

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

EKONOMIAREN GARAPEN
ETA LEHIAKORTASUN SAILA

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD



ARRASATEKO UDALA
AYUNTAMIENTO DE MONDRAGÓN

 **Eikertalde**

ARRASATE: Hiri Ekonomiaren Plan Estrategikoa



Dokumentu Exekutiboak

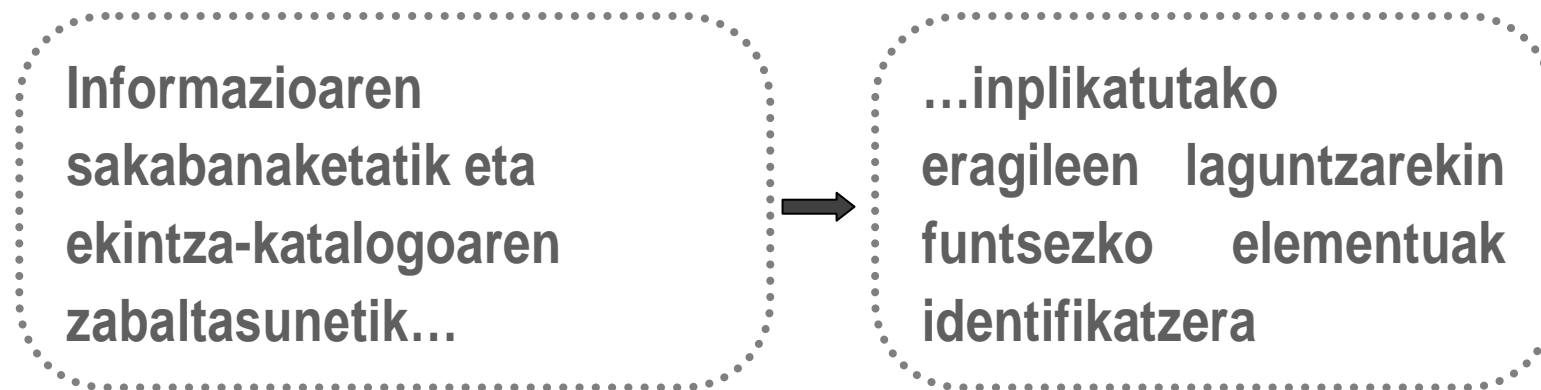
Aurkibidea

| | |
|--|----|
| I. ATALA: DIAGNOSTIKORAKO ELEMENTUAK ETA PLANERAKO OINARRIAK | 5 |
| 1.- IKUSPEGIA | 7 |
| 2.- DIAGNOSTIKORAKO ELEMENTUAK | 8 |
| 3.- PLANERAKO OINARRIAK | 21 |
| II. ATALA: EZTABAIDA ETA PARTAIDETZA | 25 |
| III. ATALA: PLANA | 35 |

I. ATALA: DIAGNOSTIKORAKO ELEMENTUAK ETA PLANERAKO OINARRIAK

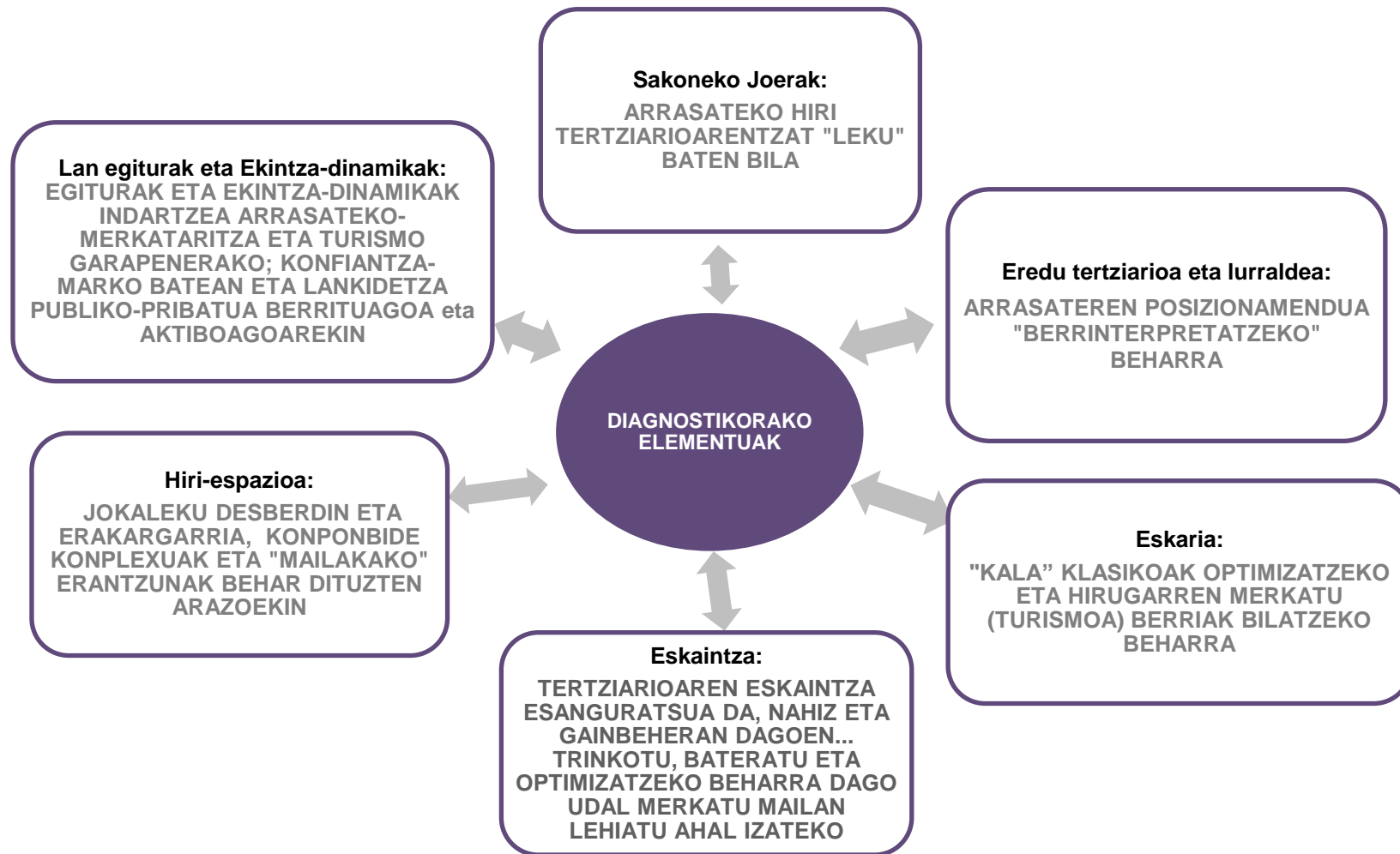
1.- Ikuspegia

Ikuspegia...: informazio eskuragarria baloratu eta interpretatzea



Estrategia: azken helburu argiak finkatuko dituen oinarrizko kontakizuna, erraz transmititzeko modukoa, taxutzea, haren inguruan pixkanaka eta koherentziaz txertatu eta eraikitzeko gaur egungo eta etorkizuneko ahaleginak, publikoak nahiz pribatuak.

2.- Diagnostikorako elementuak



DIAGNOSTIKORAKO ELEMENTUAK

Euskarriak, Puntu Kritikoak eta Erronkak

✓ **Sakoneko Joerak:**

Puntu Kritikoa.- Tertiarioa industriaren SUBSIDIARIO gisa ... (edo Arrasateko DNA industrialaren zama). EAEko enpresa korporazio garrantzitsuenen jatorria eta historikoki metalaren inguruko ehun indartsu batean finkaturik, Arrasateko udalaren eredu ekonomikoa, nagusiki enpresa handien bitartez eraiki da. Industriak eskaintzen duen euskarri ekonomiko berberak erraztu du ekipamendu kultural eta sozialen base zein aukera sendo bat izatea, udalaren sinbolo gisa eta baita udalerrri “aberats” baten bizi kalitateari loturiko elementu bat bezala ere.

Testuinguru honetan, hiri-terziario klasikoak- komertzioa, ostalaritza, zerbitzu komertzialak orokorrean-, industriak sorturiko enplegu eta aberastasunaren gainean mantendurik, laguntza osagarri hutsaren eginkizuna bete du. Jada existitzen zen bizi mailaren besopean jaio eta garatu da; baina ez da beharrezkoa izan udal eredu tertziario bat imajinatu beharra, ezta sektore honegatik apustu egin eta lan espezifikoak garatzea ere.

Puntu Kritikoa + Euskarria.- Krisia eta ... beste sektoreetarantz begirada irekitzera gonbidatzen duen testuinguru bat. Testuinguru honetan, azken hamarkadako krisiak “monolaborantza-industrialari” atentzio toke bat suposatu dio. Arrasateko zenbait sinbolo industrialek gertutasun eta gogortasunez bizi izan dutenez, zalantzan jarri dira, tentuz izan bada ere, iraganeko inertzia; eta mahai gainera atera du hiri-terziarioari loturiko aktibitateei begirada irekitzeko aukera eta bere kudeaketa aktiboa bultzatzea.

Puntu Kritikoa + Euskarria.- Eskualdeko hiriburutza ematen duena hiri-terziarioa da - Eskualdeko Hiriburutza Gaur = Udalerrri irekia eta erakargarria. Gaur egun, eskualde-hiriburutza, inguruko herriak erakartzeko espazio gisa ulertuta, ez du industriak esleitzen, edo ez behintzat industriak soilik. Herritarren gustuen etengabeko bilakaera bizi dugu, exijentzia handiagoko erosle bihurtzeranzko bilakaera, non kontsumoak patroiz emozionalei erantzun behar dien eta ez soilik funtzionalei, non aisialdiak, entretenimenduak eta kulturak geroz eta pisu handiagoa duten, non herritarrek hiri-eremu hobeak eta kalitatezkoak bilatzen dituzten bai bizitzeko, baita erosketak egiteko, gozatzeko ...; honela, hiri-eremuaren kalitateak zein hirugarren sektorearen eskaintza dibertsitate eta kalitateak “erakargarritasun faktore” bezala jokatzen dute.

Eskualde-hiriburutzak, gaur egun, hiri-terziario erakargarri eta anitza duela adierazten du; gertutasunezko zerbitzuekin, hiritar irekiekin, berrikuntza sozialarekin eta esperientzien gozamenarekin.

Euskarria.- Hiri-tertzarioa aukera gisa. “Arrasaterako eredu Tertzario” baten ... Arrasate, udalerrri industrial da eta, epe labur eta ertainean, izaten jarraituko du ziurtasunez, ... deskribaturiko testuinguru sozioekonomiko berrian tertziarioak orainarte zuena baino leku esanguratsuago bat eskatzen du. Bilatzen den ereduari buruzko hausnarketa bat egitea eskatzen du eta publikoaren eta pribatuaren arteko kolaborazio batetarik lan egitea, eta baita jatorri publikoa duen lidergo baten beharra ere. Industriaren arloan ez bezala, tertziarioak izaera sakabanatua eta mikroenpresarioa duenez, bere hiri-dinamikekiko menpekotasunak zein espazio publiko beraren menpekotasunak Udaletxeak prozesua “gidatu” dezan behar du, prozesuaren garapen egokirako.

Erronka: Udal eredu industrial orokorraren barnean onartzea,

- Bizi kalitatearen bilaketak zein bizilagunen kohesio sozial propioak eta baita udalaren eskualdeko hiriburutzaren rola ere, **eskatzen dute hiri-tertzario sendoago baten eraikuntza.**
- Zeregin honek publiko eta pribatuaren arteko kolaborazio baten alde apustu egitea eskatzen du eta baita lidergotza publiko batena ere, eta zerbitzu-enpresen konpromiso aktibo bat.

✓ **EREDU TERTZIARIOA ETA LURRALDEA: Arrasateren posizionamendua “berrinterpretatzeko” beharra**

Euskarriak + Puntu Kritikoa.- Eredu Tertziario tradizionala eta lurraldea: EAEko erdigunean kokaturik egoteak (Gasteiztik 36km/ 29 min; Bilbotik 70km/ 47 min; Donostiatik 70km/ 50min; “inongo erdigunean” elkarriketaturikoetako baten hitzetan) historikoki independentziazko lurralde-logika bat izatea esleitu dio Arrasateri (kapitaletarantz zuzentzen den gastu-ihesaren azpian) eta udalaren urrunez urruneko inguruan zuen presentzia indartzen zuen (Debagoienan). Hala ere, garraibide hobekak eta populazio mugikorrako baten testuinguruan; komertzio elektronikoaren goranzko dinamika batekin, **lurralde -eredu “autozentralizatu” eta influentzia “automatikoa edo emana” zuena inguruko herriekiko, ahultzen joan da.**

Hain zuzen ere, udalaren potentzia eta garapen industrialaz haratago, azken hamarraldian Arrasate biztanleria galtzen joan da geldialdi batera heldu arte (1996.urtean zituen 24.500 biztanleetatik, gaur egungo 22.000 biztanleetara); bere eskualdeko inguruan zuen erakargarritasun gaitasuna galtzen doan heinean. Eta etorkizunari begira, tendentzia sozialek eta kontsumoak aurreratzen dute, esan bezala, portaera hau nabarmenagoa bihurtu daitekeela.

Euskarria.- Eskualde-bezeroaren kudeaketa aktiboa.- Testuinguru honetan azken bi hamarkadetan, eskualdeko kontsumitzaileak erakartzeko botereak, **hiri-estrategia eta kudeaketa aktibo** baten beharra duenaren ideia gogortzen joan da. Soilik lidergotza publikoa eta hiri-ekonomiaren aldeko udal apustuak abiapuntutzat hartuz lortuko da Arrasateren eskualde-hiriburu rola indartzea, publiko eta pribatuaren arteko lankidetzeta eta tertziarioaren konpromisoarekin lehiakortasuna zein berrikuntza enpresarialaren inguruan.

Euskarria.- Turismoaren inguruan lan egituratua lurralde-begirada ireki batekin: Gaur egun, Europa Iberiar penintsularekin lotzen duen garraio-ardatzean kokaturik egoteak, zein hiriburu eta hiriburuaren zonalde metropolitarrarekin (Bilbo Handia eta Donostialdea) lotura egokiak izateak, turismoa, bere osotasunean ulertua (turisten eta eguneko txangozaleen bisitak barneratuz) aukera erreal eta lorgarri bat bezala agertzen da, bere garapenerako lan zehatz bat eskatzen duena. Aukera berri bat izango litzateke, Arrasateri potentzial osagarri bat eskainiko liokeena. **Potentzial hau, gainera, finkatua dago bai balio propio eta ez ustiatuetan (ekonomia kolaboratzailearen erreferente mundiala, Erdi Aroko erdigunea, ingurune naturala, etab.) zein eskualdeko balioak kapitalizatzeke aukeran ere.**

Erronka nagusiak: Bere lurralde-posizionamendua berrinterpretatzea Hiri-Tertziarioa gaketzat hartuz, honakoa izango duen eredu,

- a) **ESKUALDERANTZ AKTIBOKI IREKIA:** hiri eremu erakargarri bat bultzatuz, hiriburuaren eskaintza komertzial eta zerbitzuekin... Debagoiena osotik datorren bertako bezeroarentzat.
- b) **TURISTA ETA TXANGOZALEEI AKTIBOKI IREKIA:** Donostia, Bilbo eta Gasteizko turistentzat, Euskadi norako bakar baten gisa ulertua; eta Donostialdea eta Donostia Baionako ardatzeko bizilagunentzat zentzu zabalean ulertua; baita Bilboko gunen metropolitarraren bizilagunentzat ere.

✓ Eskaria: "KALA" KLASIKOAK OPTIMIZATZEKO ETA HIRUGARREN SEKTOREAN MERKATU (TURISMOA) BERRIAK BILATZEKO BEHARRA

Puntu Kritikoa.- Ihes komertzialaren balantzearen eta bezero-erakartzearen beherakada hiri-komertzioaren osotasunerako. Arrasateko hirigunea gastu hiesaren mailakako goranzkoa erakusten duen dinamika bat bizitzen ari da (+8 puntu 2010ekoari dagokionez); aldi berean, eskualdetik erakartzen duen gastuaren ahultze prozesua (-1 puntu). Hirigunetik kanpoko Hiperrak gastu-ihes polo moduan jokatzeko duen Arrasateko bizilagunentzat eta barrera efektua sortzen du kanpotik, eskualdetik, datozen bezeroentzat; hiriguneko barne motor erakargarrien gabeziak eta Arrasateren eskualdeko hiriburutzaren mailakako galerak gaintitu beharreko zailtasunak dira, baina gainera...

Puntu Kritikoa.- Krisi ekonomikoa eta gastu tartaren murrizketa. Azken 7 urteetan euskal kontsumitzaileen merkataritza-gastua %12 murriztu da, eta are gehiago arlo zehatz batzuetan, hala nola etxeko gauzen alorrean %35 inguruko beherakadarekin eta ekipamendu pertsonalean – arropa, oinetakoak... - %20 baino gehiagon murriztuz. Badirudi gastuaren uzku hori denboran luzatu egingo dela, eta, horiek horrela, are gehiago murriztuko dela ohiko merkatarien artean banatzen den familiaen aurrekontuaren tarta.

Puntu Kritikoa.- On line merkataritza. Urte luzez abian jarriko dela iragartzen ibili ondoren, merkataritza elektronikoa gure artean dago. Belaunaldi berrien eta gizarte-sareen bultzadaz baliatuta, azken hiru urteetan salmentak hazkunde itzela izan du eta beste kolpe bat eragin dio aurretiaz ere egoera onean ez zebilen merkataritza tradizionalari. Gaur egun batez ere 40 urtetik beherako artean finkatuta badago ere, datozen urteetan herritar guztiengana zabalduko da, biztanleriaren piramidea berritzen den heinean.

