

The logo for 'ikei' is displayed in a large, white, sans-serif font. The letters are three-dimensional and mounted on a dark blue, textured wall that resembles stone or brick. A horizontal white line is positioned below the letters 'kei'.

BERGARAKO MBPB

Diagnostikoa,
AMIA eta
Plana

E4989.001

2020ko Uztaila



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA
DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO



Bergarako
Udala

AURKIBIDEA

1. SINTESIA ETA LANAREN ESKEMA OROKORRA	3
1.1 Lanaren eskema orokorra	4
2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK	5
2.1 Herritarrak eta errenta	6
2.2 Jarduera ekonomikoa	10
2.3 Jarduera turistiko-kulturala	15
2.4 Errepide-sarea eta garraio publikoa	17
2.5 Hiri-gunearen Azterketa	18
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA	25
3.1 Bergarako merkataritza-jarduera	26
3.2 Guneen arabera Bergarako merkataritza-eskaintza	28
3.3 Enpresa txikizkariak	39
3.4 Merkataritza-lokalen betetze maila	41
3.5 Merkataritza gunea dinamizatzea	43
3.6 Inkesta merkatariei eta ostalariei	47
3.7 Bergarako Azoka	70
4. ESKARIAREN ANALISIA: BERGARAKO BIZTANLEEI INKESTA	72
4.1 Erosketa-ohiturak guneka	73
4.2 Sare sozialak eta onlineko erosketa	85
4.3 Erosketa prozesua eta esperientzia	88
4.4 Merkariarekin harremanetan jartzeko ibilbideak	95
4.5 Herriko erosketaren eta eskaintzaren balorazioa	96
5. ESKARIAREN ANALISIA: INGURUKO EGOILIARRAK	99
5.1 Lagina	100
5.2 Bergara Bisitatzeko Ohitura	101
5.3 Erosketa Ohiturak Bergaran	103
5.4 Bergaran ez erosteko arrazoiak / Bergara ez bisitatzeko arrazoiak	109
5.5 Bergararen irudia eta eskaintza	112
6. AMIA ANALISIA: AHULEZIAK, MEHATXUAK, INDARGUNEAK ETA AUKERAK	115
6.1 Ahuleziak	116
6.2 Mehatxuak	117
6.3 Indarguneak	118
6.4 Aukerak	119
7. BERGARAKO MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK / JARDUERA PROPOSAMENAK.....	120
7.1 Ildo Estrategikoak	121
7.2 Ekintza plana	128
7.3 Adierazleak.....	142



1.

SINTESIA ETA LANAREN ESKEMA OROKORRA

1. SINTESIA ETA LANAREN ESKEMA OROKORRA

1.1 LANAREN ESKEMA OROKORRA

0.Fasea: PROIEKTUAREN HASIERA

0.1 Eskuragarri dagoen informazioaren bilketa eta azterketa:

- ✓Udala
- ✓Hirigintza
- ✓...

0.2 MBPB Mahaiaren jarraipen Batzordean aurkeztea eta abian jartzea.

I.Fasea: ANALISIA ETA DIAGNOSTIKOA

1. UDALERRIAREN IDENTIFIKAZIO PARAMETROEN ANALISIA
2. EREMUAREN ESPAZIO MAILAKO ANALISIA
3. MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA
4. UDALEKO HORNIDURA SISTEMEN AZTERKETA: ZAMALANAK
5. MERKATARITZAREN OSAGARRI DIREN JARDUEREN AZTERKETA: OSTALARITZA, TURISMOA, KULTURA, ...
6. ESKARIAREN AZTERKETA
7. MERKATARITZARI LOTUTAKO PROGRAMEN BALORAZIOA

**BERGARAK
MERKATARITZAKO
ETA ZERBITZUEN
ARLOAN DUEN
KOKAPEN
LEHIAKORRAREN
INGURUKO
ONDORIOAK
AMIA ANALISIA**

II.Fasea: JARDUERA PROPOSAMENAK DISEINATZEA ETA ABIAN JARTZEA

**ILDO
ESTRATEGIKOEN
DEFINIZIOA**

**JARDUERA
PROPOSAMENAK
DISEINATZEA ETA
ABIAN JARTZEA**

2.

BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

- 2.1 HERRITARRAK ETA ERRENTA
- 2.2 JARDUERA EKONOMIKOA
- 2.3 JARDUERA TURISTIKO-KULTURALA
- 2.4 ERREPIDE-SAREA ETA GARRAIO PUBLIKOA
- 2.5 HIRI-GUNEAREN AZTERKETA

2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

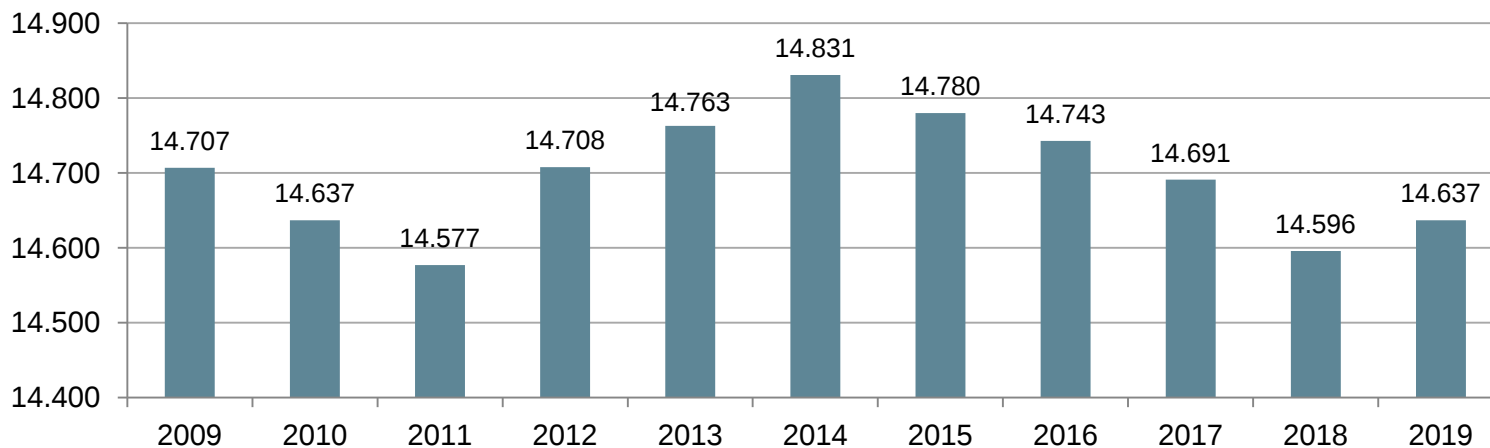
2.1. HERRITARRAK ETA ERRENTA

2.1.1. BERGARAKO BIZTANLERIAREN BILAKAERA

BERGARAK 2019an 14.637 pertsonen osatutako BIZTANLERIA du. Bergararen biztanleria, azken 10 urteotan, nahiko egonkor mantendu da, 14.600 eta 14.800 biztanleen arteko aldaketekin. 2011an izan zuen biztanleriaren puntu baxuena, 14.577 biztanlerekin eta 2014an berriz, bere punturik altuena 14.831 biztanlera iritsiz. Geroztik, aldatzen joan da, igoera eta jaitsiera batzuekin, 2019an dituen 14.637ko biztanleria eduki arte.



