztiak erakusteko.

DEBALAI merkatarien Elkartea: merkatarien elkarteek antolatzen duten animazioak eta dinamizazioak nolabaiteko jarraipena izan ohi du denboran zehar, ohituragatik baino gehiago benetako emaitzengatik, eta jarduerak bazkideen behar berrien arabera birpentsatu eta egokitu behar dira, inertziaz jokatu gabe.

- **MRTE analisia:** elkarte-programaren erabilgarritasunari buruz hausnartzea eta haren sostengua/egokitzapena aztertzea proposatzen da. Urtero errepikatzen den ekitaldi bakoitzaren zergatia gogoratu eta freskatu, "Ohiko" jarduera/ekitaldi/ekimen bakoitzerako MRTE azterketa erraz bat eginez (mantendu, indartu, eraldatu eta ezabatu). Hausnarketaren ondorioz, jarduera horiek birpentsatu behar dira, eta urteko egutegi oso eta erakargarri bat egin behar da. Egutegi hori berrikusi eta aldatu egingo da urteak aurrera egin ahala.



Beste kolektibo batzuk: programazio bateratu hori lortzeko koordinazioa funtsezkoa da, bai udal-arloen artean, bai Debako kultura-, gizarte- eta kirol-eragileekin koordinatzea.

### 4.4.- Aisia/kultur eskaintza integrala diseinatzea eta koordinatzea

Deskribapena: aurreko ekintzan -4.3.- animazio-eskaintzari buruzko gogoeta- jasotzen den bezala, Debako hirugarren sektoreko eskaintzak baterako eskaintza izan behar du, aisialdia, merkataritza, ostalaritza, jarduerak, jaiak eta abar barne hartzen dituena. Honako hau proposatzen da:

- **Ostiral Kulturalak:** udalerriko kultur eskaintza egun batean biltzea, hirugarren sektoreko, hau da, merkataritza eta ostalaritzako jarduera eta animazioekin osatuz. Hilabete bakoitzeko lehen ostiralean edo bi bidai bakoitietan (lehenengoa eta hirugarrena) kontzentratzea proposatzen da, eta gero zabaltzen joatea, bilakaeraren arabera.

### 4.5.- Agenda etengabe ikusaraztea: pantaila/korner digitala

Deskribapena: pantaila baten bidez, udalerraren hirugarren mailako eskaintza erakustea proposatzen da, kultura-eskaintzatik hasi eta aisialdikoa, saltokiak eta haien promozioak, betiere agenda eguneratuta. Pantaila hori Merkaturako eraikinean, Gudarien enparantzan edo udaletxetik hurbil jar daiteke, eta erabiltzaileek kontsultatu dezaketen pantaila interaktiboa ere izan daiteke.

## 5. ARDATZA- PLANAREN DINAMIZAZIO ETA GOBERNANTZA

### **5.3.- PERCO mahaiaren eraketa eta abiaraztea**

Deskribapena: "PERCO Mahaia" abian jartzeko oinarriak zehaztea proposatzen da. Lan-foro gisa eraturako espazioa da, eta tokiko merkataritzako eta, oro har, hiriko ekonomiako (aisialdia, ostalaritza, kultura) eragile guztien topagune gisa.

Lehenengo fasean, topagune gisa, sektoreko eragileak, DEBALAko ordezkariak eta Udaleko ordezkariak Ekintza Planaren inguruan elkartzea eta koordinatzea aipatzen da.

PERCO mahaia finkatuzetik, mahai horri elkarrizketa-esparru zabalagoa ematea iradokitzen da, eta pixkanaka beste eragile batzuk sartzea zentzu zabalean, hiri-ekonomiaren (2. fasea), kulturaren, turismoaren, elkarteen, kirolaren eta abarren kluster bat eratzeko.

### **5.4.- Planaren Gobernantza**

Deskripzioa: azaldutakoa bezain asmo handiko Ekintza Plan bat garatzeko, beharrezkoa da lankidetzaren publiko-pribatuko esparru egonkor bat, Ekintza Plana kudeatzen eta dinamizatzen laguntzeko beharrezkoak diren elementuetan oinarritua.

Lehentasunezkoa da eragile bakoitzaren benetako gaitasunen gainean lan egitea, eta, beharrezkoa bada, Plana modu optimoan garatu ahal izateko baldintzak sortzea, eragile bakoitzaren gaitasunak eta mugak kontuan hartuta eta zeregin onargarriak eta errealistak esleituta.

Hala, honako printzipio eta lehentasun hauek ezartzen dira:

- **Lidergo publikoa:** sektorearen ezaugarri mikroenpresarial eta zatikatuak eta egoera zaila kontuan hartuta, Udalari dagokio toki-garapenaren lidergo eraldatzailea, eskatutako gaitasunak eta gaitasun operatiboak direla eta.

- 
- **Sektore-partaidetza ezinbestekoa:** merkataritza- eta ostalaritza-sektorea beharrezko eta ezinbesteko eragile gisa aurkezten da. Haien kohesioa, inplikazio aktiboa eta mobilizazioa dira proiektuak legitimatzen dituztenak eta haien operatiboa ahalbidetzen dutenak. Ildo horretan, DEBALAI elkarteak ordezkari handiagoa du eta zerbitzu berriak eskaintzen ditu.
  - **Merkataritza eta Turismo Saila sendotzea/Laguntza Teknikoa:** Planaren dinamizazioak etengabeko dedikazioa eta ezagutza espezifiko eskatzen du, dauden gaitasunak gainditzen dituen laguntza tekniko behar baitute. Hori dela eta, Merkataritza eta Turismo Saila indartzea planteatzen da, bai pertsona berri bat sartuz, bai DEBALAI elkartearen ekimenak, proiektu estrategiko bereziak, merkataritza arloko zerbitzuak eta are euskarria ere modu errealistan dinamizatuko dituen laguntza teknikoaren bidez.

## 2. FASEA- JARDUERA AURRERATUAK

### 1 ARDATZA.- UDAL KUDEAKETAKO ESPARRUAK

#### **1.7.- Merkatuaren Eraikina**

Deskribapena: merkatuko erosketa-esperientzia baldintzatzen duen alderdietako bat merkatuaren eraikinaren eta errepide nazionalaren igarobidearen artean espazio gutxi dagoela da. Ildo horretan, eta udalaren eskumenekoa izan gabe, gainerako administrazio publikoekin lan egin behar da oinezkoentzat espazio handiagoa sortzea ahalbidetuko duen irtenbide bat aurkitzeko, erosketa eta merkatura egindako bisita guztiz egokia izan dadin.

Halaber, 1.5 puntuan aurretik proposatutako azterlanaren jarraipen gisa, hautemandako beharretan eta eskura dauden baliabideetan oinarrituta, merkatuaren goiko solairuan espazio ludikoa abian jartzea proposatzen da.