Puntu Kritikoa.- Gustuen eraldaketa progresiboa eta populazio gaztearen ohiturak goranzko norabidea duen ihes bide bat txertatu du, bai online bidetik (gorantz doan eta Arrasateko hirigunetik ateratzen den gastu-ihesbidea) eta baita Gasteiz, Donostia... antzeko hiriekiko eskaintzaren aldeko gustuagatik ere (Arrasatek ez daukanagatik erakartzen duena)... eta guzti honek suposatzen du eta suposatuko du ere, gastu ihes handiago bat bizilagun gazteen partetik eta, aldi berean, eskualdeko gazteen gastua erakartzeko zailtasun handiago bat.

Erronkak: testuinguru konplexu honetan bezerorik ez dago soberan. Gertutasuna eta fidelizazio aktiboa udaleko eta eskualdeko bezeroekiko (estrategia defentsiboa) + salmentarako "kala" berrien bilaketa (estrategia ofentsiboa: turismoa, zentzu zabalean, aukera gisa).

✓ **Eskaintza: TERTZIARIOAREN ESKAINTZA ESANGURATSUA DA, NAHIZ ETA GAINBEHERAN DAGOEN... TRINKOTU, BATERATU ETA OPTIMIZATZEKO BEHARRA DAGO UDAL MERKATU MAILAN LEHIATU AHAL IZATEKO**

Puntu Kritikoa.- Eredu komertzial bat, “kanpoko” eguneroko ondasunekin: Arrasatek bere eguneroko ondasunen eskariaren gehiengoaren asetzea kanpoko ekipamendu berezien bidez gauzatzen du. Nagusiki Eroski-Musakola, lehen foku tradizionalaren bidez, eta 2016.urtearen amaieratik BM (1400 metro karratu) zein Lidln bitartez, lehen Joma zen eraikina eta hirigunetik gertuagoko kokaturik dagoena. (Dena den, BM-k bere kokapena mantenduko du, San Andres, eta Lidl-ek Mugarrietako supermerkatua itxiko du).

Puntu Kritikoa+ Euskarria.- Azken 7 urteetan parke komertzialaren beheranzko joera jarraitua izan da, honek hirugarren sektorearen erakargarritasuna eta masa kritikoaren murrizketa eragiten du. Gainbehera egoera iraunkorra izan arren, eskualdeko hirugarren sektorearen kontzentrazio garrantzitsuena suposatzen jarraitzen du, eta ildo honetan masa kritiko nahikoa mantentzen du eta baita eskaintza maila duin bat, kalitatea zein dibertsitatearen ikuspegietatik, eskualdeko hiriburutza elementua hiri-ekonomia izan dadin.

Puntu Kritikoa.- Ostalaritza: kohesio urria eta erreferente edo proiektzioa duten izenen gabezia. Arrasateko ostalaritzaren bereizgarri gisa: kohesio maila baxua (elkarteratze ahultasuna), komertzioarekiko hibridazio eskasa eta erreferente edo izenekoak diren eta erakartze zein lider gaitasunak dituztenen gabezia. Azken elementu hau, beharrezkoa eskaintza turistiko erakargarri bat ehuntzeko.

Euskarria.- Udalerrri industrial batean, errebindikatzeko eta duintzeko gogo duen hirugarren sektore bat. Betidanik sektore industrialaren itzalpean egon den, eta egungo testuinguru ekonomiko zail eta ahuldu honetan, hirugarren sektorea- progresio motel baina jarraituan-, hiri-ekonomiaren enpresa ehuna errebindikatzen ari da eta zentralitate edo protagonismoa handiago baten bila dabil, udalaren garapenaren esparruan bisibilitate handiagoa izateko.

Euskarria- Optimizatzeko dagoen ekipamendu kultural eta ludiko maila handia. Arrasatek eskualdearekiko duen botere ekonomiko eta biztanleria-tamaina erlatiboarekin, eskaintza ludiko-kultural esanguratsua garatu du. Dena den, eskaintza maila honek bere hiritarren potentziala gainditzen duenez, eskualdeko eskaintza kultural zein ludiko gisa zabaltzeko aukera ematen du. Horretarako, beharrezkoa litzateke eskualde osorantz zuzenduriko eskaintza baten aldeko apustu argi bat egitea eta baita kudeaketa aktibo bat zein gogo handikoa eta gertukoa gauzatzea publiko honekiko.

Euskarria.- Ekonomia kooperatiboa Arrasateren baliabide turistiko desberdindua, oraindik erabili gabea: Munduan zehar gutxi dira, maila demografiko honetan, Arrasatek duen altxor bereizgarria bezalakorik dutenik, hau da, lankidetzaren ekonomia inguruko bereizgarri sendo propio hau dutenik. Euskal mugimendu kooperatiboaren jaioterria da; eta baita esperientzia bitxi bat, unibertso sozial eta ekonomiko propio bat sortzeko gai dena, non maila jarraituan eta industriaren oinarrien gainean, finantzak zein enpresa-zerbitzuak, hezkuntza eta ezagutzak bere hartu edo integratu dituen; Mondragon korporazioak udalaren biztanleria okupatuaren erdia baino gehiagori ematen dio lan eta ia bost kontinenteetan du presentzia. Ideian honen erabilera baliabide turistiko gisa oraindik ustiatu gabe dagoenez, Arrasateko udalak gordetzen duen baliabide estrategiko itzela suposatzen du.

Euskarria.- MONDRAGON marka ospe eta potentzial handikoa: aipaturakoaren ildo beretik, MONDRAGON markak balio bat suposatzen du, dagoeneko eraikita dagoen jaurtiketarako arrapala bat izango balitz bezala, kanpo nabarmentasun maila altuak ziurtatzen dituena eta baita erakargarritasun potentzial bat udalak bide honegatik apustu egiten badu. Bide bat, non bere hasteko momentua heldu den, testuinguru ekonomiko eta sozialaren eraldaketa dela eta, baita lehen aipaturiko lurraldearen berrinterpretazioagatik zein udalaren hirugarren sektorearen ahultze jarraituak bultzatuta.

Euskarria+ Puntu Kritikoa.- Azoka eta ekitaldi ugari, baina ikuspegi integral bat eta kudeaketa sinergiko baten falta dago: udalak ekintza ludiko eta festa-giroko ekintzen programa esanguratsu bat du, festen tradizioak zein hiritarren dinamismo kulturalak eta elkarrekin ekinak, Ibai-Arteak bideratua, garatzen diren ekintzekin. Dena den, eskaintzaren ikuspegi integratu baten beharra dago, eta baita eskaintza honen balorazio bat hiri-ekonomiarekiko sinergien arloetan, egutegia ezartzerako garaian eta denboran zeharreko oreka bat ezartzean, ekintzen arteko sinergia operatiboak falta dira.

Puntu Kritikoa.- Gaur egungo komertzio-ostalaritzaren arazo klasikoak: Belaunaldien arteko erreleboa (adin altuko sektorea); teknologia berrien eta kudeaketa metodo profesionalizatuen inguruan lehiakortasun defizita; dinamika kolektiboen inguruan mobilizazio eskasak, etab.

Puntu Kritikoa.- Merkatuak- barne-motor komertzialen gabezia: Jada badira urte batzuk, Arrasateko azoka egoera prekarioan aurkitzen dela eta ez du konponbide eraginkorrik topatzen; aldi berean asteroko merkatuak, animazio elementu esanguratsua den honetan, ez da gai ere antzeko merkatu erreferenteek duten maila edo nabarmentasuna lortzeko. (Merkatarien %37,4ak dio, argi eta garbi, merkatua egoteak ongi egiten diela). Guzti honekin, hiriko barne motor komertzialen gabeziak zentralitatea sortzea eta animazio komertziala izatea zailtzen du.

Erronkak:

a) Hirugarren sektorearen lan kolektiboa:

Hiri ekonomiaren segmentu ezberdinen sentsibilitateek eta praktikek dituzten zuzkidurak betetzea (merkatariak, ostalariak, kultura, turismoa, festak, etab.), honela beraien arteko hibridazioa ahalbidetuko litzateke eta baita talde guzti honek, udal eskaintza tertziario bakar bat osatzen dutenaren kontzientzia hartuko litzateke, beste udalerrietako kontsumitzaileak erakartzerako garaian trakzio foku bateratu bat bezala.

Hiri eskaintza tertziario integratu bat eratzearen kontzientzia: Arrasateko hirugarren sektorea eta bere atributuak (DNA industrialala hiri gune dinamiko eta kalitateduna) kontsumitzaileengana zuzendutako lurralde gaitasunen marko batean.

b) Sektoreka bereizitako lana:

Sentsibilizazio, modernizazio eta lehiakortasuna hobetzeko ekintzak sustatzea eskaintzaren talde bakoitzean (merkataritzan, ostalaritzan-turismoa, kultura) Arrasateko hiri-hirugarren sektorea modernizatu eta bultzada emateko. Tertziarioak subsektore bakoitzean enpresa- eta lehiakortasun-marko zehatz bat finkatzen du, eta honela udalaren eredu ekonomiko eta sozialean espazio zentralago bat hartzen doa.

c) Bere eraldaketarako babes eta lidergotza publikoa:

Aurrez azaldutako aukeren optimizazioak eta zehazturiko ahulezien estaltzeak, ikuspegi elkarbanatu baten beharra du errektore munizipalekin eta lidergotza publiko batekin zein udal ekimenarekin, bere eraldaketa prozesurako.

✓ **Hiri-eremua: JOKALEKU DESBERDIN ETA ERAKARGARRIA, KONPONBIDE KONPLEXUAK ETA "MAILAKAKO" ERANTZUNAK BEHAR DITUZTEN ARAZOEKIN**

Euskarria.- Hiri ekosistema komertzial desberdindu baten abantaila (oinezkoentzako gunehistorikoa): Arrasateko gunehistorikoa komertzial zentrala Erdi Aroko itxura mantentzen duen eta oinezkoentzako den espazio batez osatua dago (almendra) eta bere urrenez urreneko inguruez, bi ardatz nagusiz bilduak Garibai eta Otalora. Kalitatezko hiri gunehistorikoa bat suposatzen dute, tipikotasunez eta erakargarritasunez betea, hiri komertzioaren gehiengo mantendu duena. Desberdintze balio bat dat, erakargarria suertatu daitekeena bezero lokal zein eskualdeko bezeroentzat, eta baita profil turistikoa bat duten eta kanpotik datozen bisitari taldeentzat ere.

Balio desberdingarri hau, berau erakargarria, eta bestalde, arazo eta desadostasun iturria da.

Puntu Kritikoa.- Lokal hutsak eta PERI araudia: Gunehistorikoen modu orokorrean bezala, Arrasateren kasuan...:

- lokal hutsen arazoak (ugariak, eta zehazki eremu eta gunehistorikoko zonaldeetan fokalizatuak) testuinguruan eragiten dute, giro edo klima komertziala hotzagoa bilakatuz;
- eta hainbat eraikitzen berreraikitze mailakatuaren beharra

guztionez gehigarri gisa, PERI araudiak, udalaren balio historikoa babesteko nahiaren barnean, hainbat zehaztasun jasotzen ditu eraikinen baxuen fatxaden inguruan, zeinek praktikan: erakusleho zabal eta erakargarritasun komertzialdunak eraikitzerako garaian traba handiak jartzen ditu; eta aldi berean lokalen integrazio, espazio zabalagoak lortzeko, zailtzen du.

Dinamika honek lokal hutsak negozio berrien bidez okupatuak izatea asko zailtzen du eta modu berdinean jardura komertzialen eskualdatzea ere; zeren araudira egokitzera behartzen du, egokitzapen lan konplexu eta gastu garrantzitsukoak egitearen beharra ezarriz. Egoera hau, etxebizitzaren narradurarekin batera, epe luzerantz gunehistorikoa ezinbesteko pulstua galtzera daraman egoera baten ereitea suposatzen du, etxebizitzaren okupatzea talde marjinalen eskuetan geratzea, koste baxuek bultzatuta; eta baita nabardura jarraitu baten espiral baten sorrera.

Gai hau, sektoretik datozen protesten iturri eta etengabeko errebindikazioen jatorria da, duela urte batzuk geroztik; gainera eztabaiden polarizazioa izatearen mehatxua suposatzen du eta baita udaletxe-sektorearen arteko harremanena arrotzagoa bihurtzearen arrazoa.

Puntu Kritikoa + Euskarria.- Azoka bizitza komertzialerako eremu gisa. Merkatuak, urte batzuk geroztik, nabardura egoera bat bizi du, eta ez du konponbide onargarririk topatzen. Bere egungo kokalekuaren aurrean aukera bideragarrien gabezia dagoenez, beharrezkoa bihurtzen da egungo azokaren berregokitzapen eta berreraikitzea, elikadura eskaintza eta higienarako eskaintza txertatuz, erdiguneko espazioa gune zentral eta polaritadedun komertzialekoa bilakatzuz.

Puntu Kritikoa+ Euskarria.- Erabilerarik gabeko ekipamendu potentzialdunak: Azokari buruzko eztabaidaren osagarri gisa, eta hiri motor zentralen gabeziarekin, zenbait aisialdirako eraikin eta ekipamenduek, esaterako zine zaharra, baliabide potentzial bat suposatzen duten ekipamendu komertziala berrindartzeko garaian; baliabide hauek etengabeko zaintza exijitzen dute, erabilera tertziarioak gailenduz gainontzeko erabilera posibleez gain.

P.C.+P.A.- Erdigunean aparkamendua oztopoa da: Erdiguneko aparkalekuak Biteriko parkinga eta TAO gune mugatuaren inguruan biltzen da. Hainbat gorabehera eta egoerek eragin dute Biteriko parkingaren optimizazioa eskasa izatea (parkingeko arduradunekin elkarlanean kudeatzeko moduak topatzeko aukera) eta baita sektorearen ikuspegitik egungo TAO sistemaren aparkalekuak urriak izatea. Dena den, etorkizunera begira merkataritzaren apustu gisa eta gune historikoaren erakargarri bezala, beharrezkoak dira Erdigune merkatariaaren aparkalekuen hobekuntza eta optimizazio lanak.

Aurrekoaren osagarri moduan, nabarmendu behar da trafikoaren egiturak ere zirkulazio luzeak suposatzen dituela hainbat guneetan; hau merkataritza sektorearen ikuspegitik, eta aparkalekuaren arazoarekin batera, erdigune komertzialera gerturatzeko oztopo elementu gisa ikusten da.

Kezka hauek, aldi berean, hiri proiektu berri posibleetan txertatu beharko liratekeen elementuak dira (ibaiaren berreskurapenak aparkaleku plazen galera suposatzen du).

Puntu Kritikoa + Euskarriak- Garibai-Biteri eremua: erdigune efektiborako pasabide puntua: Zirkulazio mugatua duen Garibaiko tartea eta bita Biteriko parkingaren gainean urkitzen den espazioak eta gune historikoranzko sarrera puntu denak, zentralitate bereizgarri bat hartzen dute Arrasateko espazioan. Hala ere, bere egiturak pasurako gune batean bilakatzen dute espazio zentral bat suposatzearen orde. Bestalde, parkingaren gaineko eraikuntza egiturak ekintza askoren gauzatzea ezinarazten edo mugatzen dute, pisu handiko kargen instalazioa suposatzen duten kasuetan.

Euskarria.- Soluzio zehatzak aspektu konkretuentzat eta begirada osagarria auzo desberdinetako foku-bero komertzialentzat:

Hiri espazioaren “elementu nagusiez” haratago, PERCO programak lanerako marku bat eskintzen du, egokia dena ekintza txiki askoren inguruan hausnartzeko-zenbait oinezkoentzako kale, hiriko seinale horizontal eta bertikalak, argia, etab.-hainbat ardatzen berrindartzea eta merkataritza zien hiri ekonomiarentza egokia den hiri klima baten berrindartzea suspertuko dituenak.

Erronkak: Hiri- zein ibilgarritasun planen barnean hiri-ekonomiaren ikuspegia txertatzea, politikahoriek eraldatu eta aberasteko (influentzia estrukturala) eta proiektu eraldatzailleak dinamizatu eta bideragarri bilakatzeko.

✓ **Lan egiturak eta ekintza-dinamikak: EGITURAK ETA EKINTZA-DINAMIKAK INDARTZEA ARRASATEKO-MERKATARITZA ETA TURISMO GARAPENERAKO KONFIANTZA-MARKO BATEAN ETA LANKIDETZA PUBLIKO-PRIBATUA BERRITUAGO ETA AKTIBOAGOAREKIN**

Euskarria + Puntu Kritikoa.- Merkatarien elkartearen lan dinamika jarraitua: esperientzia eta ezagutza kopuru handiko motxilarekin; marko baten barruan, egon arren, beharrezkoa da...

- elkartearen zuzendaritza taldearen eta implikaturiko merkatarik mugatuen inguru batean hausnarketa eta konpromesua zabaltzea, elkarteratze ehun osorantz eta baita sektorearen osotasunerantz;
- lanerako planteamenduak eguneratzea eta modu mailakatuan berritzea, eta baita elkartzeko etapa barriak irekitzea ere;
- udal administrazioarekiko kolaboraziorako testuingurua berritu eta indartzea.

Eta guzti hau, belaunaldien arteko erreleboaren behar nabarmena dagoen marko batean, bai belaunaldien arteko mailan eta baita sektorearen elkarteratze mailan ere.

Euskarria + Puntu Kritikoa.- Garapen ekonomikoaren arloan udalaren lanaren sendotzea eta zabalkuntza. Enpleguren arloko esku-hartzeaz haratago, garapen ekonomikoa lanerako eremu bat izan da, zein, zati handi batean, udaletxearen partetik bere kudeaketa Debagoienako Mankomunitateari utzia izan den tradizionalki.