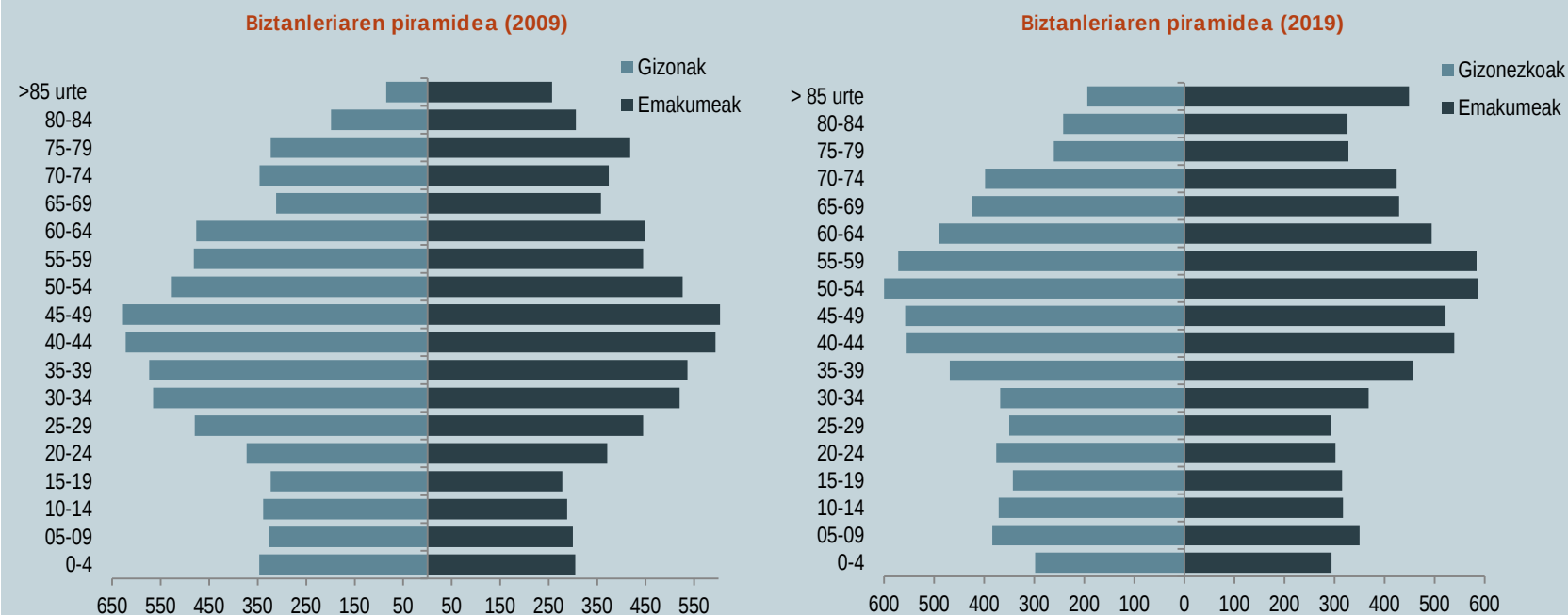
BERGARAKO BIZTANLERIAREN bilakaera



2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.1.2. DEMOGRAFIA EZAUGARRIAK: BIZTANLERIAREN PIRAMIDEA

BERGARAN, azken hamar urteetan, 2009 eta 2019 bitartean, adin nagusiko biztanleria nabarmenki hazi da (85 urte baino gehiagokoak eta baita 75 urtetik gorakoak ere). Halaber, gazteen hazkuntza ematen ari dela ikus daiteke, 19 urte baino gazteagoak diren pertsonen artean batez ere, nahiz eta 20 eta 45 urte arteko biztanleen jaitsiera (biztanleria gazte aktiboa) eman. Gaur egungo biztanleria egitura behatzean, epe laburrean zahartze prozesua sakondu egingo dela aurreratu dezakegu, familia izateko ahalmena duten adin-tartean dauden bergaratarren murizketa progresiboa ematen ari delako (34 urte eta beherakoak -% 10,1). Biztanle kopurua erlatiboki egonkor mantendu den arren, biztanle gehiago biltzen dituzten adin-taldeak aldatzen joan dira urte hauetan. Hartan, 2009an, biztanleria 30 eta 54 urte arteko adin-taldean kontzentratzen zen, berriz, 2019an 40 eta 60 urte arteko adin-taldera mugitu da.



2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.1.3. DEMOGRAFIA EZAUGARRIAK: BIZTANLERIA, ADINAREN ETA ERRENTAREN ARABERA

Azken hamarkadan, BERGARAK **igoera** **begetatibo negatiboa** izan du, beraz, **hamarkada honen saldo orokorra negatiboa da** (izan ere saldo negatiboko aldiak saldo positiboko beste batzuekin tartekatzen dira). 19 urtetik beherako haur eta gazteen ehunekoa % 6,6 hazi da eta halaber, adineko pertsonen ehunekoa (65 urte baino gehiagokoak), %16,7 da. **Zahartze-indizea 23,7an kokatzen da 2019an**, beraz 3,5 puntu hazi da 2009ko zahartze-indizearekin alderatuta.