#### **1.8.- Smart City**

Deskribapena: Smart ekimenen bidez, hiri adimendunen kontzeptua aipatzen da, non herritarren bizi-kalitatea eta hiri-esperientzia hobetu nahi diren, bide publikoan teknologia berriak areagotuz, kale horietan iraunkortasun soziala, ekonomikoa eta ingurumenekoa bultzatzeko.

- **Free Wifi:** udalerriko gazteen kolektiboa kontsumo modu berriengatik eta aisialdirako ohitura berriengatik nabarmentzen da, mugikorretara konektatuta egotera ohituta dauden eta sare irekiak bilatzen dituzten pertsonak, sare sozialetan lagunekin esperientziak partekatu ahal izateko, euren zirkuluarekin aldi berean jolastu ahal izateko. Ikastetxeko guneren batean wifi gune ireki bat sortzea iradokitzen da, Plaza Zaharrean bertan edo merkatuko eraikinean edo "pasealeku estalia".

Behin gune hori irekita, Push eskaintzak eskaintzeko erabil daiteke, kolektibo hori sentikorragoa baita eskaintzekiko denbora errealean.

- **Mugikorrerako kargagailuak eguzki-energiaren bidez:** energia berriztagarrien bidez funtzionatzen duten gailu teknologikoak kargatzeko puntuak instalatzea iradokitzen da, Deba Slow baten ideiarekin, aisialdirako eta atsedenerako gune berrietan kargagailu horietara sarbidea izateko.



**SMART Kalea:** Lersundi kaleko zati jakin batean energia-eraginkortasuna neurtzeko eta jarraitzeko, zarata aztertzeko, hondakinak tratatzeko, oinezkoen eta bezeroen trackinga egiteko sistema bat instalatzea proposatzen da. Sistema horrek merkataritza-ardatzari buruzko datuak ematen ditu, eta, ondoren, baliabide publikoak modu eraginkorragoan erabiltzeko oinarri gisa balio du. Sistema hori martxan jartzen den kaleko dendetan eta etxeetan instalatuko litzateke, eta emaitzen arabera, udalerriko beste eremu batzuetara zabaltzea proposatzen da.

Adibidez: [SMART KALEA Donostia](#)

- **Smart Merkataritza:** aurreko ekintzaren osagarri gisa, Debako establezimenduek datuak aztertzeko eta fluxuak zenbatzeko gailuak (ibeacon p.e) izan ahal izatea proposatzen da, bezeroek Deban dituzten mugimenduak eta kanpaina jakin batzuen eragina ikusi ahal izateko, erabakiak hartzeko kalitatezko informazioa lortzeko. Era berean, sistema honek bezeroen mugikorrerara Push jakinarazpenak bidaltzeko aukera ematen du, bultzada bidezko erosketara sustatuz.

### **1.9.- Hiri-altzari singulararrak**

Deskribapena: Debako kale eta plazetan egiten diren esku-hartzeekin batera, hiri-altzari bereziak aurkeztu behar dira, hirigunean egotera eta hartaz goatzera gonbidatzeaz gain, jasangarritasun- eta adeitasun-izaera eta -irudia emango dietenak, lehenik eta behin, debarrei, baina baita bisitariei ere.



## **1.10.- Lokal hutsak**

Descripción: 1.6 ekintzaren 1. fasean jasotako lokal hutsen errolda eta adierazitako ekimenak eta programak eguneratuta edukitzeaz gain, merkataritza-lokalen okupazioa sustatzea planteatzen da.

Merkataritza-lokalen okupazioa kontrajarriak diren higiezin-egoera askotan gertatzen da, non, eskaintza zabala egon arren, prezioak nabarmen zurrunik diren eta enpresa-ekimena bideraezina egiten duten mailetan mantentzen diren. Jabetza esku gutxitan biltzea, jabe batzuen gehiegizko itxaropenak, jabeek berehala likidezia behar ez izatea, egoera horren arrazoi diren beste arrazoi batzuekin batera gertatzen da. Horiek arintzeko, jabeari pizgarriak emateko alternatibak sartzea proposatzen da.

- Negatiboak: OHZ edo antzeko zigor bidez; lokalaren fatxada mantentzeko betebeharren esparrua sortuz (lehen aipatutako apaingarrien ordenantza) eta abar.
- Positiboak: irteteko baldintza mesedegarriak sortuz, elementu jakin batzuetan laguntzeko aukerak sortuz (fidantzak, gabeziak, bermeak), bertan lan egin dezakeen ekintzailearentzako diru-laguntzak osatzeko, etab.
- Bien konbinazioa

Beste proiektu posible bat egungo ostatu-eskaintza indartzea izango litzateke, oporretako apartamentuen bidez, beheko solairuan hutsik dauden lokaletan kokatuz, merkataritza-balorazio zaila duten eremu hotzak optimizatuz, hau da, hotel horizontal bat, horretarako:

- Proiektuaren bideragarritasuna eta egingarritasuna aztertzea:
- Hirigune historikoan aplikatzeko interesgarriak izan daitezkeen eremu/kale posibleak mugatzea; lan-planteamendu posibleak;
- Kudeaketa independente edo koordinatuko alternatibak diseinatzea, eskualdeko baliabide turistikoa sustatzeko esparruan.
- Lotutako enpresa-proiektu bat sortzeko aukera

Udalak baloratu beharreko beste aukera bat merkataritzakoak ez diren ardatzetan (eremu hotzak) lokal horien bizitegi-okupazioa da. Merkataritza-erabilerak alde batera utzita, bizitegi-okupazioa espazioari bizia emango liokeen erabilera-aukera bat izango litzateke.



## 2. ARDATZA- ENPRESA LEHIAKORTASUNA

### **2.10.- Teknologia aurreratuak saltokietan: kontagailuak, sentsoreak, errealitate birtuala**

Deskribapena: merkataritza-establezimenduetan teknologia aurreratua sartzeak aukera emango die saltokiei beren negozioak modu eraginkorragoan kudeatzeko, beren establezimenduetan zer gertatzen ari den neurtzeko eta bezeroen erosketa-esperientzia hobetzeko. Online munduan hain ohikoak diren metrika horiek denda fisikoetan sartzen hasi dira.

Badira urte batzuk merkatuan (eta enpresa handiek erabiltzen dituzte) establezimendu bakoitzaren neurri garatutako teknologia eta soluzio batzuk eta beste generiko batzuk, dendan gertatzen dena neurtzeko aukera ematen dutenak. Horrela, denda bakoitzak bere bihurteta-inbutu propioa diseinatu ahal izango du (dendako trafikoaren gainean erosten duen bisitari-ehunekoa), engagement-a bere bezeroekin neurtu ahal izango du (bisitari batek dendan igarotzen duen denboraren batez bestekoa) eta orain arte on-line munduan soilik enplegatutak izan diren beste metriko batzuk.