Esperientziak eta egungo testuinguru ekonomiak argi lagatzen dute, eskualdeko agentziak eginiko lanak ez duela udaletxearen betebeharra ordezkatzeko; mankomunitatearen ekintzen optimizaziorako, beharrezkoa da **berezko baliabideak bideratzea eta/edo berrindartzea eta baita udaletik atal honekiko apustu bat egitea ere**. Zehazki hiri tertziarioaren arloan- **Merkataritza, Turismoa eta Hiri Zerbitzu Komertzialak**- non udal apustuak eskualde mailako banakako zehaztapenekin eta aktore bakoitzaren interes konkretuekin oztopo egiten duen.

Euskarria.- Kultura zein aisialdiko eta animazioko ekintzen barneratzea hiri-garapenaren kezken markoan. Kultura, aisia eta festen... arloan hibridaziorako elementu gisa, hiri-ekonomiaren kudeaketa kooridantua eta integrala txertatzearen beharra.

Euskarria.- Hiritarren dinamika aberats eta aktiboa arlo soziokulturalean, elikatu eta optimizatu beharrekoa (elkarte kultural eta hiritarrak).

Erronkak:

- Egungo baliabide eta esfortzuen indartzea udal alor publikoan, garapen ekonomikorako eta hain zuzen ere hiri-ekonomiaren garapenerako...
- Elkarteen ehun komertzialaren arloko berrikuntza-elkareratzeko ereduak...
- Jada beste herrialdeetan erabiltzen diren formula aurrendari eta berritzaileen bidez (BIDak) publikoaren eta pribatuaren arteko kolaborazio marko aberatsago eta potentzial handiagoko bat sortzea; aurreratze mailakatu, hausnartu eta zuhurtu baten markoan.

Laburpen gisa:

Eginiko hausnarketa honek erakusten du:

- Nahiz eta Arrasateko indargurune tradizionala industria izan, progresiboki, handitzen doan **BEHAR** bat dagoela **TERTZIARIOARI ZENTRALITATE HANDIAGO BAT** esleitu behar zaio **UDALERRIKO HIRI-GARAPENAREN EREDUAN instrumentu** baten gisa
 - Arrasateren eskualdeko hiriburutzaren rola sendotzerako
 - Bizilagunen bizi kalitatea bermatzeko eta hobetzeko
 - Eta enplegu- zein balio- sortzaile diren iturrien dibertsifikaziorako
- **MINIMOEN KOINTZIDENTZIAK** daude (minimoen potentziala) honela, itxaropen faltsurik gabe eta Arrasateren tertziarioaren potentzial efektiboaren kontzientziatik (Komertzioa, Turismoa eta hiri zerbitzu orokorrak), borroka bat hasi daiteke hiri-terziarioaren ahultzea gelditzeko, udalerriko ekonomiarentzat zentralitatea irabazteko eta honek eskualdean duen rola balio berristeko.
- eta bere gauzatzerako ezinbestekoa da **UDALAREN APOSTUA ETA SEKTOREAREN KONPROMESUA**.
 - { ...merkataritza eta turismoa-aisialdia-kultura barneratzen dituen hiri ekonomiaren estrategia bat eta baliozko beste zerbitzuak bideragarriak izan daitezten
 - { ...eta publiko eta pribatuaren arteko lankidetzak ahalbidetuko duten egitura publiko pribatuez hornitzea

Azken finean, **etorkizuneko "UDAL EREDU" baten oinarriak** "elkarbanatzean" datza, tertziarioa bertan birkokatuz.

3.- Planerako oinarriak

Aurreko atalean aurkeztutako Diagnostikorako elementuez gain, epigrafe honek, Planaren eraikitze prozesurako Oinarri gisa, Arrasateko eredu tertziarioaren lehen hausnarketa bat erakusten du; ekintza ardatzak edo oinarrizko proiektua bere eraikuntzarako; eta baita, udalaren hiri-ekonomiaren aktore desberdinen hausnarketa prozesuaren emaitzak ere.

- ✓ **Merkataritza eredu “irekia” lurraldeari erreparatuz, hirugarren sektorearen ekintza ezberdinen “integratzailea”; eta udal lidergotza zein publiko eta pribatuaren kolaboraziotik “aktiboa” dena.**

Arrasatek, bere biztanleriaren dimentsioa dela eta, zailtasun handiz garatu dezake hiri erdigune bat “gaurko” eskaintza tertziarioarekin- erakargarria, askotarikoa eta kalitatezkoa- modu “autozentratu eta itxian”. Eskualde-hiriburutzaren rola mantentzea, bizilagunen bizi kalitatea bermatzea eta dinamismoa zein hiri-guneen bizitasuna zihurtatzea...

Eskariari lurraldeko ikuspegiaren irekiera eskatzen du...

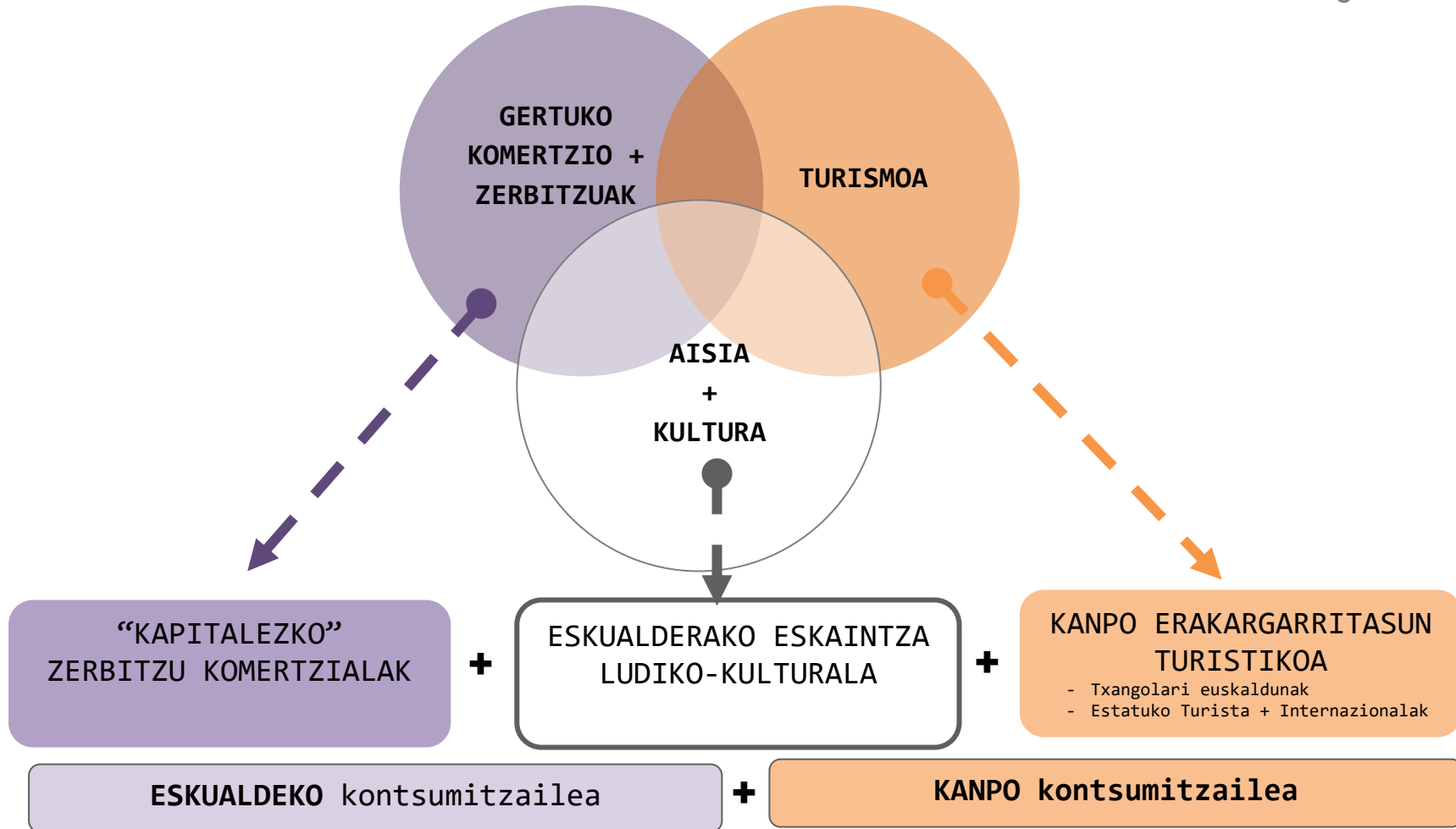
- { **eskualdeko gainontzeko bizilagunekiko...** merkataritza, kultura, aisia eta gertutasuneko merkataritza zerbituzetan; Debagoienako bizilagunentzako hiriburu komertzial eta tertziario gisa birposizionatuz.
- { **Turista eta eguneko txangozalearekiko...**
 - Euskadi-Basque Country destinu bakar gisa- edozein hiriburuk edo zonaldek erakarritako turistak, Arrasateren zentralitate geografikoa eta komunikazioekin duen lotura EAEko mapak ahalbidetua;
 - Arrasateren erakargarritasun propio eta bereizgarria- mundu mailan ekonomia kolaboratzailearen erreferente-izan ere, honek duen potentzialak eta izaera desberdinak esanguratsua da esperientzi-ikuspegi batetatik; eta udalak Europa penintsularekin lotzen duen komunikabideen ardatzean duen kokapen zentralak lagunduta.

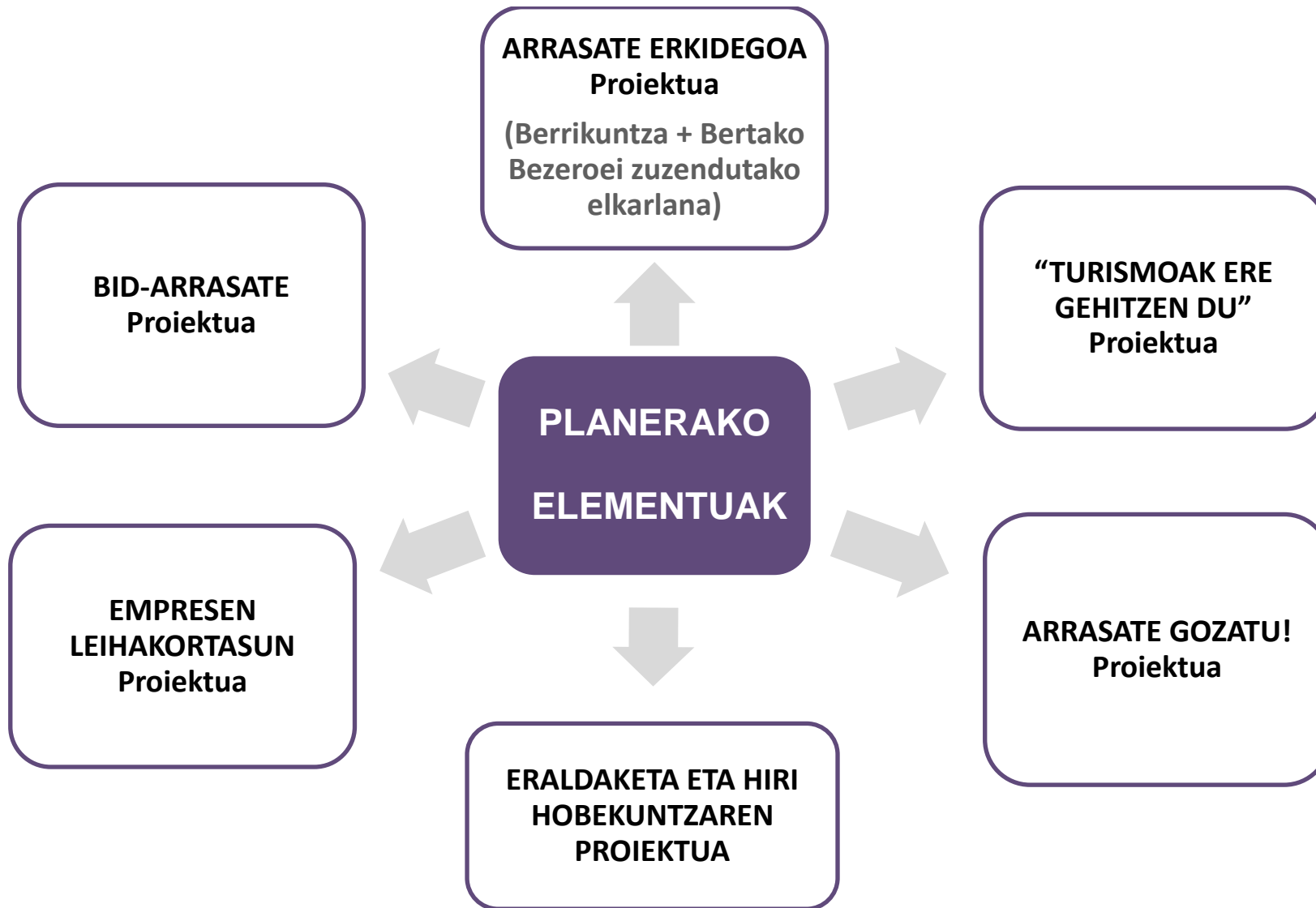
“Hibridazioa” behar du, eskaintza aberats eta erakargarri batean modu koordinatuan bateratzea... merkataritza, kultura, aisia, ostalaritza eta jatetxeak, gertutasuneko zerbitzuak, hiriko hirugarren sektorearen askotariko eskaintza batengatiko apustua, non eskaintza hauen elkartzeak indargune faktorea suposatuko duen (eskualdeko bizilagunen bizi kalitatea eta kanpotik datozen bisitarientzat esperientzia turistikoa).

“Modu proaktiboan jokatzearen” beharra. Udalaren indargune industrialean sustengatutako hiri tertziarioaren udal apustua lidertzeko apustua. Ekintza honek ez ditu soilik baliabide propioak eskatzen (udal baliabideak eta sektoreko dinamikekiko lankidetzak), baizik eta, beharrezkoagoak dira, kultura aldaketa eta udala ulertzeko zein sektori atomizatu eta mikroenprekin publiko eta pribatuaren arteko lankidetzak gidatzeko moduaren haustura bat

ARRASATE:

ESKUALDE-HIRIBURUTZAREN EREDU TERTZIARIOA: Hiri-ekonomiaren eskaintza integratzailea





II. Atala: EZTABAIDA ETA PARTAIDETZA

Hona partaidetza-prozesuaren helburuak:

...Ikuspegia partekatu eta hobetzea + Ekintza-plana jorratzea.

Hona hemen horretarako egitura:

- a) Merkataritzako lan-taldea:** osaera Ibai-Arte-ren Zuzendaritza Batzordean oinarrituta:
Azaroaren 8an eta 15ean egin dira bilerak.
- b) Ostalaritza-Turismoa-Zerbitzuak lan-taldea:** osaera publikoa eta pribatua, Udalak Ibai-Arte-rekin batera zehaztuta.
Azaroaren 15ean egin da bilera.
- c) Udal Aurkezpenerako taldea:** Planaren aurkezpena partiduen komisiolari, azaroaren 30ean.
- d) Parte hartzeko beste modu batzuk:** foro weba + udal atal desberdinekin elkarrizketak (garapen ekonomikoa, hirigintza) eskualdeko garapen ekonomikorako agentzia (turismo), sektoreko agenteak, merkatariei zuzendutako eskuestek eta kontsumitzaileei zuzendutako galdeketak, etab.

PARTE-HARTZE PROZESUAREN EMAITZAK

DIAGNOSTIKORAKO ELEMENTUAK

- 1 **CLIENTELA LOCAL y EQUIPAMIENTOS PERIFÉRICOS/**
LEKUKO BEZEROAK ETA EKIPAMENDU PERIFERIKOAK
- 2 **CLIENTELA CLÁSICA COMARCAL /**
ESKUALDEKO OHIKO BEZEROAK
- 3 **PROBLEMÁTICAS DE ESPACIO URBANO /**
HIRI EREMU ARAZOAK
- 4 **EVENTOS Y FERIAS DE ANIMACIÓN COMO APOYO /**
EKITALDIAK ETA ANIMAZIO AZOKAK EUSKARRI MODUAN
- 5 **CLIENTELA TURÍSTICA y OCIO; ¿Es oportunidad?/**
BEZERO TURISTIKOAK eta AISIALDIA; Aukerak al dira?
- 6 **TECNOLOGÍA Y COMPETITIVIDAD EN EL COMERCIO /**
TEKNOLOGIA ETA LEIHAKORTASUNA MERKATARITZAN
- 7 **COLABORACIÓN COMERCIO-HOSTELERÍA-CULTURA... /**
MERKATARITZA-OSTALARITZA-KULTURA... -EKIN ELKARLANA
- 8 **LOCALES VACÍOS /** *LOKAL HUTSAK*

| + | - |
|--|--|
| FUGA DE GASTO ESTABILIZADA/ <i>GASTU-IHESA EGONKORTUA</i> 2 | FUGA DE GASTO AL ALZA/ <i>GASTU-IHESA GORANTZKA</i> 16 |
| AL ALZA / GORANTZ 2 | A LA BAJA / BEHERANTZ 15 |
| SI/ BAI 16 | NO/ EZ 2 |
| SON SUFICIENTES/ NAHIKOAK DIRA 4 | SON ESCASAS/ESKASAK DIRA 12 |
| SI/ BAI 17 | NO/ EZ 1 |
| SERÁ DECISIVA A FUTURO/ <i>ERABAKIGARRIA ETORKIZUNEAN</i> 16 | NEUTRA – AFECTA POCO/ <i>NEUTRO-ERAGIN GUTXI</i> 2 |
| OPORTUNIDAD/ AUKERA 17 | DIFICIL/ ZAILA 1 |
| NO SON UN PROBLEMA/ EZ DA ARAZOA 0 | SON PROBLEMA/ ARAZO BAT DA 15 |

* 1 baloratu gabe

* 2 baloratu gabe

* 3 baloratu gabe

Diagnostikoaren elementuetan, planteaturiko gaiekiko adostasun maila oso altua izan da. Gehiengoaren hitzarmena dago honako puntu hauetan:

- Hiri-gunearekin alderatuz, periferian kokaturik dauden merkataritza ekipamendu handiek ohitura bezala ezarri dute beraien erabilera “gertutasuneko” merkataritza gisa, hala nola adin handiagoko segmentuetan ere; hori honela izanik, elikadura eta higienarako elementuen hornikuntza bertan egitea udalaren paisaiaren joera naturala da. Zentzu honetan bizilagunen gastu-ihesak gorakada leun baina jarraitua bizi izan du azken urteetan. Gainera, jada ikusgai den merkataritza elektronikoak egoera honen okertzea dakar.
- Arrasatera datorren eskualdeko bezero klasikoaren kopuruak urteak daramatza beheranzko norabidean. “Jada ez gara eskualdeko-hiriburu” zioen hausnarketa prozesuan parte hartu zuen merkatarietako batek. Tendentzia honek, zalantzarik gabe kontsumoaren eta eredu komertzialen joera orokorren eragina jaso arren, udalaren eredu ekonomikoarekin zerikusi zuzena du. Udaleko DNA industrial eta produkzio-enpresen potentzialarekin, ez du hirugarren sektorea balioa sor dezakeen elementu estrategiko izan daitekeenik hausnartu, ez dute lan egin inguruko udalerrien tertziarioa erakartzeko apustu baten alde ere.
- Arrasateko hiri espazio zentrala kalitatezkoa eta bereizia denaren kontzientzia egon arren, arazo zehatzak ikus daitezke nagusiki PERI araudiarekin gune-historikoan eta honek hainbat puntutan eragiten duen egoerarekin; aparkalekuak-TAO gune gutxi- eta barne zirkulazio luzeak; Biteri espazio zabala baina erabiltze zailtasun handikoa; azokari konponbidea emateko aukeren gabezia, eta orokorrean, barne motor baten gabezia.
- Animaziozko eta festarako ekintzek eztabaida txiki bat sortzen dute berain kopuru eta kalitatearen inguruan. Orokorrean, aipatu dute gehiago izatea gustatuko lietzailekela –gutxienez nabarmentasun handiko eta kanpoko bisitariak erakartzeko gai direnak-, bereziki aipatzen da analisi eta arrazionalizarioa ikuspegi eta kudeaketa integral baten bidez gauzatzea. Ekintzen kopurua handia da, baina ez daude koordinatuta ezta kudeatuta egutegi, ordutegi, etab. arloetan, sinergiak sortu ahal izateko, estazionalitatearekin amaitzeko etab. Merkataritza baten hitzak berreskuratuz: “orquestra zuzendaritza falta da”.

- Turismoa aukera garbi gisa ikusten da. Oraindik ustiatu gabe dauden baliabideak estrategia izan daitezkeenak aurkitu dira (ekonomia kolaboratzailea). Berauen ustiitze falta hirugarren sektoreko hiri zerbitzuengatik apustu trinko baten gabeziaren eta baita eredu industrial gailenduaren isla izan daiteke. Ardatz honetan, aisia eta kultura aukera gisa agertzen dira. Aisi- eta kultura- eskaintzaren bidez udalaren animazioa sustatzea erronka bat da, baina udalak dituen baliabideek eta ekipamenduek estrategia hau ahalbidetzen dute.
- Merkatari eta osatariak argi daukate teknologia eta lehiakortasuna etorkizunera begira erabakigarriak izango direla. Hala ere, ustea da merkataritza ez dagoela guztiz ondo prestatua datozen erronka berriei aurre egiteko. Ezagutzak eguneratu eta egokitzeko beharra dagoela ikusten dute, baina batzuetan gai hauekiko motibazioa eta sentsibilizazioa ez da egokiena izaten.
- Zentzu honetan, merkataritza, ostalaritza eta kulturaren arteko elkarlana ardatz garrantzitsu bezala identifikatzen da eta baita beharrezkoa dela sinergia eta lotura komertzialak sortzeko, nahiz eta batzuetan honen koordinazioa zaila den; modu honetan, hiri ekonomiaren dinamizazioa bultzatuko da eta bezero potentzialak erakarriko dira, bai bezero tradizionalak zein turistak. Dena den, merkatari eta ostalariak duten ikuspegi urrundua eta hauen egungo kohesio nahiz elkarlana bultzatzeko gaitasun eskasa, gainditu beharreko oztopoak direla identifikatu da.
- Azkenik, lokal hutsak merkatari eta ostalarientzat arazoa suposatzen dutela identifikatu da, parte harturiko pertsona guztien artean. Bereziki gune historikoan; non arazoaren zati bat PERI araudiarekin lotua dagoen eta exijentzia hauek sortzen duten betebeharrekin, batik bat merkataritza fatxaden murrizketarekin (elementu desinzentibatzailea).

PARTE-HARTZE PROZESUAREN EMAITZAK

EKINTZARAKO OINARRI POSIBLEAK

GARRANTZIA

1 gutxi – 3 handia

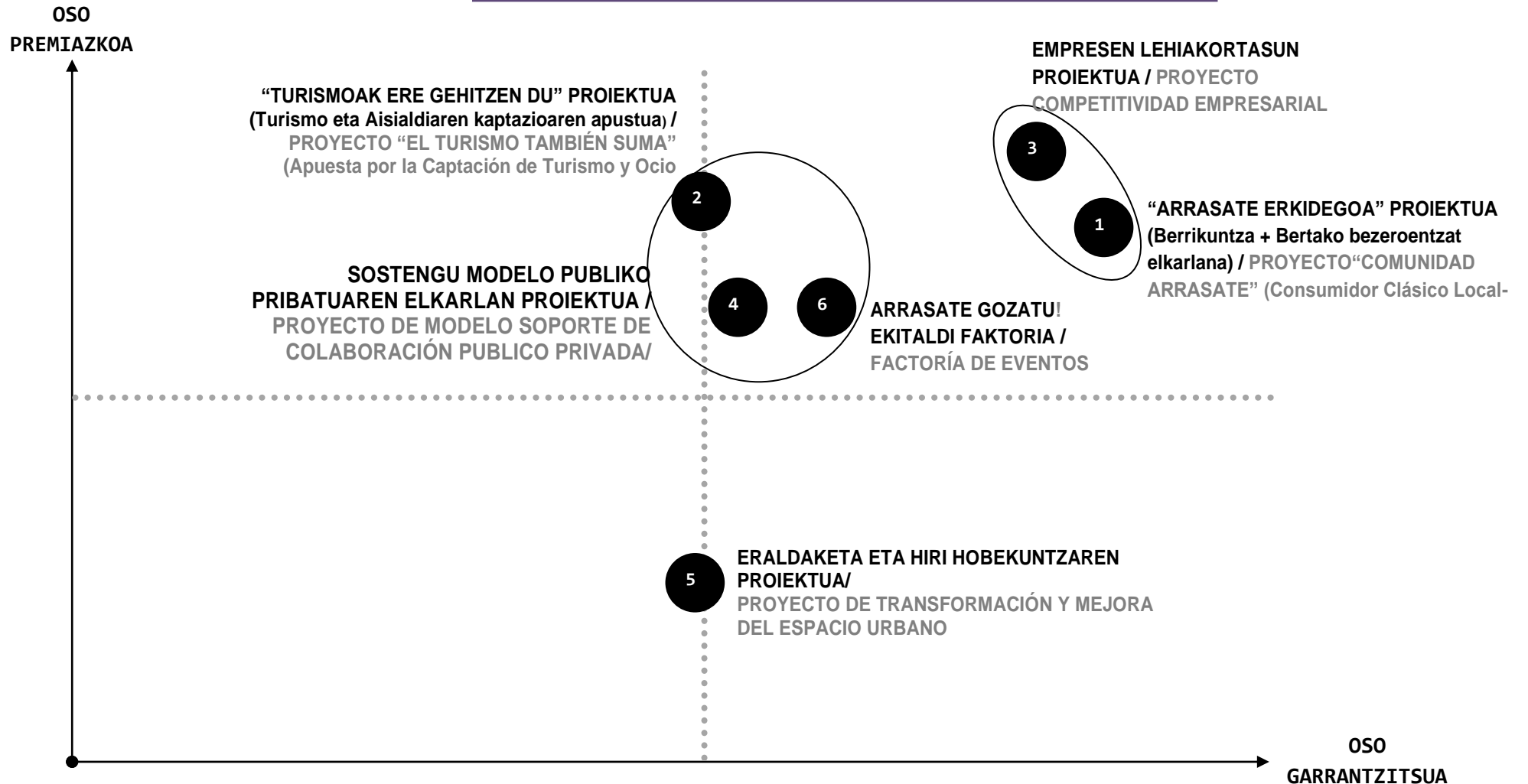
LARRITASUNA

1 txiki – 3 handia

| | | | |
|---|--|---------------------------------|---------------------------------|
| 1 | <p>PROYECTO “COMUNIDAD ARRASATE” (Consumidor Clásico Local-Comarcal) / “ARRASATE ERKIDEGO” PROIEKTUA (Ohiko-Eskualdeko Kontsumitzailea)</p> | <p>1 2 3 0 2 14</p> | <p>1 2 3 1 6 10</p> |
| 2 | <p>PROYECTO “EL TURISMO TAMBIÉN SUMA” (Apuesta por la Captación de Turismo y Ocio)/ “TURISMOAK ERE GEHITZEN DU” PROIEKTUA (Turismo eta Aisialdiaren kaptaziaren abustua)</p> | <p>1 2 3 1 4 9</p> | <p>1 2 3 2 4 9</p> |
| 3 | <p>PROYECTO COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL/ EMPRESEN LEHIAKORTASUN PROIEKTUA</p> | <p>1 2 3 0 5 10</p> | <p>1 2 3 1 4 9</p> |
| 4 | <p>PROYECTO DE MODELO SOPORTE DE COLABORACIÓN PUBLICO PRIVADA / PUBLIKO PRIBATUAREN ARTEKO LANKIDETZAREN KOORDINAZIO PROIEKTUA</p> | <p>1 2 3 0 6 10</p> | <p>1 2 3 - 9 6</p> |
| 5 | <p>PROYECTO DE TRANSFORMACIÓN Y MEJORA DEL ESPACIO URBANO / ERALDAKETA ETA HIRI HOBEKUNTZAREN PROIEKTUA</p> | <p>1 2 3 0 6 8</p> | <p>1 2 3 4 6 6</p> |
| 6 | <p>FACTORÍA DE EVENTOS / EKITALDI FAKTORIA</p> | <p>1 2 3 0 5 11</p> | <p>1 2 3 1 7 6</p> |

PARTE-HARTZE PROZESUAREN EMAITZAK

Emaitza MATRIZA



ETORKIZUNeko PROIEKTUAK: AKTOREEN JARRERAK

- Merkatarien begirada- Elkartearen talde kudeatzailea- azken urteotako landuriko begirada bat da, hausnarketa prozesu baten barnean eta asoziazioaren ekimenen ildo berbera duena. Bestalde, ostalaritza sektorea ez dago hain kohesionatua ezta inplikaturik ere elkartearen gaitan eta orokorrean ikuspegi ez hain konpaktua eta formalizatua eskaintzen du; gai zehatzei buruzko bat bateko hausnarketa eta posizionamenduak sortzen dituena.
- Bi dira aktoreek- zehazki merkatariek- proiektu garrantzitsuen eta larritasun handiena dutenen artean identifikatu dituztenak: beraien bezero tradizionalarekin –bertako eta eskualdeko- zerikusia duena, **“Arrasate Erkidego” Proiektua**; eta beraien establezimenduen lehiakortasun hobekuntza beharrezkin zerikusia duena **“Enpresen Lehiakortasun” Proiektua** funtsezkoen artean. Lehenengo kasuan tokiko bezeroarekiko “fideltasun eta gertutasun” ideiak berreskuratzean datza eta Arrasateren eskualde-hiriburu rola berrindartzea. Bigarren kasuan, kontzientzia hartze kutsu nagusi bat dago, eraldaketaren bizkortasunari- nagusiki teknologiararen inguruan- eta baita prozesu horietatik kanpo geratzen bazara biziraupena geroz eta zailagoa izango dela ohartzeari buruz.
- **Hiri gunea**, eta lehen aipaturiko bere arazoak, garrantzitsu bezala hautematen dira; baina sektorearen balorazioan ikus dezakegu kontziente direla konponbide batzuk behar dituzten “denborez”- erroka esanguratsueni eragiten dietenak- ez direla berehalakoak; eraldatze apustu mailakatuak eta denbora luzean jarraituak behar dituztela; eta erdi-bideko konponbideak zein prozesuen barnekoak ezartzea beharko dutela. Zentzu honetan, hiri espazioari dagokionean sektorea “entreinatua” dagoela dirudi, hiria eraikitzeo dinamikan prozesu gisa ulertzean eta ez berehalakotasuna eta larrialditasuna eskatzen duten lobby-en jarrera hartuz.
- Bi errealitate hauen artean, turismoa, aisialdia eta kulturak (**Turismoak ere gehitzen du Proiektua** eta **Arrasate Gozatu Proiektua**) bezero kopuruan beherantz doan errealitate bat dinamizatzen lagunduko duten akziorako eremuaren elementu gisa identifikatu dira. Lehenengo kasuan, proiektu giltza dela ulertuz, kanpo bezeroengana heltzeko (bai kanpotik datozen turistak zein egunerako datozen EAEko bisitari edo txangozaleak). Bigarren kasua, ez soilik merkatarien animaziorantz bideraturiko proiektu bezala, baizik eta kulturara zentzu handiago batean zuzendua, bide hau tokiko bezeroak inplikatzeo giltza edo gakoa delarik.
- Turismoaren kasuan, sektoreak elementu honi hautematen dion potentziala oso esanguratsua da, ez soilik kanpo gastuaren erakargarritasunaren hobekuntza suposatuko duelako, baizik eta hirugarren sektoreari udalaren eredu ekonomikoan zentralitate eta nabarmentasun handiagoa ematen lagunduko dion elementu bat delako.
- BID proiektua, dena den, hiri tertziarioari garrantzia handiagoa emateko dimentsio formalizatzaile edo instituzional baten modura hautematen da. Itxaropen zurrak sortzen ditu, behar duen aldaketa paraleloen erritmoak direla eta (araudi fiskala, etab).

III. Atala:

PLANA

Planaren lan-eskeman zortzi jardun-ardatz zehaztu dira, eta ardatz horien **MISIOA** honako hauek hobetzea da: **bezeroei begira, Arrasateren izena eta erakargarritasuna; harrera-gaitasuna; bisitarien gogobetetasuna, Arrasaten egiten dituzten egonaldiekin eta erosketekin; eta sektorearen zein udaletxearen erantzun kolektiboa, elementu horiek era koordinatuan kudeatzeko eta dinamizatzeko.**

1.-Tokiko bezeroak (eskualdekoak), Arrasateko hirugarren sektorearen oinarri edo zutabe historikotzat hartuta: belaunaldi gazteen merkataritza-jarduerak direla eta, txikiagotuz doa sektorearen garrantzia; beraz, aurre egin behar dio erronka horri. Beharrezkoa da kolektibo horrekin lotura estuagoak finkatzea eta harreman berriak sortzea (erkidego-ikuspegia).

2.- Kanpoko bezeroak (turistak): turistak «merkataritza-iturri» interesgarria direlako ikuspegia zehaztuz joan da azken urteotan. Turisten indarrak, hain zuzen, Arrasateko bezeroen ohiko merkataritza-nitxoak sendotu dezake, edo, behintzat, nitxo horretan jaso den eraginaren galera konpentsatu. Hala eta guztiz ere, ikuspegi hori benetan gauzatzeko, estrategia bat diseinatu behar da kanpoko proiektzioa diseinatzeko eta zenbait mailatan posizioa hartzeko (bereziki, Donostiako turismoari begira).

3.- Erakargarritasuna eta bizkortasuna: ohiko bezeroekiko harremanak sendotzeaz eta kanpoko bezeroen segmentu berriak sortzeaz gain, elementu erakargarriak eta bizigarriak eskaini behar dira Arrasaten, polo traktoreak izan daitezten.

4.- Harrera-gaitasuna: kontsumitzaileak Arrasatera etortzen direnean, harrera-elementuak edo harrera-ekipamenduak aurkitu nahi dituzte, bertan egon ahal izateko (aparkalekuak, garraio publikoak, egonaldiak luzatzeko ostatuak....).

5.- Hiriko espazio lagunkoia: harrera egiteko ekipamenduekin batera, bisitariak kalitatezko lekua behar dute, bisitaldiaz gozatzeko. Hiriko espazioaren ezaugarriak eta kalitateak eragin nabarmena izaten dute bisitaldiaren iraupenean eta bisitariaren gogobetetasunean.

6.- Enpresen lehiakortasuna indartzea: Hiriko espazioaren kalitatearekin batera, erosketaldia atsegina izan dadin, ezinbestekoa da merkataritza-, ostalaritza- eta, orokorrean, zerbitzu-enpresen kantitatea, kalitatea eta maila lehiakorra izatea. Hartara, funtsezkoa da alderdi horiek hobetzeko egin daitezkeen esku-hartzea.

7.- Jarrera elkarkorra sendotzea eta berrabiatzea: hirugarren sektoreko enpresek erronka horiei guztiei erantzungo badiete, kudeaketa kolektiboak aurrerapausoa egin behar du.

8.- Lankidetzaren publiko-pribatua koordinatzea eta hobetzea: elementu horietan guztietan hiriak hartzen duen posizioa eta egiten duen lana hein handi batean lidergo publikoaren mende daude, bai eta lidergo horrek hirugarren sektorearekin lankidetzaren formula eta guneak sortzeko duen gaitasunaren mende ere.