Saltokien eskura dauden irtenbide batzuk:

- Wifi tracking: sakelakoan jarraipena; metrikak eta bero-mapak eskaintzen dituzte, besteak beste.
- Beacons: Bluetooth. • Oholtza interzatiiboak eta erakusleho birtualak.
- RFID teknologia: irrati-frekuentzia bidezko identifikazio-teknologia, urruneko datuak biltegitratzea eta berreskuratzea ahalbidetzen duena

### **2.11.- DEBALAI Merkataritza Elkartea**

Deskribapena: DEBALAI Elkartea emandako zerbitzuetan jauzi edo aurrerapen bat aurreikusten du, ekimen berrietarantz eboluzionatuz, adibidez:

- Debako bezeroek kanal digitalaren bidez kontsultatu eta erosi ahal izateko plataforma digitalak. Plataforma mota horiek etengabe eguneratu eta jarraitu behar dira, baita komunikazio-plan bat ere, zabaltzeko eta bisita-fluxua handitzeko.
- Etxez etxeko banaketa: Debako kontsumitzaileen premiekin bat datorren sistema bat egituratzea proposatzen da, eta, horrela, beste aukera bat eskaintzea lekualdatu ezin diren pertsonen, edo Covid-19rekin bizi izandakoa bezalako egoeretarako.



Debarako eredurik egokiena aurkitzeko dagoen arren, bezeroek erosketak eta eskaerak zuzenean saltokietara bertara joanda edo telefonoz deituz edo WhatsApp/Instagram/Facebook-en bidez egin ahal izatea pentsatzen ari dira (aurrerago baloratu beharko da web-salmenta). Saltokiak eskaera jaso, prestatu eta eskaerak zentralizatzen dituen bulego batean entregatzen duenean, bulego horretatik bezeroen etxeetan entregatzen dira eskaera guztiak.

Pilotu gisa, etxean entregatzeko aukera hori astean bi egunetan eskaintzea proposatzen dugu, astearteetan eta ostiraletan, adibidez, eguerdian eta arratsaldean gauetz; eta gero, ordutegiak zabaltzea.

Hala ere, etxez etxeko banaketa hori azpikontratatu edo enpresa bati eskuordetu ahal izango zaio, adibidez: txita, Tori (Donostian).

### **2.12.- Iraunkortasuna sustatzea merkataritzan**

Deskribapena: ostalaritza- eta merkataritza-sektorea neurri edo ohitura jasangarriagoak hartzera inplikatzean datza; horretarako, adibidez, jarduera hauek proposatzen dira:

- Iraunkortasunerako gida bat egitea sektorerako
- Erakusleiho jasangarriaren/birziklatuaren lehiaketa
- Iraunkortasuneranzko sektoreko jardunbide egokien tip edo adibideak

### **2.13.- Ekonomia zirkularra merkataritzan**

Deskribapena: bezeroek gero eta gehiago baloratzen dute ezagutzen duten eta balioetan bat datorren produktu edo zerbitzu bat kontsumitzea. Horregatik, adibide gisa, izaera zirkularreko hainbat programa edo ekimen proposatzen dira, DEBALAI elkarte gisa edo banaka atxiki ahal izateko:

- Ehunak biltzeko programak, birziklatzeko edo bigarren erabilera emateko.
- Askotariko materialak (elektronikoak, adibidez) birziklatzeko jarduketak, dendetan dekorazio-elementu gisa erabiltzeko.
- Baliabide partekatuen erabilerak sustatzea eta materialak, ekipamendua eta mota guztietako baliabideak (3D inprimagailuak, manikiak, material informatikoa, altzariak) partekatzen dituzten saltokien sarea sortzea.

## **2.14.- Merkatua**

Deskribapena: Lehen aipatu bezala, merkatua udalerrarentzat eta eskualdearentzat erreferentzia gisa finkatzera irits daiteke, erosteko eta saltzeko aukeraz gain, gauzak gerta daitezkeen gune erakargarri bihurtuz. Horretarako, ekitaldi finkoen programazio bat izan beharko litzateke, gastronomiarekin lotutako jarduerak eta animazio- eta dinamizazio-jarduerak uztartuko dituenak.

## **3. ARDATZA - BEZEROEN KOMUNITATEA: JARDUERA-ESTRATEGIA SEGMENTATUAK**

### **3.10.- Fidelizazio estrategiak**

Deskribapena: bezeroen informazioa jaso ondoren, hainbat teknologia eta soluzio daude (CRM, smartphoneak...), bezero-komunitateekiko harremanak kudeatzeko, ekintzen eraginkortasuna handitzeko eta horien gogobetetasuna hobetzeko aukera ematen dutenak.

- Lehenengo urratsa datu horiek kudeatzeko dauden tresnak eta konponbideak aztertzea da. Hasierako urrats gisa, tresna hedatu batekin hastea proposatzen da, ondo erabilia arrakasta izan dezakeena, WhatsApp, hain zuzen ere, eta, ondoren, tresna aurreratuagoekin lan egitea.
- Fidelizazio-txartela/tokiko moneta, nahiz eta txartel digitala izan daitekeen edo app baten bidez funtziona dezakeen, txartel fisikorik eduki beharrik gabe; eta banku bati atxikita ez egotea, hau da, ordainketa-txartel bat ez izatea, erabiltzaile bakoitza identifikatzeko elementu bat besterik ez izatea, eta horrela bere datuak metatu ahal izatea, bezeroek puntuak, kupoiak, deskontuak eta zozketetan parte hartzea sortzen dituzten aldi berean.

### **3.11.- Gazteak**

Deskribapena: Plus bat eskaintzeko edo erosketa-esperientzia osatzeko premisarekin, pakete ludikoagoa edo aisialdikoagoa eskainiz, erosketarekin edo transakzio hutsarekin batera – Nahiz eta negozioaren *core* izaten jarraitzen duen –, edo are haren interesa erakartzeko asmoz, honako hau proposatzen da:

- **Saltokietako esperientzien programa:** bideoen aurkezpenak, argazki-erakusketak, kontzertu txikiak, era guztietako desfileak, establezimendua bezeroekiko konexioa -engagementua- sortzeko animatuko eta babestuko dutenak.
- **Influencer-en marketina:** publiko honengana hurbilduko gaituzten marketin- eta publizitate-kanpainak; kasu honetan, pertsonaia publikoak edo udalerr mailan edo zabalago batean aintzatetsitako jendea da, Deban erosi eta gozatzeko esperientzia jakinarazten duena.

### **3.12.- +65**

Deskribapena: Bezero zaharrenen segmentuarekin lanean jarraitzeko, honako hau proposatzen da:

- Zerbitzu eta sustapen bereziak: produktu eta zerbitzu espezifikoaren katalogo komertziala
- Deba Lagunkoia, 65+ urteko biztanleak Deba Lagunkoia proiektuan eta establezimendu lagunkoietan sartzeari; segmentu horrek egingo ditu, adibidez, Lagunkoia intsignia emateko "azterketak".