Honako hauek oinarri hartzen dituen **IKUSPEGIA** da zortzi (8) ardatz horien lanaren abiapuntua:

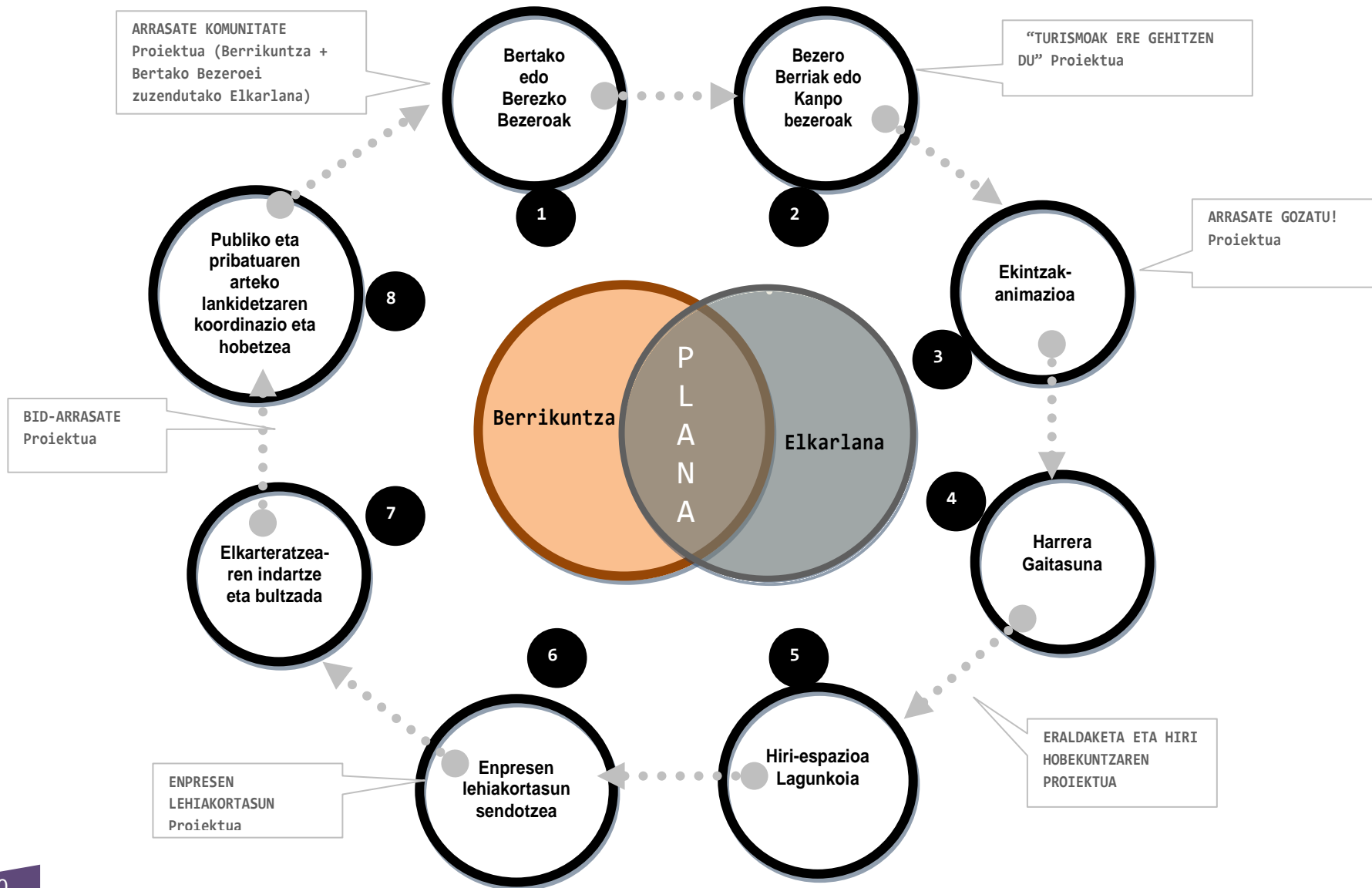
BERRIKUNTZA: Plan estrategikoa ibilbide-orria izango da etapa berri batean. Inertzia-jardunak egiten jarraitzeko, ordea, ez da beharrezkoa.

LANKIDETZA: publikoa zein pribatua, bai formula eta eredu berriak sortzeko (enpresa-hobekuntzako barrutiak; ingelesezko izenaren arabera, BID), bai hiriko ekonomiaren eragile guztiak barne hartzen dituzten plangintzak bilatzeko.

Zehazki, sei (6) proiektu zehatz jaso dira, zenbait esku-hartze egituratzeko:

| ARDATZAK | PROIEKTUAK |
|---|--|
| 1. ardatza: Bertako edo Berezko Bezeroak. Erkidego-ikuspegia. | ARRASATE ERKIDEGO Proiektua (Berrikuntza+Bertako bezeroei zuzenduriko Elkarlana) |
| 2. ardatza: Bezero Berriak edo Kanpo Bezeroak | “TURISMOAK ERE GEHITZEN DU” Proiektua |
| 3. ardatza: Erakargarritasuna - Animazioa | ARRASATE GOZATU! Proiektua |
| 4. ardatza: Harrera Gaitasuna | ERALDAKETA ETA HIRI HOBOKUNTZAREN Proiektua |
| 5. ardatza: Hiri-eremu Lagunkoia | |
| 6 ardatza: Enpresen lehiakortasun indartzea | ENPRESEN LEHIAKORTASUN Proiektua |
| 7. ardatza: Elkarteratzearen indartze eta bultzada | BID-ARRASATE Proiektua |
| 8. ardatza: Publiko eta pribatuaren arteko lankidetzaren koordinazioa eta hobetzea | |

Lanerako ardatzak



1.Ardatza- Bertako eta Berezko Bezeroak. Erkidego-ikuspegia.

- 1.1.- Tokiko bezeroekin konektatzeko eta harreman hurbilak sortzeko gailuak
- 1.2.- Fidelizazio eta estimulu mekanismoak
- 1.3.- Aisialdia eta kultura erkidegoko planteamendura eta mekanismoara txertatzea
- 1.4.- Bezeroari balioa emateko zerbitzuak

Tokiko bezerotzat hartzen dira udal edo Arrasateko bezeroak ez ezik, eskualde osoko bezeroak ere; haiek dira, hain zuzen ere, hiriko merkataritzaren salmenten oinarri edo euskarri nagusia. Bezero horien belaunaldi gazteak ez dira aurrekoak bezain leialak (gazteek kanpoko eskaintzak, Interneteko eskaintzak eta abarrak ere atsegin dituzte). Hori dela-eta, bezero horiek zaintzeko eta loturak haiekin sortzeko, funtsezkoa da defentsa-estrategiak garatzea.

Erkidego-ikuspegia lan egingo badugu, identitate-harremanaren eta hurbiltasunaren aldeko apustua egin behar dugu. Hona hemen abiapuntuak:

- Norberaren araberako informazio- eta komunikazio-mekanismo egonkorak finkatzea bezero horiekin (horretarako, oso lagungarriak dira teknologia berriak: mugikorrak, sare sozialak, etab.): bezeroekiko harremanen kudeaketa elkarkorra (CRM, ingelesezko izenaren arabera).
- Bezeroak fidelizatzeko zenbait prozedura lantzea, harremanak sendotzeko, kontsumoa indartzeko eta hurrengo belaunaldiei hurbiltasuna eta erkidegoko kide direla sentiarazteko. Merkataritza-kanpainen mekanismo hori erabili behar da, baina, aldi berean, mekanismo berritzaileak baliatu behar dira (erosketak kontrolatzeko eta abantailak metatzeko).
- Bezero erkidegoari txertatuko zaion kultura eta aisialdi ikuspegia, etorkizunean Arrasateko erakargarritasunaren faktore aktiboa izan behar duenez.
- Eskualdeko bezeroei zuzendutako balio-zerbitzu berriak sartzea.

ARRASATE ERKIDEGO Proiektua (Berrikuntza + Bertako Bezeroei zuzendutako Elkarlana)

Helburua ERKIDEGO EGITEA da saltokien eta bezeroen artean:

- HARREMANA ETA IDENTITATEA: tokiko bezeroekin harreman pertsonalen esparrua sortzea (Debagoiena), hurbiltasuna eta norberaren araberako harremana abiapuntuzat hartuta.
- Bezeroei informazioaren eta balio-zerbitzuaren bidez erosketak egiten LAGUNTZEA. Produktua saltzea ez ezik, lotutako zerbitzu bat ere saltzea.
- Bezeroak abantailen eta tratu pertsonalaren bidez FIDELIZATZEA.

Alderdi horiek garatzeko, bezeroei zuzenduta dauden zerbitzu elkarkorrak modernizatzeko proiektu integratua egin behar da. Honako hauek dira proiektuaren osagaiak, bereizita:

A.- TEKNOLOGIA: Jauzi teknologikoa, saltokietako bezeroekiko harremanak eta komunikazioa era kolektiboan kudeatzeko (Bezeroekiko harremanen kudeaketa elkarkorra, CRM)

Horretarako, gako dira honako hiru elementu hauek:

- { **Arrasateko kontsumitzaileen datu-basea (eskualdeko 15.000 erosketa-arduradun helburu bezala).** Merkatarien zerbitzura egongo den sistema zentral bat mailaz maila eta era integratuan eraikitzea.
- { **Komunikazio-sistema pertsonalizatua eta berehalakoa, eskaintzak, iradokizunak, abisuak eta abarrak mugikorraren bidez eta sare sozialen bidez zabaltzeko (WhatsApp, Facebook).** Hiriari buruzko informazio orokorra + norberaren araberako merkataritzari buruzko informazio-planak.
- { **Erosketak kontrolatzeko eta metatzeko mekanismoa (fidelizazioa),** kontsumitzailearen portaerak aztertzeko eta kontsumitzaileek zer abantaila lor dezaketen jakiteko (zerbitzuaren kudeatzaileak kontrol aktiboa eta zuzena egitea; ordainketa-txartelik gabe). Erosketetako euroak Arrasateko saltokietan metatutakoan, deskontua, oparia edo abantaila osatuko da, eta mugikorraren bidez jakinaraziko diogu interesdunari, gastu osagarriak bultzatzeko.

Jauzi teknologiko horri esker –bezeroa ezagutzea eta harreman pertsonalak sustatzea–, lan-aukera berriak sortzen dira, eta zerbitzutik abiatuta, balioa sortzen da.

Merkatari proiektuak ardatz berri bat ireki du arlo honetan. Hala ere, interbentzio ardatzak planteaturiko bezeroekiko harremanetarako kudeaketa kolektiboaren ikuspegia bultzatzen du (elkarteko CRM-a) kontsumitzailean oinarrituriko ekimen positibo eta banakako erlazio merkatar-bezeroetatik haratago.

B.- KULTURA ETA AISIAK ERE KOMUNITATEA EGITEN DUTE: AK KLUBA (Arrasate Kultura)

Deskribaturiko planteamenduak ez du eskualdeko kontsumitzailea ondasunen kontsumitzaile hutsa bezala identifikatzen, belautaldi berriek aisialdia eta kulturaz kontsumorako erabilera naturalago bat egiten baitute.

Ekipamendu kulturalak (Amaia Antzokia) eta eskaintzak ahalbidetzen dute Arrasatek eskualdeko zentralitatezko eskaintza bat planteatzea (eskaintza kulturalaren lidergotza). Ikuspegi honek, ez du soilik dagoeneko existitzen diren egitura eta ekipamenduen optimizaziorantz begiratze, baizik eta kulturaren eta aisiaren erabilera bat non erakargarritasun tresna bilakatuko diren eskualdeko udalen publikoarentzat, eta baita beraien sinergia zein optimizazioak gainontzeko hiri-ekonomiaren zerbitzuekin batera.

- AK klubaren sorrera (Debagoienako kultura-erabiltzaileen erkidegoa), merkataritzarako aipaturiko erreminta teknologikoetan oinarritzen dena; planteamenduak elkarbanatuko dituena; y teknologikoki eraberritutako testuinguruan bere interbentzioak koordinatuko dituena.
- Bere garapena ahalbidetuko dituen barne-erlaldaketa eta barne-sendotzeak; eskualdeko marko kulturalarekin koordinatua baina bere lidergotzari uko egin barik.

C.- KLUSTERRAK: bezero eta establezimenduentzat ZERBITZU BALIODUNAK SORTZEA

C.1.- KOLEKTIBO KOMERTZIALEK EGINIKO ANIMAZIO ZUZENDUA ETA SELEKTIBOA / BEZEROEN KOMUNITATEA

Hiriko merkataritzaren animazio orokorretik... animazio selektibora. Kontsumitzaile kolektibo zehatz bati zuzenduriko kanpaina kolektibo espezifikoak – ondasun tipoa- kolektibo murriztu baten edo hautaturiko denda zehatz batzuen partetik(adar edo mikroadar).

Elkarteratze lana...:

- aurretik identifikaturiko talde zehatz-EKIN/ENTZAT. Hau da, bezero diana zehatzetarantz zuzenduriko kanpaina edo ekintza konkretuak, non aldi berean nahasten diren informazioa, berritasunen aurkezpenak, aholkularitza, jardunaldiak, abantailak...
- merkatar- eta zerbitzu- ENTZAT/EKIN, “bezero erkidego” berdina elkarbanatzen dutenak eta modu bateratuan mobilizatzen direnak, elkartearen sostenguarekin kudeaketaren arloan, mikrokanpaina/ekintzak eginez.

Adibidea: Maskoten, eta etxe-animalien, ehizarako txakurren... jabe diren bezeroei zuzenduriko kanpainak: Arrasateko animaliekin lotura duten dendak+albaitari zerbitzuak... Debagoienako bezero orori mobilizatzea, kasu honetan maskotak dituztenei, informazioa eman, aurkezpenak egin, aholkatu.... eta (**zerbitzu + produktuak**) saltzeko. Maskoten txertoen kanpainei buruzko hamabostaldiko informazio gunea, hitzaldiak animalien nutrizioari buruzko berrikuntzak, beraien zerbitzuak eskaintzen dituzten hezitzaileak, ehiza-txakurrentzat berrikuntza teknologikoak... produktu osagarriei buruzko eskaintzak.

Adibidea: “Ezkontzera goaz” kanpaina. Zerbitzu eta merkataritza establezimenduak.: arropa elegantea, loreak, argazkigintza, jatetxeak, maletak saltzen dituzten dendak, bidaia agenziak... Kanpaina zehatz bat sortzea modu koordinatu batean eta ezkontzera doazen bikoteei zuzendua egongo dena.

Praktikan, BEZERO ERKIDEGO bat aprobetxatzean datza, merkatar- eta zerbitzu taldeek salmenta edo eskaintzak dinamizatuz.

C.2. PRODUKTUAK BEZEROENGANA GERTURATZEA-DISTRIBUZIOA

Etorkizunera begira eta merkataritza elektronikoaren gorakada itzelaren marko batean, etxez etxeko banaketak zerbitzu komertzialaren zati esanguratsu bat suposatuko du. testuinguru horretan garrantzi handia hartuko du zerbitzu hauek garatzeak...

- On line salmenta eta/edo telefono bidezkoa
- Etxez etxeko distribuzioa eta/edo on line erosketaren udala, telefono bidezkoa edo dendan. Atez ateko banaketa eta/edo udalaren osotasunerako ezarritako distribuzio municipalizatua "jasotze puntu zentraletan" udal bakoitzean. ("Zentral Box" zerbitzua eskainiko duten jasotze puntuak: udaleko dendak antena gisa jokatuko dutenak).

Jarrera elkarkorra berrabiatzeko eta modernizatzeko planaren esparruan sartzeko proiektua

Arduraduna: Ibai-Arte

Laguntzailea: Udala

Finantzaketa. Epe ertaineko proiektu BERRITZAILEA, maila askotariko laguntza publikoen bidez garatzeko pentsatuta. Eusko Jaurlaritzan proiektu pilotutzat hartzea, BIDen garapenaren arloan.

Proiektu kultural zehatza:

Arduraduna: Udala

Laguntzailea: Ibai-Arte

Bien arteko koordinazioa.

2.Ardatza- Bezero Berriak edo Kanpo Bezeroak

- 2.1.- Hiri-marka + Komunikazioa + Posizionamendua
- 2.2.- Kolaborazio Ekonomia errekurtsu turistiko estrategiko gisa
- 2.3.- Ekintza Plan Turistikoa epe labur-ertainerako: berezko dituen baliabide turistikoak balioan jartzeko, hauen dinamizazioa eta EAEko foku turistikoetan marko instituzionalean (hiriburuak) salmenta eta baita bere harrera ehun enpresarialean ere; eskualdera datozen bisitarien kapitalizazio tertziarioa, etab.
- 2.4.- Harrera ekipamenduen sendotzea

Arrasaterentzat turismoa aukera berri gisa agertzen da, interes handikoa eta bertako kontsumitzailearen gastu galera konpentsatzen lagunduko duena. Zentzu honetan, Arrasatek honakoa dauka:

- Kokapen geografiko zentral bat EAE-n (30 eta 45 minutu inguru hiru hiriburuekiko) irisgarri egiten duena modu erosoan bai hiriburu eta beste zonaldeetatik erakarritako turistentzat; zein bertako bizilagunentzat eta inguruko zonalde metropolitarretatik datozen bisitari edo eguneko txangozaleentzat ere)
- Kokapen paregabe bat Europa Iberiar penintsularekin lotzen duen ardatzean.
- Mondragon marka potentzia handiarekin eta kanporanzko proiektzio esanguratsuekin maila desberdinetan
- Balio bereizgarria- ekonomia kolaboratzailearen erreferente mundiala- une honetarako ez dena elementu turistiko gisa ustiatua izan, baina "esperientzia turismoarekin" lotuta potentzial handia erakusten duena.
- Hirigune edo erdigune zentral bat non tertziarioa oinezkoentzat den espazio zabal batean finkatua dagoen Erdi Aroko gune-historikoan (almendra) kutsu bitxi eta erakargarri batekin; eta honi balore bereizgarriak edo elementu osagarriak gehitzen zaizkio (natura, historia, etab turistikoki ustiatzeko gai direnak ere).
- Eskualde mailako dinamika turistiko bat, non momentuz Arrasate ez den nabarmendu udal mailan, eta ez dena modu aktiboan landu; baina non polo tertziario zentral modura jokatu dezakeena.
- Merkatari, ostalari eta zerbitzuen gune bat, zein bere limitazio eta beherantz doazen dinamika guztiekin ere, Debagoienako hirugarren sektorearen aglomerazio nagusia suposatzen duen.

Baliabide, dinamika eta aukeraz beteriko marko bat, apustu turistikoaz aukera esanguratsu eta potentzial bat bilakatzea ahalbidetzen duena, etorkizunean Arrasateko hiri ekonomiaren garapenerako.

“TURISMOAK ERE GEHITZEN DU” Proiektua

Helburua:

- Arrasateren posizionamendua optimizatzea, bere baliabide eta aukerak bezeroen kala berriak irekitzeko eta tokiko (udaleko eta eskualdeko) bezeroen kalak estaltzera datozenak.

Lanerako erremintak:

- Mondragon ikurra kanpo proiektiorako erreferentzia gisa.
- Ekonomia kooperatiboa baliabide estrategiko gisa epe labur-ertainean
- Epe labur-ertainean Turismoko Ekintza Plana, udala dinamika turistikoan “zuzenean” kokatzeko; eta Arrasateko hiri-tertzarioa aberasteko, perspektiba berri honekin.
- Harrerarako ekipamenduak

Honek suposatuko du abiadura desberdinetan eta maila desberdineko proiektuetan lan egitea. Aterki proiektuak direnietatik hasita (Mondragon marka) irismen handiko proiektu estrategikoetara (ekonomia kooperatiboa baliabide turistiko gisa); lan dinamika zehatzago eta larraldeari lotuak daudenietatik pasatuz (Arrasateko Ekintza Plan Turistikoa epe labur-ertainean).

A. - MONDRAGON: UDALERRIAREN MARKA ETA KANPORANZKO PROIEKZIOA

Turismoaren arloa modu serio eta sistematikoan Debagoienako eskualdeko eskaintzatik landua izan da, esfortzu esanguratsu bat eginez. Kanpo proiektioari dagokionez, apustu turistiko elementu ikonikoetan zentratua dabil, bere komunikazioa polarizatuz. Beraz, turismorako komunikazio elementua ez da ez Debagoiena ezta Arrasate ere; Mondragon proiektioa marka eta polo tertziario gisa da, turismo gastua ahalbidetzen duena.

- { Mondragonek esakaintza turistikoa propio gisa jokatzeko du eta kontsumitzaile kala berria irekitzen du
- { Arrasateko Debagoienako zenbait elementu erakargarri “kapitalizatzen” ditu, bisitariak sortzen duten gastu tertziarioaren arloan

Zentzu honetan, aukera desberdinak komunikazioaren bidetik lan egitean datza Hiriren Marka (Mondragon) ardatz desberdinetan lortu nahi duen atributu koherenteen gainean.

B.- EKONOMIA KOOPERATIBOA ABANTAILA TURISTIKO GISA: PROIEKTUAREN KONTZEPTUALIZAZIOA ETA LANERAKO PLANA

Misioa: Arrasatez Ekonomia Kooperatiboaren “santutegi” edo erreferente mundial bat egitea... turismoa kapitalizatzeke

Ikuspegia: Baliabide turistikoa esperientziala, jasagarria eta zentzuduna

Lanerako elementu nagusiak:

Produktua:

- Kontzeptualizazio eta materializazio proposamenak:
- Ikusgarritasun eta harrera puntu zentrala: aurkezpeneko gune zentral bat, oinarriko kontakizun edo hari komun bat, eta beste puntuetan eskuragarri dauden ekintza desberdinetarantzko bideratzea
- Bisita eta esperientzia erakargarrien ehuna
- On line dimentsio kolaboratzailea

Hiri eta hirugarren sektoreko testuingurua: Ekonomia Kolaboratzailea hiri-tertzarioan bizi da: proiektu eta ekintza osagarriak turistaren esperientziak aberasteko eta esperientziaren aprobetxamendu ekonomikorako.

Komertzializazioa: Hiru hiriburueta doazen bisitarietatik helburuko publiko izan daitezkeen bisitarien zuzendua “esperientziaren” salmenta Plana eta MCCk bost kontinenteetan zabaldua duen enpresa-ehuna salduz ekintza kolaboratzaile eredu berrien ikuspegitik.

Eraikitzea/ materializatzea:

- Udalaren lidergotza kolaborazio marko batean eta MCCrekiko lan oinarria izango den hitzarmenean. (udal proiektua: beraien identitate propioa saltzen ari direnaren sententzia ekiditea).
- Euskadi Mailako Proiektua: Eusko Jaurlaritzarekin kolaborazioa- Basquetour (euskarri ardatzak eta finantzaketa)

C.- UDAL EKINTZA-PLAN TURISTIKOA (agertoki berrirantz trantsizioan).

Aurretik aipatutako bi elementu estrategikoen dinamizazioaz gain (Mondragon Marka eta Ekonomia Kooperatiboaren Proiektua); Arrasatek Udal Ekintza Plan bat garatu behar du epe labur eta ertainean udalaren eskaintza turistikoa eta honen kudeaketa zein dinamizazioa bideratuko dituen, kooperatibismoaren elementuaz haratago. Lehen urratsen ekintza plan bat...

C.1- BALIOAN JARRI BERTAKO ETA ESKURA DAUDEN BALIABIDEAK: EKINTZA PLANA.

Udaletik landu beharreko baliabide turistikoen identifikatzea, potentzialari balio ematea eta apustu posibleen inguruko erabakiak hartzea.

EAEko apustu turistikoen markoa oinarri orokor gisa, non erabaki berriak txertatuko diren..

Honi buruzko Ekintza Plana gauzatzea.

C.2- ARRASATE DEBAGOIENAKO ESKAINTZA TURISTIKOAREN ERREFERENTE GISA (markaren eskualdeko logikaren kudeaketa):

Arrasateren presentzia aktibo eta esanguratsua Lurralde Historiko mailan instituzioek eskualdeko turismoan egindako apustuetan (Foru Aldundia...: Ibilbideak, FunTRIPS, etab): “Bertan egon behar da eta Arrasate ikusarazi” beste eskualde eta udalekin banatzen den lurralde kompetentzia baten markoan.

C.3- ESKAINTZA GURUTZATUAK

Elkarteratze mekanismoak bultzatzea edo eskualdeko baliabide turistikoa eta ostaturatzeen artean bezeroen elkarren arteko bidaltzea (birbidaltzea); eta enpresen arteko elkarlana Arrasateko eskaintza ludiko tertziarioetan.

Adibidez: liburuxka informatiboak eta ostatueta zein landetxetan egoten diren bonu/abantailak diseinatu eta inprimatzerakoan, Debagoiena mailarako direnean, gastua Arrasateko merkatari eta ostalarien artean banatzea. Ekimen hauen on line dimentsioa.

Erreminta elektronikoko informatzaile eta suspertzaileen garapena gastu gurutzatu gisa, dispositibo mugikorren bidez.

C.4- HIRU HIRIBURUEKIN KOORDINAZIO INSTITUZIONALA (markaren udalerriko logika):

Donostia, Bilbo eta Gasteizko turismo-kulturaren “erakusleihoan” Arrasateren eskaintzaren presentzia formalizatu eta egonkorra izatea, “turismo kooperatibo” izango den jomuga osaturiko duen Arrasateko Salmenta Plana. Zentzua hartzen du, behin Arrasateko turismo eskaintza, minimoki, egituratzen denean.

C.5- MONDRAGON MARKAREN ESKAINTZAREN DINAMIZAZIOA HIRIBURUETAKO OFERTA TURISTIKO PRIBATUAN:

Donostia, Bilbo eta Gasteizko hotel eta apartamentu turistikoetan Arrasateri buruzko informazioa/komunikazioaren errefortzua.

C.6- DINAMISMOA/ESTIMULUA ARRASATEREN PRESENTZIA PRESKRIPZIO FORO/MEKANISMO TURISTIKOETAN AGERTZEAN:

- { Gida tradizionaletan Mondragon + hotel eta ostalaritzako on line aplikazioetan informazio eta/edo salmenta turistikoa.
- { Zerbitzu kolektiboak eta euskarri izango direnak negozioek garatu beharreko erreminta horien dinamizazioan.

D. HARRERARAKO EKIPAMENDUAK

Arrasaten gaua pasa/ostaruratzea sustatuko duten ekipamenduen garapena bultzatzea. (Harrera Eremua Proiektua ikusi)

Arduraduna : Udala

Laguntzailea: Debagoiena Mankomunitatea, Ibai-Arte, ostalaritza sektorea, kultura, udaleko elkarteen ehuna orokorrean.

3.Ardatza- Erakargarritasuna-Animazioa

- 3.1.- Merkataritzako eta ostalaritzako parke erakargarria edukitzea, zeina polaritatea sortzeko gai dena
- 3.2.- Ekipamendu bereziak (merkataritzan, kulturen eta aisian) eta haiekin lotutako programazioa
- 3.3.- Ekitaldiak eta ekimenak
- 3.4.- Herriko azokak berrabiatzea: herriko azokekin eta bertako produktuekin lotuta
- 3.5.- Ekintzen kudeaketa koordinatu eta aktiboa

Tokiko bezeroekiko harreman hurbila indartzeko asmoz, haiekiko harremana landu ondoren, eta kanpoko bezeroak erakartzeko zubiak eraiki ondoren, kanpoko bezeroek udalerrira etortzea erabaki, eta bertan gastua egin dezaten, ezinbestekoa da erakargarritasuna eta bizkortasuna areagotzeko elementuak sortzea edo edukitzea.

Mekanismoetan, besteak beste, honako lan-ildo hauek landu behar dira:

- Merkataritzako, ostalaritzako eta zerbitzuko parkea etengabe zaintzea eta indartzea; kopurua, ezaugarriak eta funtzionamendua bezeroen gustuen arabera egokituta. Elementu horrek eragina izaten du establezimenduen ezaugarri fisikoetan, eskaintzetan eta zerbitzuetan, bai eta ordutegien kudeaketan ere (itxita baldin badaude, nekez izango dira erakargarriak).
- Ekipamendu bereziak -saltokiak, kulturguneak, aisia-tokiak- zaintzea, sortzea edo egokitzea; eta edukien ala ordutegien programazio dinamikoa eta erakargarria osatzea, bisitarien segmentuak errazago erakartzeko. Kulturen, merkataritzan, museoetan edo saltokietan egiten den eskaintzari eragiten dio planteamendu horrek (larunbateko azokak, adibidez).
- Herriko azokak optimizatzea eta turistak erakartzeko eta zerbitzu zehatzak sortzeko oinarritzat hartzea produktua zein tokiko ekoizleak.
- Jada existitzen diren ekitaldi desberdinen arteko koordinazioa eta sinergien sorrera (azokak, festak, eskaintza kulturala, biztanleek bultzatutako ekimenak, kanpaina komertzialen ekintzak...) modu jarrai eta egonkorrean salmenta inpulstu periodikoak sortzera lagunduko duena.

ARRASATE GOZATU! Proiektua

A.- OSTIRALETAKO AZOKA: “OHIKO” ANIMAZIOAREN ERREFORTZUA BALIO LOKALEKIN KONEKTATUZ

Ostiraleroko azkokak merkataritza animaziorako finkaturiko elementu bat suposatzen du, Arrasateko merkataritzaren mesede egiten dio “alaitasuna” emanaz egun honetan zehar udaleko biztanleentzat, eta baita, nahiz eta neurri baxuago batean izan, eskualdeko beste zenbait bizilaguni ere.

Hainbatariko produktu desberdin zein kinkilaria saltzeaz gain, Azoka hauen erakargarritasuna, neurri handian, identitate elementu bilakatzean datza, produktu eta produktore lokalekin identifikaturiko sinbolo gisa eta erakargarritasun gaitasuna duena. Oinarrizkoa den animaziorako motor hau zaindu egin behar da eta, aldi berean, egungo kontsumitzaileen gustu eta tendentzia berrietara egokitu zein optimizatu behar da (produktu fresko eta ekologikoa, osasuntsua, kilometro zero produkzioa etab). Oraindik eta gehiago, larunbatetan azoka gehigarri baten irekiera planaren azpian, bereizteko beharra egongo litzatekeelako.

Bertako produktu eta tokiko ekoizleen presentzia areagotu eta indartu beharko litzateke Arrasateko ostiraletako Azokan, Debagoienako Eskualdeko Landa-eremuen Garapenerako Planaren apustuarekin koherentzian (oraingo ekoizleen berrindartzea eta, dagokion kasuetan, existitzen direnen gaztetzea eta jasangarritasunaren berme gisa).

- Ekoizpen-komertzializazio kudeaketaren profesionalizaziorako sostengua (Debagoieneko landa garapenerako elkarteak)
- Mailaz mailako eguneratzea dimensio guztietan: instalazioak, erakustokiak, informazioa edo ordutegiak ere doitzea.

Sinergia/erbeste eta/edo ostiraletako azokaren errefortzurako ekimenaren zein etorkizunean larunbatetan merkatu bat ezartzearen ideiei buruzko hausnarketa. Pertsonalitate zehatz baten bilaketa –aukera bereizgarriak- larunbateko azokarako.

- Tokiko produktuaren distribuzio eta eraldaketa esperientzia berritzaileen erakusleihen
- Tokiko produktua ostalaritzarekin lotzea

B.- LARUNBAT KOMERTZIALAK: EPE ERDIRAKO ESFORTZU KOORDINATUA

Eskualdeko hiriburutza berrindartzeko logikaren azpian, larunbat arratsaldeak elikagaiak ez diren erosketak egiteko egun naturala suposatzen du. Errealitatea aldiz oso desberdina da. Larunbat arratsaldeetan hiriburua apurka hustu egiten da eta geroz eta gutxiago dira larunbat arratsaldez ateak irekitzen dituzten establezimenduak (laurden bat bakarrik mantentzen da irekita; beste laurden batek dio irekitzeko prest dagoela marko pentsatu eta planifikatu batean; eta gehiengoak kontrako iritzia du).

B.1.- LARUNBAT ARRATSALDEAK, JORNADA KOMERTZIAL BIHURTU: SEKTOREKO HITZARMENA

Larunbataren berreskurapenak ezin du inprobisazio bat izan, beharrezkoa da akordioak bilatzea (lehen aipatu bezala, Arrasateko merkatarien zati handi bat ez daude ados irekitze honekin edo ez, behintzat, ez bada testuinguru zehatz baten) eta honek arrazoen pilaketa eta hitzarmenaren bermatzerako estimuluen beharra du. Ondorioz, lau fase dituen akordio bat iradokitzen da.

1ª ESPERIENTZIA LEHEN LARUNBATERA MUGATZEA: lehena hilabeteko asteburu honena dela uste da, teoriarik, eta lanerako elementu gisa proposatzen da.

2º LANERAKO EPE EGONKOR BAT KONPROMETITZEA: ohiturak kontsolidatzeko nahikoa den epe bat behar da.

3º BALDINTZAK SORTZEA; Larunbat arratsaldeak egun erakargarri izan daitezten Arrasaten **ekipamendu pertsonal eta etxeko ekipamenduaren** erosketak gauzatzeko. Honek suposatzen du

- Animazio elementuak txertatzea larunbat arratsaldetan eta beste estimulu edo beste interes puntu sortzea kontsumitzaileentzat
- Komertzioaren eragile garrantzitsuak inplikatzeko, ostalaritza eta kultura eskaintza gainontzeko kolektiboa erakartzeko faktore gisa

4º SENTSIBILIZATU: larunbat arratsaldeko animazioa lankidetzan eraikitzea, prozesua sozializatzeko eta baita bere barneratzea ere.

5º EBALUAKETA ETA EKIMENEN AJUSTEA: lorturiko emaitzaren arabehera

Elkarteratzearen Birjauzi eta Modernizazio Planean txertatu beharreko Proiektua.

B.2.- LEHEN LARUNBATAK: ESFORTZUAK KONTZENTRATU

Hileko lehen larunbatak erakargarritasun ekonomiko handiena dutenak dira zalantzarik gabe; hori dela eta naturala dirudi esfortzuak egun honetarantz bideratzea, jarraian aipatzen diren norabide eta lanerako ideia argitzaileak:

- { EKIPAMENDU PERTSONALA + FAMILIEN ANIMAZIOA OINARRI GISA: Ekipamendu pertsonalerako merkataritza, larunbat arratsaldeko merkataritza-giroa bizkortzeko oinarri hartuta: irekiera + bizkortasun edo bizitasun osagarria. (Lehen larunbata, esperientzien esparru gisa).
- { ANIMAZIORAKO PUNTU ZENTRALA + ELKARTURIKO DENDEN EHUNA: Bizitasuna bultzatzeko gune neurgalkoa finkatzea (esterako Biteri): hitzarmenen bilaketa modako arropa dendekin “bigarren eskuko moda” (ekipamendu pertsonalaren “Plan Renove”-a: Zenbat diru daukazu zure armairuan?). Bilketa puntu zentrala + “bigarren eskuko” produktuen txokoak ekimen honekin elkarlanean ari diren denda kolaboratzaile bakoitzean, kontsumitzailea dendaraino eramateko helburuarekin.
- { KULTURA ERE GEHITZEN DA: Egutegi kulturala koordinatu beharreko elementu osagarri gisa. Kultura animaziora gehitzen da: ekintza kulturalak+ merkataritza/ostalariak... “bien aurreztek” hilabeteko lehen larunbatean.
- { BEZEROEN “BERRESKURAPENA” EKIPAMENDU HANDIETATIK: Superfizie komertzial handi eta periferikoetako bisitariak erakartzea (Hiper Eroski, BM, Lidl):
 - Ekipamendu hauen parkingetatik hirigunerainoko garraio ludikoa. Garraio formula + “erosketa-potea”. Adibidez: joan etorriko tiketa + beherapen bono bat bertako hiri-erosketetan X euro baino gehiagoko gastua egitean ostalaritzan kontsumitzeagatik.
 - Larunbat arratsaldeetan erdiguneko parkingaren denbora mugatu baten finantzaketa. Adibidez: ordu beteko bonuen banaketa inguruan edo superfizie handien parkingetan + 45 minutu gehigarri ematen dituen bonoa, Arrasateko dendetan erosteagatik (eragilearekin hitzarmena).