### **3.13.- ITZIARko bizilagunak**

Deskribapena: udalerriko bizilagunak mantentzeko eta dauden beharrak asebetetzeko helburuarekin, Itziarko bizilagunei egunerokotasunerako behar dituzten produktuak eskainiko dizkien denda bat abian jartzea proposatzen da. Ekimen hau abian jartzeko, honako hauek hartu beharko lirateke kontuan:

- Itziarko bizilagunen egungo/etorkizuneko beharrak: produktuak, ordutegiak, lokalak...
- Establezimendua kudeatzeko formulak: kooperatiba, kudeaketa publikoa/pribatua.

Horrelako ekimen bat abian jartzea bideragarria izango ez balitz, honako hauek pentsa litezke:

- Debako saltokiek Itziarko herritarrek egindako erosketak uzteko txarteldegiak.
- Vending-makinak, askotariko eta beharrezko produktuez hornitzeko.

### **3.14.- Turista eta txangozaleak**

Deskribapena: Kresala hotelaren eraikina eta eremu hori garatzea, zonako hirigintza- eta turismo-hobekuntzarako lehentasuna da, eta beharrezkoa da egungo egoerari irtenbide bat ematea. Horretarako, Udalak bitartekaritza-lanetan jarraitu behar du, eraikinaren titularrek egoerari irtenbide bat eman diezaioten.

Era berean, Donejakue bidea egiten ari diren eta aterpetxean edo herriko ostaturen batean ostatu hartzen duten bisitariei balio erantsiko zerbitzuak ematea iradokitzen da: Done Jakue bidearen lagun diren saltokien sarea (deskontuak), janari-paketeak, osasuna, menu bereziak...

### **3.15.- Deba komunitatea**

Deskribapena: talde fokal gisa jardungo duten Kontsumitzaileen Sarea sortzea proposatzen da, horietako bat kontsumitzaile moten arabera segmentatua eta beste bat Zeharkako Talde egonkorra (5 eta 12 kide bitartekoa), urtean behin edo bitan taldeetako kideak bildu ahal izateko, abian jarritako edo garatu beharreko zerbitzuak, proiektuak, ideiak aztertu eta aztertzeko.

Egokiena kontsumitzaile-talde horiek aurrez aurrekoak izatea bada ere, eta horretarako, kasu askotan, pizgarriak eman behar bazaizkie parte-hartzaileei, online talde fokalak antolatzeko aukera dago, interesgarria dena landu nahi den segmentuaren arabera.

## 4.ARDATZA – MERKATARITZAREN ANIMAZIO, DINAMIZAZIO ETA SUSTAPENACIAL

### **4.6.- KM0 produktuak**

Deskribapena: Tokiko kontsumoa erakusteko, hezteko eta sustatzeko kanpainak, uneak, azokak eta produktuak sustatzea da helburua. Ilustrazio gisa, honako ekimen hauek jasotzen dira:

- Baserrikoa: ildo beretik eta Debabarrenaren programa honekin koordinatuta, garrantzitsua da tokiko produktua sustatzea, tokiko merkataritzan eta ostalaritzan kontsumoa sustatzea eta tokiko elikadura, sasoikoa, ekonomikoa eta osasungarria eskaintzea. Horretarako, honako hauetan lan egiten jarraitu behar da:
  - Ekimenaren hedapena zabaltzea Debako merkataritza- eta ostalaritza-establezimenduen artean.
  - Baserrikoaren ekitaldiak antolatzea eta komunikatzea
  - Nekazaritzako ekoizpenetara bisitak eta dastaketak antolatzea, Debako kontsumitzaile, saltoki eta ostalariei zuzendutako jardunaldi irekien moduko bat.
- Sasoiko produktuen kanpainak ostalaritzan, produktu jakin baten astea egitea, showcookingak, produktu horrekin egindako pintxopotea, menu bereziak, produktuari eta haren jatorriari buruzko hitzaldiak, jai giroan.
- Merkatuan: produktuekin lotutako merkatura egindako esperientzia-bisitak, sasoiko produktuekin egindako showcookinga.

### **4.7.- Gamifikazioa**

Deskribapena: Kaskoan jolas bat egitea proposatzen da, hala nola pistak eta asmakizunak dituen "ibilaldi" bat, edo altxorraren bila antzeko bat, udalerraren bisita osatzeko, eta, batez ere, udalerrira familiarekin (haurrekin) bisitatzeko dutenentzat pentsatua.

Horretarako, erakusleho hutsak bisitaren etapa edo puntu gisa erabiltzea aurreikusten da, bisitariak honako pista edo orientazio hau aurkituko baitute ibilbidea modu dinamiko eta dibertigarrian egiteko. Adibide gisa, Marco Topo plataforma (<https://marcotopo.com/>)

#### **4.8.- Errealitate areagotua**

Deskribapena: Aurreko proposamenarekin batera, errealitate areagotuak garatzeko ideia jasotzen da, herriaren historia edo fabulak eta pasadizoak kontatzeko udalerriri egindako bisitan. Horretarako, beharrezkoa da zehazteko modua aztertzea. Horretarako, proiektu erraz bat QR kodearen bidez egin daiteke (gune giltzarrietan edo hutsik dauden lokalen erakusleihen bidez, adibidez), edo Deba bisitatzeko APP baten bidez; horien bidez, errealitate areagotutako edukiak eskuratu ahal izango dira, bisita girotzeko.

### **5. ARDATA- PLANAREN DINAMIZAZIO ETA GOBERNANTZA**

#### **5.5.- Debako hiri ekonomia Clusterra**

Deskribapena: PERCO Mahaia sortu eta finkatu zenetik, mahai horri elkarrizketa-esparru zabalagoa ematea iradokitzen da, eta, pixkanaka, hirugarren sektoreko beste eragile batzuk sartzea zentzu zabalean (eragile sozioekonomikoak, kulturalak), Debako Hiri Ekonomiako Klusterra eratzeko.

#### **5.6.- Debako merkataritzaren behatokia**

Deskribapena: aginte-taula bat sortzea proposatzen da, Debako merkataritzaren egoeraren eta proiektuen garapen-mailaren jarraipena egin ahal izateko, proiektuen ebaluazioa egin eta neurriak hartu ahal izateko, aldizkako jarraipen-bileren bidez. Horrela, Debako Merkataritza Behatokia sortuko da, PERCO mahaiaz harago.