C. HIRI ANIMAZIOAREN AGENDA OSOAREN KUDEAKETA

Ekintza guztien kudeaketa integrala, festak, kultura, kirolak, merkataritzakoak... (egunak, ordutegiak eta lankidetzaren planteamendua...) ezinbesteko elementua da ekintza hauen optimizazio ekonomikoa gauzatzeo (Hiri-Ekonomiaren Mahaiaren lana: BID Arratsate Proiektua ikusi).

Egutegi integratua egitea: honen kudeaketa koordinatua izatea, udal erantzukizunak modu kordinatuan esleitzea eta egutegiaren egokitzapen eta garapenerako lanerako protokoloak ezartzea.

“Larunbat komertzialak” Proiektua Elkarteen Berrindartze eta Modernizazio Proiektuaren markoan txertatu beharrekoa

Ko-arduradunak: Udala + Ibai-Arte

Laguntzaileak: Erreferente diren enpresak edo Arrasateko Hiri ekonomiaren eragile esanguratsuak

Egutegiaren koordinazioa

Arduraduna/kudeatzailea: Udaletxea sektorearekin, zentzu zabalea, elkarlanean

4. Ardatza- Harrera Gaitasuna

- 4.1.- Bisitarien irisgarritasuna, oro har hartuta: aparkalekuak eta garraio publikoa
- 4.2.- Bisitarien ostatuak: hoteleko plazak

Udalera datozen bezeroak- gaur egun eskualdeko bezeroak; etorkizunean modu berdinean kanpokoa edo turistikoa izan daiten bilatzen da, harrera gaitasunetik landuz:

- Batetik, irisgarritasuna (behar adina aparkaleku eta garraio pribatuei aparkalekuak erabiltzeko pizgarriak eskaintzea); eta, bestetik, garraio publikoen eskaintza egokia eta kalitate handikoa bermatzea. Dena den, alderdi hori hobetzeko tarte egon arren, gaur egun, ez da botila-lepo zehatza Arrasaten.
- Pertsonak urtaroen arabera hartzeko gaitasuna (hotel mota guztiak edota oporretarako etxebizitzak eskaintzea). Alderdi horretan, oso mugatua da Arrasateko eskaintza.

5. Ardatza- Hiri-eremu Lagunkoia

- 5.1.- Hirigintzako kalitatearen estandarrak
- 5.2.- Barneko mugikortasuna
- 5.3.- Hutsik dauden lokalen balioa nabarmentzea (apustuak konbinatzea)
- 5.4.- Smart City irtenbideak

Merkataritzako hiri-esparrura joaten diren bezeroek (merkataritzako gunek irekia) aisialdiko eta erosketak egiteko bizipen atsegina izan nahi dute, eta bizipen horretan ezinbestekoak dira hiriko espazioaren kalitatea eta merkataritzaren kalitatea.

Hiriko espazio lagunkoia tradizioz lotu zaio hirigintzako merkataritzari, eta horrek barne hartzen du hirigintzaren kalitate-estandarrak betetzea (oinezkoak ibiltzeko gunek prestatzea, oinezkoak eta ibilgailuak batera egoteko kudeaketa-irtenbideak, argiak, hiriko altzariak, gunek publikoak eta eraikinak birgaitzea, seinaleak, mugikortasuna, etab.).

Testuinguru horretan, oso garrantzitsua da lokal hutsen balioa azpimarratzea, merkataritza-giroa suspertzeko. Ez dago irtenbide magikorik, beraz, zenbait «botika» konbinatu behar dira edabean: fenomeno hori administrazioaren bidez arautzea; lokalak okupatzen laguntzeko berariazko programak sartzea; hirugarren sektoreko askotariko erabilerak bultzatzea (merkataritzaren eta ostalaritzaren bidez soilik ezinezkoa da izakin guztiak baliatzea).

Gaur egun, berrikuntzaren arloan gero eta garrantzitsuagoa da teknologia berriak espazio publikora lekualdatzea eta kudeatzea (mugikortasuna kudeatzen hasi, eta zerbitzu publikoak kudeatzeko aplikazio adimendunak garatu arte: argiak kudeatzeko, lorategiak ureztatzeko edo turistek informazioa emateko). Arlo horretan aukera ugari zabaltzen dira, eta, ziur asko, hurrengo urteetan askotariko bizipenak eta ekimenak garatuko dira, hiriko bizipenak eraldatzeko asmoz.

HARRERA ESPAZIOA Proiektua

Arrasateko hiri-gunean badago merkataritzako hirigintzari lotutako lan-dinamika bat: PERCO. Proiektu honetan ez dugu dinamika hori ordezteko asmorik. Aitzitik, elementu estrategikoen edo interes bereziko edo berrikuntzako guneen bidez osatu nahi dugu.

A.- GUNE HISTOTIKOA ARAUTZEN DUEN ARAUDIAREN HOBEKUNTZA –PERI –

PERIak eta bere ezarpenak, azken urteetan, eztabaida puntu handia suposatu du Udala eta Sektorearen artean, zeinek eragile hauen arteko laneko klima arrotzago egitearekin mehatxatzen duen eta baita publiko eta pribatuaren arteko lankidetzaren egoerarekin ere. Gune historikoa babesteko nahiarekin, bere bitxigarritasun eta erakargarritasuna, PERIak merkatarien fatxada edo erakusleihoetan mugak ezartzen ditu (goiko solairuen hutsuneak errespetatu beharra) eta ondoko lokalak integratzeko aukera.

Praktikan, bere ezarpenak, lokal hutsen okupazioa zailago eta garestiago bihurtzen du eta baita hauen eskualdatzea, beraz negozioak ixtera beharturik ikusten dira. Higiezin ondareen babesteko modurik egokiena bere erabilera aktibo eta errespetakorra izaten denez, kasu honetan, ondare hauek babesteko nahiak ideia honen aurkako efektuak sortzen ditu.

A.1.- UDALA-SEKTOREAREN ARTEKO ADOSTASUNA PERI-ren KUDEAKETA FLEXIBLE BAT GAUZATZEKO: HIRU URTEKO EGOKITZE EPEA

Udalaren hitzarmen bidez araudira egokitzeko hiru urteko epe bat ematea lortzea, merkatariei eta gune historikoan kokatzen diren aktibitate ekonomikoa gauzatuko duten agenteei zuzendua (hutsak zein okupatuak). Modu orokorrean ezarri beharrekoa, bai negozio berri, zein birkokatzen direnei edo establezimendu berriak ireki nahi dituzten jada funtzionamenduan dauden enpresei zein egungo aktibitateen eskualdatzei.

Epe “trantsitorio” honek, kokapena egokia den ala ez ikustea zein negozioaren bideragarritasuna kontrastatzeko aukera ematen du; baldintza ekonomikoak sortuz lokalaren egokitzapenerako. Egokia izango litzateke honen aplikazioarekin batera alokairuaren prezioaren segimendua egingo balitzateke ere, txertaturiko flexibilizazioak lokalen prezioen gorakada ekiditeko (nahi ez den efektua).

A.2.- BARNE HAUSNARKETA BAT EGOKITZAPEN ADOSTU BATETARA HELTZEKO, EPE ERTAINEAN, PERI-aren ALDERDI “GOGOR” ETA EZTABAIDAGARRIENEN INGURUAN

Udalan barne hausnarketa bat, modu sosegatuan, egin dadin, epe ertainean PERI araudiaren aldaketa bat emateko, sektorearekin tentsio puntu handiak sortzen dituzten gaien inguruan eta baita bere ezartzerako garaian maniobra margen txikiagoan ere.

A.3.- UDAL EKINTZA “PEDAGOGIKOAK” GUNE HISTORIKOKO ERAIKINEN BIRGAITZEA SUSPERTZEKO

PERLaren inguruko eztabaidaz eta erabilera komertzialerako fatxadez haratago, gune historikoak eraikinak ditu interbentzio maila handi eta goranzkoarekin. Beraz, beharrezkoa da Udal ekintza pedagogikoen kudeaketa bat, interbentzio puntualentzako, zeinek arlo pribatuaren jarrera bultzatuko duen zentzu berean.

B.- GUNE HISTORIKOA: “HOTEL HORIZONTALEN” PROIEKTUA

Gune historikoaren eremu gehienetan “gune hotzak” daude, balorizazio komertzial zailekoak direnak (muturrak, goialdeko eremuak, fondoko kaleak) non lokal hutsak pilatzen diren. Gune hauentzat “proiektu berezien” bilaketa, merkataritza ez den erabilera batekin, irtenbide interesgarria izan daiteke. Zentzu honetan, Arrasateko gune historikoa ez da eszepzio bat.

Testuinguru honetan, azken urteetan zehar, nabarmentasun handia lortzen ari dira, komertzializatzeko eredu laguntzaile gisa, oportetako apartamentuen komertzializazio plataforma zehatzen bidez (AirBnB, Feerentals, etab.).

Bi egoerak jasoz, Arrasateko gune historikoa espazio erakargarri bezala ikus daiteke, non oporraldiko apartamentuen parke bat finkatzeko, lokal hutsetan kokatuak-HOTEL HORIZONTALA- (proiektu bereizgarria)- honela gune hotzen, merkataritzaren ikuspegitik balioa emateko zailak direnak, optimizatuz.

- Proiektuaren baliagarritasunaren esploratzea.
- Gune historikoko kale/eremuen zehaztapena, bere ezarpenerako interesgarri izango direnak, lanerako planteamendu posiblea
- Kudeaketarako aukera desberdinen planteamendua, independente edo koordinatuak Arrasate udalerrri kooperatiboaren baliabide turistikoaren markoan (eskaintzaren aurkezpena baliabide kooperatibo gisa)
- Lotura zuzena izango duen enpresa-proiektu bat sortzearen aukera.

C.- GUNE HISTORIKOA: LOKAL HUTSEN AURREAN EKINTZA MULTIPLEDUN ESTRATEGIA

Lokal hutsek udalerriko erakargarritasuna eta merkataritza-bultzada oztopatzen dituzte, bereziki, alde zaharreko gune batzuetan. Hortaz, arazo hori konpondu behar da. Irtenbideak ez dira errazak, eta are zailagoak dira «esparru hotz» batzuetan, non herritarren mugimendu txikia baitago.

Zailtasun hori kontuan hartzen badugu, beharrezkoa da zenbait alderditatik esku hartzea.

A.1.- ASKOTARIKO ESTRATEGIA: ZENBAIT «BOTIKAZ» EGINIKO EDABEA:

- { Gaur egun eraikinetako goiko solairuetan dauden enpresei pizgarriak ematea, lokal huts horiek bete ditzaten.
- { Ordenantza: arau horizontalak ezartzea, hiriko espazioaren kalitatea leku ekonomiko eta sozial gisa babesteko.
- { Gune Biziak: jada landu den eta ezarrita dagoen proiektua dinamizatzea (erakusleihen edertzea eta/edo bigarren erakusleiho baten erabilera establezimenduen partetik).
- { Artea eta sorkuntza: tokiko sortzaileei proposatzea lokal hutsen eta, orokorrean, merkataritza-fatxaden itxura hobetzeko prozesuan parte har dezaten.

D.- ARRASATE SMART CITY

Hiri adimendunen kontzeptua edo smart hirien kontzeptua mailaz maila zabaltzen ari da, eta teknologia berrietan oinarritzen da, hein handi batean (informazio-sentsoreak eta konektibitate handia, besteak beste).

- { Zenbait alderdi hobetzeko edo kontrolatzeko mekanismoak eskaintzen dituzte: argien kudeaketa, lorategiak ureztatzeko lana, trafikoa, aparkalekuak, giro- eta soinu-kutsadurako mailak, oinezkoen fluxuak edo kontzentrazioak eta hiriko espazioa kudeatzeko beste eremu batzuk;
- { horrez gain, herritarren, enpresen eta erakundeen arteko konektibitatea eta informazioa trukatzeko sistemak sortzen dituzte.

...horrek hiriko gune sozialaren iraunkortasuna eta bizi-kalitatea handitzen ditu.

Merkataritzako hirigintzan, batetik, harrera egitea eta, bestetik, zerbitzu- zein erosketa-bizipen oso erakargarriak bilatzen dira. Hirigintza mota horretan kontuan hartu behar dira Smart aukerak, etorkizuneko apustuak egiteko.

E.- SEKTOREAN HITZARMENA- APARKALEKUEN KUDEAKETA

Bisitarien erdigunean harrera erraztuko duen erreminta gisa, planteatezen da Ibai-Arte eta udaleko aparkamentuen kudeaketaz arduratzen den ajentearen arteko hitzarmen edo elkarlan moduko bat, prezio hipermurriztuan urteko aparkaleku ordu kopuru bat adosteko helburuarekin, zein merkatariek erabiliko dituzten kanpo kontsumitzaileen hiri guneko bisiten estimulu gisa (Arrasate Bizirik Proiektua ikusi B2).

F.- URBANISMO KOMERTZIALAREN INGURUAN LAN-UNITATE PUBLIKO-PRIBATUA

Azkenik, hiriaren ekonomia garatzeko esparruan hiriko espazioak duen garrantzia kontuan hartzen badugu, gai horri buruzko lan-talde publiko-privatua sortzea proposatzen dugu. **Hiri Ekonomiaren Mahairen** mendekoa izango da, eta arlo horretan sortzen diren premien eta ekimenen jarraipena egingo du (BID proiektua ikusi).

Lehendik identifikaturiko arazoez gain (batzuetan beraien artean loturekin), PERCO gisa mugatutako guneak (erdigune komertziala) eskuhartzea behar duten kale kopuru bat dago, duela urte batzuz geroztik (espalo estuak, etab.); gainera merkatal espazioak, nahiz eta ziaduta egon, estetika zharkitua dute, eta beraz ez dira atsegin ez erakargarriak; eta gainera oinezkoentzat gorderiko guneak esperientzia ez guztiz arrakastasu bezala agertzen dira.

Merkagune programak duen urteko periodotasunari erreparatuz:

- { lan unitate publiko-privatu konkretu bat eraikitzea, gai hauen ardura monografikorako; unitate “plural” eta “zuhurra”, aktore desberdinen oniritzia bilatzen duena, posible denaren barnean. Bere funtzioen artean:
- { HIRI ESPAZIOAREN BERRIKUNTZA PROGRESIBORAKO PLAN “MODULAR” bat elaboratzea. Posible diren eskuartze desberdinak “zaticatuko dituen” proiektu txiki eta urte urte gauzatzeko posible diren katalogo batean; eta aipaturiko lanerako unitateak modu mailakatuan eta progresiboki ezartzen joan dadila. Merkgaguneraren ekintzak ez daitezten urtean bertan inprobisatuak izan, baizik eta konpromezu bat eta plan mailakatu baten garapenaren fruitu izan daitezten (bere garapena PERCOarekin lotu).
- { BARNE MOTOREEN INGURUKO HAUSNARKETA JARRAITUA; ETA ERDIGUNEKO ESPAZIOAREN KONFIGURAZIO ETA ERABILERA: gaur egun hirigunean dagoen barne motoreen gabeziak, eragiten du hausnarketa hau txertatzea talde honen barnean; momentuz hiru aukera edo foku posibleen inguruan:
 - Azoka: oraindik konpondu gabeko arazoa
 - Zine zaharra; aukera handia eskaintzen duen espazio gisa
 - Biteriko Parkingaren gaineko espazio zentrala aukera moduan, egungo konfigurazio eta arazoak ez baitute elkartzeko gune egiten, pasuko eremua besterik ez da.

Arduraduna: Udala (Hirigintza eta Garapen Ekonomikoaren sailak)

Laguntzailea: Ibai Arte

6. Ardatza- Enpresen Lehiakortasun indartzea

- 6.1.- Enpresak profesionalizatzea
- 6.2.- Ondorengotzako eta gaztetzeko prozesuen kudeaketa aktiboa
- 6.3.- Berrikuntza eta teknifikazioa

Hiriko espazioaren kalitateaz gain, erosketa-bizipenaz gozatzeko ezinbestekoa den bigarren elementua merkataritza-sare lehiakorra edukitzea da, zentzuzkoa denez. Hori dela-eta, ezinbesteko lan-ildotzat hartu behar da hirugarren sektoreko enpresariak sentikor bihurtzea eta haiei are gehiago profesionalizatzen laguntzea. Lan hori egin ezean, antzuak izango dira aurrerago egin daitezkeen sendotze-lan gehienak edo beste lan mota batzuk.

Ildo horretatik, funtsezkoa da enpresa-ondorengotzako aukerak bilatzea. Horrek parkea gaztetzen lagunduko du, eta, horrekin batera, trebakuntza eta lanbide-prestakuntza ere indartuko dira, prestakuntza handiagoko profil eguneratuak baliatuta.