ARDATZA	EKINTZA	LIDERGOA (L)- KOLABORATZAILEA (K)	ADIERAZLEA	DENBORA LEHENTASUNA	AURREKONTU ORIENTAZIOA
1 ARDATZA.- UDAL KUDEAKETAKO ESPARRUAK	<b>0 FASEA –COVID-19 AURRE EGITEKO NEURRIAK</b>				
	1.1.- udal-tasak eta -zergak	Udala (L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bilerak/malgutzea onartzea</li> </ul>	ALTUA: Berehalakoa	Udalaren jardueren esparruan
	1.2.- Salmenta eremu berriak	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abian jartzeko bileren kopurua</li> <li>Azokak antolatzea (Bai/Ez)</li> <li>Parte hartu duten saltokien kopurua</li> <li>Erabiltzen diren lokal hutsen kopurua</li> </ul>	ERTAINA	Elkartearen zereginen esparruan
	1.3.- Terrazetarako espazio berriak	Udala (L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eskaera kopurua</li> <li>Emakida kopurua</li> <li>Terrazako espazio berriak</li> </ul>	ALTUA: Berehalakoa	Udalaren jardueren esparruan
	<b>1. FASEA- LEHENTASUNEZKO JARDUERAK (OINARRIZKOAK)</b>				
	1.4.- Aparkalekua	Udala (L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aparkalekuen egoerari buruzko azterketa eta eztabaida</li> <li>Aparkalekuen gaineko jarduketei lehentasuna ematea</li> <li>Txandakako plazen kopurua</li> <li>Disuasio-aparkalekua</li> </ul>	ERTAINA	Udalaren jardueren esparruan
	1.5.- Merkatua	Udala (L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merkatuaren antolamenduari buruzko gogoeta</li> <li>Merkatua berrabiarazteko azterlana/proiektua</li> <li>Bilera-kopurua</li> <li>Ordenantza baten zirriborroa</li> </ul>	ERTAINA	15.000€ hasierako ikerketarako
	1.6.- Lokal hutsak	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lokal hutsen errolda</li> <li>Aukeratutako lokalen kopurua</li> <li>Abian jarritako programak/ekimenak</li> <li>Parte hartu duten saltokien kopurua</li> <li>Ordenantzaren zirriborroa</li> </ul>	ALTUA/ERTAINA	Udalaren eta elkartearen jardueren esparruan; 5.000€ Errolda egiteko
	<b>2. FASEA- JARDUERA AURRERATUAK</b>				
	1.7.- Merkatuaren Eraikina	Udala (L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eraikinaren hirigintza analisisa</li> <li>Birgaitze proiektua (Bai/ez)</li> <li>Aurrekontua</li> </ul>	ERTAINA/BAXUA	Arian-arian garatu beharrekoa, proiektuaren zehaztasunaren arabera.
1.8.- Smart City	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instalatutako eremuen kopurua</li> <li>Instalatutako konexio-puntuak kopurua</li> <li>Erabiltzaile-kopuru/ alta kopurua</li> <li>Erabilera-uneak: egunak, orduak...</li> <li>Egindako ekimenen kopurua</li> <li>.</li> </ul>	ERTAINA	Proiektuaren zehaztapenaren arabera garatu beharreko aurrekontua + urteko zuzkidura	
1.9.- Hiri-altzari singularrak	Udala (L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Egungo altzarien azterketa</li> <li>Erosketa berezi berriak</li> </ul>	BAXUA	Inbertsiora/egindako inbertsiora egokitutako urteko zuzkidura	



	<b>1.10.- Lokal hutsak</b>	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neurriei buruzko hausnarketa (Bai/Ez)</li> <li>• Ezarri beharreko neurri motak</li> <li>• Eragindako lokalen/jabeen kopurua</li> </ul>	BAXUA	Udaletxearen esparruan
--	----------------------------	------------------------	---	-------	------------------------

ARDATZA	EKINTZA	LIDERGOA (L)- KOLABORATZAILEA (K)	ADIERAZLEA	DENBORA LEHENTASUNA	AURREKONTU ORIENTAZIOA
2. ARDATZA- ENPRESA LEHIAKORTASUNA	<b>0 FASEA –COVID-19 AURRE EGITEKO NEURRIAK</b>				
	<b>2.1.- Motibazio Pilulak</b>	Elkartea (L) Udala (K) OTC (C)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Egindako saioren kopurua</li> <li>• Komunikazio kopurua, helbide elektronikoak</li> </ul>	ALTUA	Elkartearen jardueren esparruan
	<b>2.2.- Negozio-estrategia eta/edo -eredua birdefinitzen laguntzea</b>	Elkartea (L) Udala (K) OTC (C)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontsulta/laguntza kopurua</li> </ul>	ALTUA	Elkartearen jardueren esparruan
	<b>2.3.- espazioak egokitzeko eta inbertsioak egiteko laguntzak</b>	OTC (L) Udala (K) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekimen kopurua</li> <li>• Parte hartu duten establezimenduen kopurua</li> </ul>	ALTUA	Laguntzen bidez bideratu (EJ MEC adb.)
	<b>2.4.- higiene-neurriak egokitzeko laguntza</b>	OTC (L) Udala (K) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekimen kopurua</li> <li>• Parte hartu duten establezimenduen kopurua</li> </ul>	ALTUA	Laguntzen bidez bideratu (EJ MEC adb.)
	<b>2.5.- Digitalizazioa</b>	Elkartea (L) Udala (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informazio- eta prestakuntza-saioren kopurua</li> <li>• Esperientzia partekatua</li> </ul>	ALTUA	Elkartearen jardueren esparruan
	<b>1. FASEA- LEHENTASUNEZKO JARDUERAK (OINARRIZKOAK)</b>				
	<b>2.6.- Saltokietan erosketa-esperientzia hobetzea</b>	Elkartea (L) Udala (K) OTC (C)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestakuntza-tailerrak (Bai/Ez)</li> <li>• Parte-hartzaile kopurua</li> <li>• Banakako saioren kopurua</li> <li>•</li> </ul>	ALTUA	Elkartearen jardueren esparruan
	<b>2.7.- Digitalizazioa</b>	Elkartea (L) Udala (K) OTC (C)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestakuntza-pilulen kopurua</li> <li>• Parte-hartzaile kopurua</li> <li>• Gogobetetzea</li> <li>• Tutoretza kopurua</li> </ul>	ERTAINA	Elkartearen jardueren esparruan
<b>2.8.- Belaunaldien arteko erreleboa eta ekintzaitza</b>	Udala (L) Elkartea (K) OTC (C)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sentsibilizazio-ekintzen kopurua</li> <li>• Aztertutako kasuen kopurua</li> </ul>	ERTAINA	Elkartearen jardueren esparruan	
<b>2.9.- DEBALAI Merkataritza Elkartea</b>	Elkartea (L) Udala (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hausnarketa estrategikoa (Bai/Ez)</li> <li>• Lan-bileren kopurua</li> </ul>	ERTAINA/ALTUA	Elkartearen jardueren esparruan. Aurreikusitako aurrekontua 5.000,00€	