Azkenik, teknologia eta, oro har, merkataritzako jardueren teknifikazioa nahitaezkoak dira jarduera gehienetan. Lan-ildo hori gogoz eta egonkortasunez landu behar da, aldaketaren kontrako jarrerari eta inertziei aurre egiteko.

ENPRESEN LEHIAKORTASUN Proiektua

Helburua:

- Arrasateko merkataritza-parkearen lehiakortasuna handitzea, bezeroek erosketa-bizipenetan izaten duten gogobetetasuna areagotzeko eta parkearen iraunkortasuna hobetzeko.
- Bitartezko lanetan eginkizun elkarkorra sustatzea eta zenbait programa publiko bizkortzea, Arrasateko enpresa-sareak kapitalizatu eta optimizatu ditzan.
- Enpresen kolektiboa gaztetzea, enpresen parkea zaintzen laguntzeko eta modernizazio lehiakorreko lanak errazteko.

A.- GAZTETZEA ETA ONDORENGOTZA

Enpresa-parkea gaztetzea beharrezkoa da, bai negozioen jarraitasuna bermatzeko (merkataritzako parkea mantentzea), bai negozio berriak ezartzeko.

Eusko Jaurlearitza Berriz Programak lan-esparru interesgarria eskaintzen du enpresen ondorengotza eta gaztetzea bermatzeko. Hori optimizatzeko, ordea, beharrezkoa da jarraipena egitea eta erretiroa hartzean dauden kolektiboko kideen zati esanguratsu horren sentsibilizazioa etengabe zaintzea. Horrez gain, lan-ildo hori eta ekintzailtza-ildo klasikoagoa konektatu behar dira (lanpostu bideragarriaren bila ari diren gazteak, zeinek profil ekintzailea baitute).

Merkataritzako parkearen jarraitutasuna eta parkea gaztetzeko prozesua bermatu behar dira; horretarako, suspertze-lana eta jardun zuzenak egin behar dira kolektibo horrekin. Helburua merkatarien elkarte ahalik eta egoera onenean egotea da.

Merkataritza-kolektiboak, non kide asko erretiroa hartzean baitaude, behatzea, haien jarraipena egitea eta gai horri buruzko sentsibilitatea sortzea.

Honako hauek egiteko:

- { Berriz Programa sistematikoki eta etengabe «elikatu».
- { Eskualdeko Garapen Agentziak ekintzailtza sustatzeko egiten dituen lanak konektatu.

Jardun-protokoloa: Adina kontrolatzeko eta kolektibo interesdunaren asmo zuzenak ezagutzeko jarduerak + banakako lan-saioak antolatzea haiekin + Debagoienaren Mankomunitatearen ekimenarekin eta Berriz programarekin konexio sistematikoa. Lorpenen jarraipena.

B.- DIAGNOSTIKO ETA ENPRESEN ERALDAKETA LEHIAKORRA

Merkataritzako establezimenduen hobekuntza lehiakorra lortzeko, beharrezkoa da aholkularitza adituko esku-hartzeak eta banakako jardun-planak egitea (bai eta planen jarraipena egitea ere). Ondorengotzaren harira, badaude programa publiko batzuk, ondorengotza finantzatzeko (zati batean, behintzat). Hala ere, garatu eta ezarri aurretik, sentikor bihurtzeko lana egin behar da, inplikazioarekin batera. Horrez gain, alde aurretiko diagnosis egin behar da, enpresak programa horietan sar daitezten.

Merkatarien Elkartera eta Garapen Agentziak berak, posizio paregabea dute giltzarri lanak egiteko:

- bai instituzio garatzaile eta kudeatzailearekin zuzenean
- zein EAEko elkarte sektorial edo gremioarekin zuzenean

Ekintzarako Protokoloa: Espero diren irabazien gaineko ekintzen informazioan eraginarekin + enpresa bakoitzarekin saio partikularizatuak + bakarkako erraztasun/dinamizazio kolektiboari eginiko laguntza eskaeretan. Jarraipena.

Ekintza Plan zehatza bat lankidetzan programa hauen dinamizazio masiboa gauzatzeko.

C.- ARRASATE SMART: BERRIKUNTZA ETA KONEKTIBITATEAREN BEHARRAREN INGURUAN SENTSIBILIZAZIOA

Merkatariek lehiakortasun-premien aurrean ematen duten erantzuna eta bultzatzen duten dinamizazioa hein handi batean daude haien enpresa-jarreraren eta lanbide-trebakuntzaren mende (adierazgarria da, adibidez, kapitulu hori planeko lehentasunen amaieran jarri izana).

Horri buruz, «hezkuntza»- eta sensibilizazio-lana egitea proposatzen dugu, berrikuntzari buruzko gai orokorren gainean. Horretarako, merkataritza-bizipenak, jardunbide egokiak eta joerak azaldu beharko dira, lan-baldintza pertsonalak sortuz joateko, eta beste lan batzuei ekin ahal izateko.

Proposatzen dugun formula: Prestakuntza-formula zurrunik ez erabiltzea. Horren ordez, hauxe proposatzen dugu: bizipen berritzaileen esparru erlaxatua sortzea (informazio- zein trebakuntza-pilulak) + gaia eztabaidatzeko bazkari informala eta horri buruzko hausnarketa.

Ko-arduradunak: Ibai-Arte, Udala y Garapen Agentzia (ekintzen arabehera)

7. Ardatza- Elkarteratzearen indartze eta bultzada

- 7.1.- Kluster ikuspegia: merkataritza, turismoa eta zerbitzuak bateratzea eta elkarlanean aritzea
- 7.2.- Merkataritza dinamizatzeko suspertze selektiboa egitea eta ekimen kolektiboen bidez indartzea
- 7.3.- Kontsumitzaileengana hurbiltzea: merkatarien elkarteak eta kontsumitzaileak
- 7.4.- Balioa sortzeko zerbitzu berriak proposatzea

Merkataritzako sektorearen dimentsio kolektiboa -elkartzeko joera- ezinbestekoa da arestian aipatu ditugun apustu edo irtenbide gehienak kudeatzeko. Horren harira, funtsezkoa da jarrera elkarkorra sendotzea eta berrabiatzea, gaur eguneko mugak gainditzen dituzten eredu berritzaileak baliatuta.

Beraz, beharrezko deritzogu honako hiru ardatz hauek lantzeari:

- Hiriko espazioaren askotariko ezaugarriak barne hartzen dituen kluster ikuspegia (ikuspegi integratzailea): ostalaritza, kultura eta zerbitzuak; azpisektoreen arteko hibridazio- eta lankidetzak-dinamika; oztopoak ezabatzeko jarrera partekatua.
- Gaur egun, bazkideen enpresa-sareari laguntza ematen dioten jardun-ildoen indartze selektiboa (aldizkako trebakuntza-kanpainak, etab.)
- Elkartearen begiradan bezeroari erreparatzea, mailaz maila. Bezeroa merkataritzako sistemaren muina da, bezero barik ez dago sistema arrakastatsurik. Hori horrela, lehen azaldu dugun erkidego-ikuspegian kontuan hartu behar da kontsumitzaileengana hurbiltzeko jarrera (haien iritzia ezagutzea, bezeroak ere elkartean integratzea, adin goiztiarretatik bezeroei hezkuntza ematea, etab.).
- Orokorrak ez diren balio-zerbitzuak sortzeko mailaz mailako aurrerapausoa, hau da, zerbitzuen sorrera selektiboa egitea eta ordaindu nahi dituztenei zuzentzea (beraz, zerbitzu horiek ez zaizkie kide guztiei zuzenduko).

8. Ardatza- Publiko eta Pribatuaren arteko lankidetzaren koordinazioa eta hobetzea

- 8.1.- Hiriko ekonomia dinamizatzeko lidergo traktorea
- 8.2.- Sektoreen arteko topaguneak eta topaguneen koordinazioa sustatzea
- 8.3.- Mekanismo berritzaileak bultzatzea eta lehiakortasunez eta zorroztasunez jarduten dutela gainbegiratzea

Tokiko administrazioak protagonismoa eta indar traktorea dauka; hortaz, funtsezko eginkizuna bete dezake hiriko ekonomia bultzatzeko, zehazki, enplegua, aberastasuna, bizi-kalitatea eta gizarte-kohesioa sortzeko. Hirugarren sektoreko eskaintza, oro har, zatituta dago, eta mikoepresen artean egiten da; beraz, ezaugarri horiek kontuan hartuta, prozesu horretako lidergo traktorea hartu beharko luke.

Horretarako, sail edo jarduera mota horiek sendotzeaz gain, arestian aipatutako kluster ikuspegi elkarkorra indartuko duten eragileen arteko topaguneak eta lan-dinamika bateratuak bultzatu behar dira. Eta, ildo horretatik, lankidetzaren publiko-privatua sustatzeko mekanismo berritzaileei bultzada eman behar zaie (adibidez, BIDEk zabaltzen duten lan-ildoak).

BID-ARRASATE Proiektua

Helburuak:

- Gure garaiaren arabera egokituta dagoen hiriko ekonomia indartsua eraikitzea, eta sektore ekonomiko hori bizi-kalitatearen eta enplegu-sorreraren oinarria izatea.
- Hiriko ekonomia garatzeko berrikuntza-prozesuak zuzentzen dituzten udalerrietako bat Arrasate izatea.

Hiru lan-tresna erabili beharko lirateke, garapen horretan

A.- HIRI EKONOMIAREN KLUSTERRA

Eragile publikoak eta pribatuak –merkataritzan, ostalaritzan, jatetxeetan, kulturaren eta, orokorrean, zerbitzuetan garrantzi handieneko elkarteak, erakundeak, enpresak edota profesionalak zein adituak– integratzeko foroak sortzea: hausnarketa egiteko, ideiak eratzeko eta proiektuak zein ekimenak bultzatzeko lankidetzaren eta sustapen-esparrua izan dadin.

Egitura bi zirkulu edo bi mailaren arabera egitea aurreikusi dugu:

- { **Foru Orokorrean**, behintzat, bilera edo batzar bat egingo da urtean.
- { **Hiri Ekonomiaren Mahaia** edo Gune Nagusia: elementu dinamizatzailea eta koordinazio-esparrua izango da, Udaletxearekin batera (klusterraren kontseilu arautzailea).
- { **Proiektuei lotutako lan-talde zehatzak.**
 - **Hirigintza Merkataria**
 - **Turismoa**
 - **Erkidegoko ikuspegiak duten proiektuak (merkataritza eta kultura)**

Hain zuzen ere, jada aipatu da lanerako unitate publiko pribatua Hirigintza eta Merkataritzarako. Planteaturiko proposamen turistikoaren testuinguruan ere beharrezkoa izango litzatekeena. Eta hausnarketa berdina planteatu beharko litzateke, elementu teknologikoak dituzten proiektuen garapenean, Arrasate Erkidegoa proiektuaren ikuspegiarekin lotuta (CRM elkarteratua, AK Kluba, etab.).

B.- BIDen GARAPENAREN HITZARMEN MARKOA

Esparru-akordioa egitea, honako hauek lankidetzan aritzeko: udala, merkatarien elkarteak eta Arrasateko hiri ekonomiaren eragile adierazgarriak (merkataritzan, ostalaritzan, kulturean eta zerbitzuetan). Eragile horiek Eusko Jaurlaritzan Arrasate aurkeztuko dute lankidetzaren publiko-pribatuaren eredu berria zabaltzeko erreferentzia-udalerrira gisa. Klusterreko kideek akordioa sinatuko dute (batzuek banaka sinatuko dute, eta beste batzuek, ordea, elkartearen izenean).

Akordioaren jarraipena egiteko lan-taldea sortzea: Hiriko Ekonomiaren Mahaiaren mendeko taldea, gaur egungo eredutik Eusko Jaurlaritza eraikitzen ari den eredura igartzeko prozesuari jarraipena emateko.

C.- JARRERA ELKARKORRA INDARTZEKO ETA MODERNIZATZEKO PLANA JAUZI HANDI BAT EGITEKO ZORIAN

Dinamizazio orokorreko jarduerak garatzeko edo hiria orokorrean suspertzeko lan elkarkorraren ereduak behea jo du. Merkataritzaren premiak bidegurutze batean daude, eta beharrezkoa da eraldaketa sakona egitea; hori dela-eta, planteamendu berriak ere egin behar dira.

Aldez aurretik aurkeztu diren proiektuak gain hartzea eta BID ereduaren aldeko apustua egitea bat datoz «jauzi» egiteko asmoarekin, hau da, jarrera elkarkorra berrabiatzeko eta modernizatzeko planak eskatzen duen hausturarekin. Besteak beste, honako hauek dira planaren norabideak:

- **Balioa sortzen duten zerbitzuak doitzea/saltzea:** Elkarrekin eskaintzen dituen zerbitzuak doitzea –elkarteko kideen premien arabera moldatzea eta norberaren neurria egokitzea–; horrela, eraldatzaileak izango dira benetan, eta enpresen lehiakortasuna hobetzen lagunduko dute. Horren ondorioz, zentzuzkoa liteke orain arteko zerbitzu orokorrak edo bereizi gabeak edukitzeaz gain, zerbitzu zehatzak eskaintzea, eskaeren arabekoak, eta hartzaileek zerbitzu horien kostu gehigarria onartzea (zerbitzuak saltzea).

Arrasate Erkidegoa deritzon proiektuaren garapenean planteamendu horien oinarriak finkatuta daude.

- **Ibai-Arteren errefortzua ostalaritza eta zerbitzuen ardatzetan:** Hiriko ekonomiaren sarea askotariko eragileek josten dute; merkataritzako fatxada partekatzen dute, eta pultsua hartzen diote hiriarri. Horregatik, klusterren logika integratzaileak nagusi izan behar du. Eta, logika horrekin batera, beharrezkoa da ezberdinen artean eraikitzea eta kultura elkarkorra aldatzea. Zentzu honetan, ezinbestekoa da Ibai-Arteren barnean ostalarien presentzia indartzea (momentu honetan oso eskasa dena) eta aldi berean zerbitzuen gertutasuna lantzea.
- **Bezeroa/konsumo-atala integratzea:** merkataritzako sistemaren muina bezeroa da; bezeroari erantzun lehiakorra eta behar bezalakoa emango bazaio, bezeroaren iritzia, gustuak, beharrak eta abarrak ezagutu behar dira; beraz, hurbiltasuna eskaini behar dugu. Elkarrekin kontsumo-atala txertatu behar dute, eta bertan ahotsa eman behar zaie bezeroei, hots, kontsumitzaileei, haiek baitira merkatarien hobekuntzak bultzatzeko aldaketan motorra.

Orientazio orokor hauetatik, zehaztapen operatiboetan aholkatzen da:

- **Udalaren sostengua optimizatzea:** BIDen finantzaketa markoak oraingo hitzarmenaren planteamendua ordezkatu luke. Dena den, eta honen inguruan dauden lan eritmoak kontuan izanik, logikoa dirudi traiektoria berriranzko agertokiei buruz hausnartzea.

Nahiz eta modu zehatzean ez izan, gaur egungo udalaren sostengu ekonomikoa Hirigunearen ekarpen ekonomikoaren osagarri baten formula bidez eraikitzen da, animaziorako ekintzentzat, limite zehatz batekin (udalaren ekarpenak Hirigunek jasandako laguntzen gastuaren % bat osatzen du, bere estaltze integraleraino, gutxi gorabehera, ekarpenen muga global batekin).

Agertoki honetatik abiatuz logika eraldatzaile eta proiektu zein zerbitzu berrien barneratsetik, positiboa izan liteke udal laguntza bereiztea... egungo finantzaketa dinamikari aldakorra animazio proiektuei lotua dago, Hiriguneren ekarpenekin ko-finantzaturiko ekintzei eta honakoa ahalbidetzen dute:

- Kale animazioari loturik ez dauden proiektuen garapena (Hirigune)
 - Gastatu gabeko fondoak poltsen sorrera, aurreikusitako mugaren barnean, etorkizuneko proiektu handizaleagoetan erabiliko litzatekeena
 - Hiriguneren deialdiak alde batera utzita finantzaketa bilaketa aktiboan sostengu edo laguntza.
- **Egitura operatiboak**
 - **Barne dinamizazioak:** **Kale Arduradun** figura sortzea aholkatzen da (rol hori betetzeko aukeratua) Elkartearen Zuzendaritza eta sektorearen arteko mezularia izango dena. Eta elkarteratuen klimaren zabaltzaile izango dena.
 - **Euskarri teknikokoak:** Eginkizun berriak edo balioa eransten duten zerbitzuak gehitzeko gogoia izan dezake edo egitura egonkor propioak txertatzekoak. Zentzu honetan, Eusko Jaurlaritzaren (Merkataritza teknikaria + Bekaduna) eskema mantentzea aholkatzen da eta esfortzu ekonomiko gehigarriak, egonez gero, proiektuen kudeaketa zehaztetara, teknikarien asistentzia bidez, bideratzea.
 - **Profesional bihurtzea eta teknifikazioa:** kudeaketa lehiakorra eta teknologia ez dira kontzeptu hutsak, «jokoz kanpo» ez geratzeko ezinbesteko eskakizunak baizik. Oinarri teknologikoko zerbitzuen kudeaketa kolektiboa mailaz maila ezarri behar da, eta kideen teknifikazioa kudeaketa horren bidez bideratu. Profesional bihurtzeko prozesuaren dinamizazioak eta kudeaketa lehiakorrek ere eskakizun garrantzitsuak dirudite aurreikusten dugun etapa berri horretan.

Ko-arduradunak: Udala + Ibai-Arte

Laguntzaileak: merkataritza enpresak, ostalariak, jatetxeak, turismoa, zerbitzuetako ekipamendu kulturalak... eta orokorrean hiri ekonomiarekin lotura duten profesinalak