ARDATZA	EKINTZA	LIDERGOA (L)- KOLABORATZAILEA (K)	ADIERAZLEA	DENBORA LEHENTASUNA	AURREKONTU ORIENTAZIOA
<b>2. FASEA- JARDUERA AURRERATUAK</b>					
<b>EJE 2: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL</b>	<b>2.10.- Teknologia aurreratuak saltokietan: kontagailuak, sentsoreak, errealitate birtuala</b>	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aztertutako eta abian jarritako ekimenen kopurua</li> <li>Parte hartu duten establezimenduen kopurua</li> </ul>	BAXUA	Proiektuaren zehaztapenaren arabera edo diru-laguntza espezifiko baten esparruan garatu beharreko aurrekontua
	<b>2.11.- DEBALAI Merkataritza Elkartea</b>	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gogoetarako bileren kopurua</li> <li>Programa/ekimen berriak</li> </ul>	ERTAINA	Proiektuaren zehaztapenaren arabera edo diru-laguntza espezifiko baten esparruan garatu beharreko aurrekontua
	<b>2.12.- Iraunkortasuna sustatzea merkataritzan</b>	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gida egitea</li> <li>Prestakuntza-jardueren kopurua</li> </ul>	BAXUA	Bere jardueraren esparruan
	<b>2.13.- Ekonomia zirkularra merkataritzan</b>	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa abian jartzea (Bai/Ez)</li> <li>Ekimen kopurua</li> <li>Parte hartu duten establezimenduen kopurua</li> </ul>	BAXUA	Proiektuaren zehaztapenaren arabera edo diru-laguntza espezifiko baten esparruan garatu beharreko aurrekontua
	<b>2.14.- Merkatua</b>	Udala (L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jardueren/ekitaldien programazioa</li> <li>Urteko egutegia</li> <li>Kolaboratzaile kopurua</li> </ul>	BAXUA	Bere jardueraren esparruan

ARDATZA	EKINTZA	LIDERGOA (L)- KOLABORATZAILEA (K)	ADIERAZLEA	DENBORA LEHTASUNA	AURREKONTU ORIENTAZIOA	
<b>0 FASEA –COVID-19 AURRE EGITEKO NEURRIAK</b>						
3. ARDATZA- BEZEROEN KOMUNITATEA: JARDUERA-ESTRATEGIA SEGMENTATUAUAK	3.1.- komunikazio- eta sentsibilizazio- kanpaina	Elkartea (L) Udala (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kanpaina abian jartzea</li> <li>Parte-hartzaileak</li> <li>Irismena</li> </ul>	ALTUA	Ekintzaren zehaztasunaren arabera, 5.000 €inguru oinarritzko kanpaina baterako.	
	3.2.- Erosketa-bonuak	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aurrekontua</li> <li>Bonuen proposamena</li> <li>Trukatutako bonuen kopurua</li> </ul>	ALTUA/ERTAINA	Ekintzaren zehaztasunaren arabera, 50.000-80.000 euro inguru.	
	3.3.- Produktuak erreserbatzeko/erosteko eta entregatzeko sistema berriak	Elkartea (L) Udala (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistema aktibatzea</li> <li>Kontsulten/erreserben kopurua</li> <li>Establezimendu erabiltzaileen kopurua</li> </ul>	ERTAINA	e.d.	
	<b>1. FASEA- LEHTASUNEZKO JARDUERAK (OINARRIZKOAK)</b>					
	3.4.- Segmentatutako datuak biltzea	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erabiltzaile kopurua/ALTAK</li> <li>Erakarpen kanpaina kopurua</li> </ul>	ALTUA	Bere jardueraren esparruan	
	3.5.- Gazteak	Elkartea (L) Udala (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentzia digitalari buruzko gogoeta</li> <li>Gazteentzako zerbitzu zehatzen</li> <li>Marketing digitaleko ekimen kop: influencers</li> </ul>	ERTAINA/BAXUA	e.d.	
	3.6.- +65	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lagunkoia programaren analisia</li> <li>Lagukoia programari atxikitzea</li> <li>Atxikitako establezimenduen kopurua</li> <li>Adinekoentzako zerbitzu berrien kopurua</li> </ul>	ERTAINA	Bere jardueraren esparruan	
	3.7.- Turista eta txangozaleak	Udala (L) Elkartea (K) Turismo bulegoa (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>TCR programari atxikitzea (Bai/Ez)</li> <li>Atxikitako establezimenduen kopurua</li> </ul>	ERTAINA/BAXUA	Bere jardueraren esparruan	
	3.8.- Itziarko bizilagunak	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pantailak instalatzeko proiektua</li> <li>Pantailak instalatzeko aurrekontua</li> <li>Aparkaleku-bonuen analisi</li> </ul>	ERTAINA	Bere jardueraren esparruan	
3.9.- Deba komunitatea	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Komunikazio-kanpainak</li> <li>Erakunde laguntzaileen kopurua</li> </ul>	ERTAINA	e.d.		

ARDATZA	EKINTZA	LIDERGOA (L)- KOLABORATZAILEA (K)	ADIERAZLEA	DENBORA LEHENTASUNA	AURREKONTU ORIENTAZIOA
<b>2. FASEA- JARDUERA AURRERATUAK</b>					
<b>3. ARDATZA- BEZEROEN KOMUNITATEA: JARDUERA-ESTRATEGIA SEGMENTATUAK</b>	<b>3.10.- Fidelizazio estrategiak</b>	Udala (L) Elkartea (K) Garapen Agentzia (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CRM programa eta aurrekontua</li> <li>• Parte hartu duten establezimenduen eta erabiltzaileen kopurua</li> <li>• Fidelizazio-txartela: erabiltzaile-kopurua</li> </ul>	ERTAINA / BAXUA	Proiektuaren zehaztapenaren arabera edo diru-laguntza espezifiko baten esparruan garatu beharreko aurrekontua
	<b>3.11.- Gazteak</b>	Elkartea (L) Udala (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abian jarritako esperientziak</li> <li>• Parte hartu duten establezimenduen kopurua</li> <li>• Influencers kanpainak abiaraztea</li> </ul>	BAXUA	
	<b>3.12.- +65</b>	Elkartea (L) Udala (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inplikaturako pertsonak</li> <li>• Katalogo-aurrekontua</li> <li>• Katalogoaren inpresio-kopurua</li> </ul>	BAXUA	Proiektuaren zehaztapenaren arabera edo diru-laguntza espezifiko baten esparruan garatu beharreko aurrekontua
	<b>3.13.- ITZIARko bizilagunak</b>	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Merkataritza balioaniztuna" proiektuaren balorazioa</li> <li>• Armairuen/vending-makinen instalazioa baloratzea</li> </ul>	BAXUA	Proiektuaren zehaztapenaren arabera edo diru-laguntza espezifiko baten esparruan garatu beharreko aurrekontua
	<b>3.14.- Turista eta txangozaleak</b>	Udala (L) Turismo Bulegoa (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotelaren garapena</li> <li>• Erromesentzako/bisitarienzako zerbitzu berriak</li> </ul>	BAXUA	e.d.
	<b>3.15.- Deba komunitatea</b>	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontsumitzaile-taldeak sortzea</li> <li>• Talde kopurua</li> <li>• Elkarrekin kopurua</li> </ul>	BAXUA	Proiektuaren zehaztapenaren arabera edo diru-laguntza espezifiko baten esparruan garatu beharreko aurrekontua

ARDATZA	EKINTZA	LIDERGOA (L)- KOLABORATZAILEA (K)	ADIERAZLEA	DENBORA LEHENTASUNA	AURREKONTU ORIENTAZIOA
4. ARDATZA- ANIMAZIOA, DINAMIZAZIOA ETA MERKATARITZA SUSTAPENA	<b>0 FASEA –COVID-19 AURRE EGITEKO NEURRIAK</b>				
	<b>4.1.- Mikro-ekitaldi kultural eta/animazio ekitaldiak herrian</b>	Elkartea (L) Udala (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Egindako jardueren kopurua</li> <li>Inplikaturako establezimenduen kopurua</li> <li>Kale/eremu animatuen kopurua</li> </ul>	ALTUA	Bere jardueraren esparruan + Ekintza/ekitaldi bakoitzerako zuzkidura espezifikoa (1.000-3.000 €-tik gora)
	<b>4.2.- tokiko turismoa sustatzeko kanpainak/txangozaleak</b>	Udala (L) Elkartea (K) Turismo bulegoa (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Komunikazio-errefortzua (Bai/Ez)</li> <li>Publizitate-iragarkien kopurua</li> <li>Irismena</li> </ul>	ALTUA/ERTAINA	Komunikazio-ekintza bakoitzaren zehaztasunaren arabera (100 €-tik behera sare sozialetan argitalpenak sustatzeko, 5.000 €-ra arte)
	<b>1. FASEA- LEHENTASUNEZKO JARDUERAK (OINARRIZKOAK)</b>				
	<b>4.3.- Animazio eskaintza terminotan gogoeta</b>	Elkartea (L)	<ul style="list-style-type: none"> <li>MRTE analisia</li> <li>Hobetzeko proposamenak</li> <li>Egutegia</li> <li>Ostiral Kulturalak abian jartzea</li> </ul>	ALTUA	Bere jardueraren esparruan
	<b>4.4.- Aisia/kultur eskaintza integrala diseinatzea eta koordinatzea</b>	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beraratutako kopurua</li> <li>Beraratutako/parte-hartzaileen feedbacka</li> </ul>	ERTAINA	Bere jardueraren esparruan
	<b>4.5.- Agenda etengabe ikusaraztea: pantaila/korner digitala</b>	Udala (L) Elkartea (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pantailen aurrekontua</li> <li>Proiektua onartzea</li> <li>Instalazioa</li> </ul>	BAXUA	10.000-15.000€/Unitatea
	<b>2. FASEA- JARDUERA AURRERATUAK</b>				
	<b>4.6.- KM0 produktuak</b>	Elkartea (L) Udala (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inplikaturako establezimenduen kopurua</li> <li>Egindako ekimenen kopurua</li> <li>Merkatura bisitak abiaraztea</li> </ul>	BAXUA	Ekintza bakoitzaren zehaztasunaren arabera
	<b>4.7.- Gamifikazioa</b>	Udala (L) Elkartea (K) Garapen Agentzia (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gamifikazioaren garapena</li> <li>Aurrekontua</li> <li>Proiektua onartzea</li> </ul>	BAXUA	Proiektuaren zehaztapenaren arabera edo diru-laguntza espezifikoko baten esparruan garatu beharreko aurrekontua
<b>4.8.- Errealitate areagotua</b>	Udala (L) Elkartea (K) Garapen Agentzia (K)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proiektuaren garapena</li> <li>Aurrekontua</li> <li>Proiektua onartzea</li> </ul>	BAXUA	Proiektuaren zehaztapenaren arabera edo diru-laguntza espezifikoko baten esparruan garatu beharreko aurrekontua	

ARDATZA	EKINTZA	LIDERGOA (L)- KOLABORATZAILEA (K)	ADIERAZLEA	DENBORA LEHENTASUNA	AURREKONTU ORIENTAZIOA
5. ARDATA- PLANAREN DINAMIZAZIO ETA GOBERNANTZA	<b>0 FASEA –COVID-19 AURRE EGITEKO NEURRIAK</b>				
	5.1.- COVID-19 leihatila bakarra	Elkartea (L)	• Kontsulta-kopurua	ALTUA	e.d.
	5.2.- Laguntza Teknikoa	Elkartea (L)	• Zerbitzuaren abiaraztea aztertzea	ERTAINA	e.d.
	<b>1. FASEA- LEHENTASUNEZKO JARDUERAK (OINARRIZKOAK)</b>				
	5.3.- PERCO mahaiaren eraketa eta abiaraztea	Udala (L) Elkartea (K)	• Mahaia eratzea • Parte-hartzaileen berrespena • Bilerakopurua	ERTAINA	Bere jardueraren esparruan
	5.4.- Planaren Gobernantza	Udala (L) Elkartea (K)	• Elkartea-Udala bilerak	ERTAINA	Bere jardueraren esparruan
	<b>2. FASEA- JARDUERA AURRERATUAK</b>				
	5.5.- Debako hiri ekonomia Clusterra	Udala (L) Elkartea (K)	• Zenbat parte-hartzaile sartu diren • Saioen kopurua • Aktak	BAXUA	Bere jardueraren esparruan
5.6.- Debako merkataritzaren behatokia	Udala (L) Elkartea (K)	• Aginte-koadroa (Bai/Ez) • Jarraipen-bileren kopurua • Betetze-maila ( %)	BAXUA	Bere jardueraren esparruan	

Eranskina

Parametro  
sozioekonomiko  
nagusiak

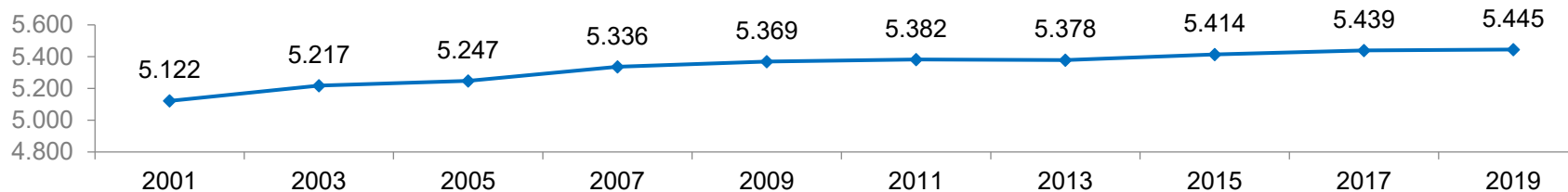




# 1.- Eremu soziodemografikoa

## A.- Debako biztanleriaren bilakaera 2008 – 2019

Bilakaera 2001-2019:+ %6,3



### Debako biztanleriaren bilakaera generoaren arabera. 2009 - 2019

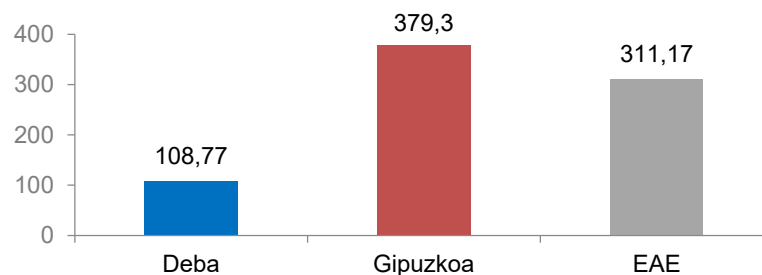
	2009	2014	2019	Bilakaera 2009-2019
<b>Gizonak</b>	2.716	2.722	2.732	<b>%0,6</b>
<b>Emakumeak</b>	2.653	2.678	2.713	<b>%2,3</b>
<b>Guztira</b>	<b>5.369</b>	<b>5.400</b>	<b>5.445</b>	<b>%1,4</b>

### Debako bizilagunen bilakaera adin tartearen arabera. 2009 - 2019

	2009	2014	2019	Bilakaera 2009-2019
<b>0 - 19</b>	1.002	1.025	1.039	<b>%3,7</b>
<b>20 - 64</b>	3.460	3.305	3.158	<b>-%8,7</b>
<b>&gt;= 65</b>	907	1.070	1.248	<b>%37,6</b>
<b>Guztira</b>	<b>5.369</b>	<b>5.400</b>	<b>5.445</b>	<b>%1,4</b>

Iturria: EUSTAT. Biztanle udal estatistika

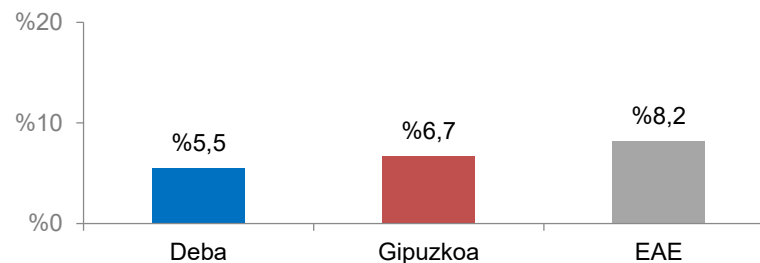
## B.- Biztanleriaren dentsitatea lurralde-eremuen arabera (biz./km<sup>2</sup>). 2019



Iturria: Udalmap

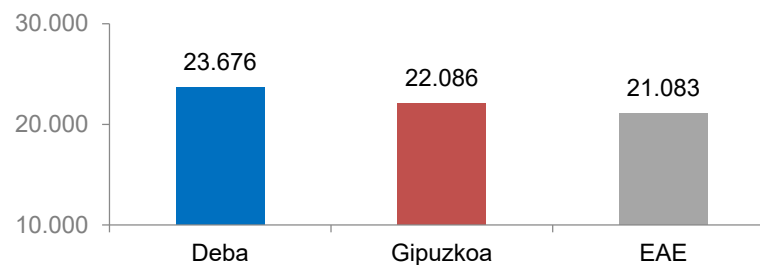
## 2.- Eremu sozioekonomikoa

### A. 16-64 urteko biztanleria langabea, lurralde-eremuen arabera (%). 2019



Iturria: Udalmap

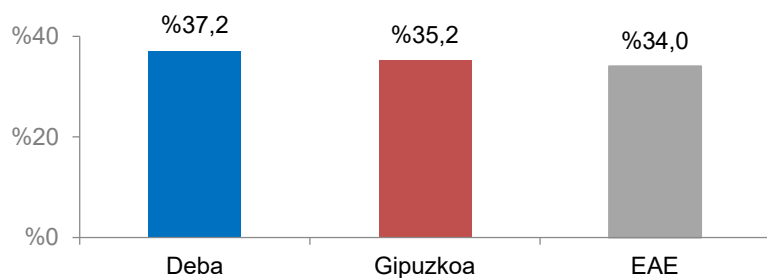
### B.- Guztizko errenta pertsonalaren maila, lurralde-eremuen arabera (€). 2017



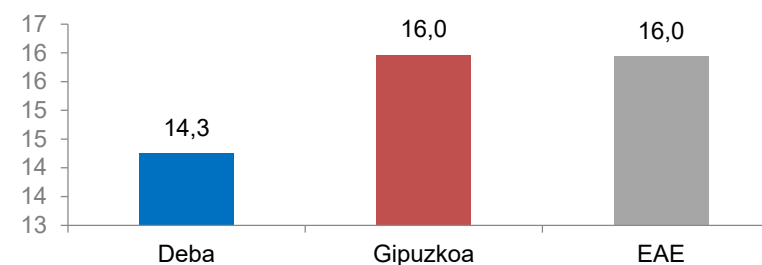
Iturria: Udalmap

### 3.- Enpresa ehuna

#### A.- Mikroenpresek sortutako enplegua: 0-9 langile, lurralde-eremuen arabera (%) 2019

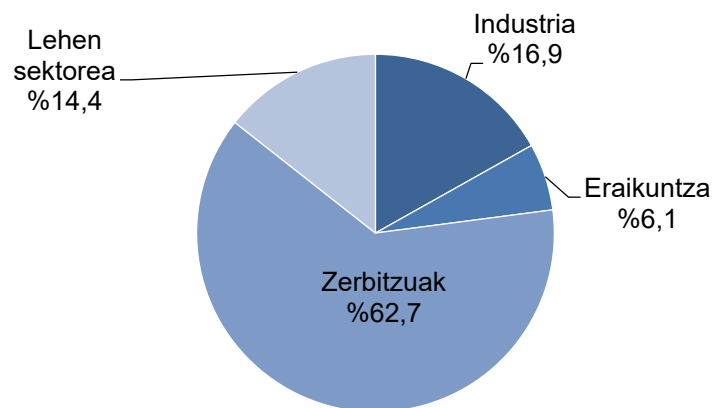


#### B.- Industria-establezimenduen batez besteko tamaina (enplegatu kopurua) lurralde-eremuen arabera 2019



Iturria: Udalmap

#### C.- Establezimenduen banaketa jardura ekonomikoaren sektorearen arabera, Deban (%). 2019



Iturria: Udalmap