BERGARAKO BIZTANLERIA ZAHARTZEN ARI DA, ETA GIPUZKOAKO BATEZBESTEKO KOPURUA BAINO AZKARRAGO

Biztanleria, adinaren arabera. Zahartze-adierazleak

	2009	2019	2019-2009	
			Dif.	%
Guztira	14.707	14.637	-70	-0,5
0 – 19 urte	2.506	2.672	+166	6,6
20 – 64 urte	9.223	8.490	-733	-7,9
≥ 65 urte	2.978	3.475	+497	16,7
Hautzaro indizea (% < 14 urte)	13,0	13,8	0,8	--
Zahartze indizea (% > 64 urte)	20,2	23,7	3,5	--
Gain-zahartze indizea (% > 74 urte)	10,8	12,3	1,5	--

Iturria: EIN eta Eustat. Udalmap

Familiako errenta osoa eta eskuragarria 2017, BERGARA, Gipuzkoa eta EAE

	Errenta osoa		Errenta eskuragarria	
	€	% oinarria 100 EAE	€	% oinarria 100 EAE
BERGARA	46.754	109,9	39.295	104,6
Gipuzkoa	44.943	105,6	37.562	104,7
EAE	42.940	100,0	35.856	100

Errenta pertsonaletik Gizarte Segurantzako eta kontuko atxikipenen kuota likidoaren gastuak kenduta ateratzen da.

Iturria: Eustat.

BERGARAKo **batezbesteko familiako errenta**, Eustatek ematen duen azken datuaren arabera, 2017. urtean **46.754 eurokoa** da, eta familiako errenta eskuragarria erreferentzia gisa hartuz gero, urtean 39.295 €-ra jaisten da.

Horrek, BERGARAKO familiako errentak EAE osokoa baino zertxobait altuagoa dela adierazten du: EAEko errenta osoaren % 109,9 eta familiako errenta eskuragarriaren % 104,6.

2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.1.4. DEMOGRAFIA EZAUGARRIAK: BIZTANLERIA, AUZOKA

BERGARATARREN %24-a HERRIGUNETIK URRUN DAUDEN LANDA ZONALDEKO AUZOETAN BIZI DA

Biztanleria, auzoka	2009	2019	2019-2009 Aldak. %
Hirigunea: Alde Zaharra eta Erdigunea	5.621	5.570	-0,9
Auzoak: Bolu-Arane Erreka, San Lorenzo –Zubieta, Zubiaurre-Martxo-Ozaeta-Ibarra, San Antonio –Espoloi, Matxiategi-Santa Marina	5.222	5.534	6,0
Landa eremua: Angiozar, Ubera, Elorregi, Osintxu, Elosua	3.864	3.533	-8,6
Guztira	14.707	14.637	-0,5

Iturria: IINE eta Eustat.

	2009		2019	
	Guztira	%	Guztira	%
1. DISTRITOA	7.387	50,2	7.113	48,6
1.Sekzioa	1.766	12,0	1.543	10,5
2.Sekzioa	1.973	13,4	1.909	13,0
3.Sekzioa	811	5,5	815	5,6
4.Sekzioa	1.040	7,1	1.120	7,7
5.Sekzioa	1.797	12,2	1.726	11,8
2. DISTRITOA	3.832	26,1	4.111	28,1
1.Sekzioa	911	6,2	856	5,8
2.Sekzioa	826	5,6	707	4,8
3.Sekzioa	1.497	10,2	2.548	17,4
4. Sekzioa	598	4,1	-	-
3 DISTRITOA	3.488	23,7	3.413	23,3
1.Sekzioa	1.390	9,5	1.423	9,7
2.Sekzioa	1.073	7,3	1.033	7,1
3.Sekzioa	1.025	7,0	957	6,5
BERGARA	14.707	100,0	14.637	100,0

Iturria: INE eta Eustat.

BERGARA udalerriaren hedapena 75,97 km²-koa da. Biztanleriaren kontzentrazio handiena hirigunean ematen da %75,9: Alde Zaharra eta Bergarako Erdigunean (Ibargarai, Irala...) biztanleriaren %38,1a bizi da eta hiriguneko beste auzoetan (Matxiategi-Sta Marina, San Antonio-Espoloi, San Lorenzo-Zubieta...) bizilagunen %37,8.

Bestetik, urruneko auzo eta landa-zonaldean (Ubera, Elorregi, Angiozar, Osintxu, Elosua...) biztanleriaren % 24,1a kokatzen da, hau da lau biztanletik bat, bertan bizi da.

Eboluzioari begira, azken hamarkadan, biztanleria nahiko egonkor mantendu da, eta aldaketa nagusiak auzoetan eta landa zonaldean ematen diren arren, Eustatek bi urte hauetan egiten duen sekzio banaketa desberdina, biztanleria aldaketa hauek ulertarazten ditu.

2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

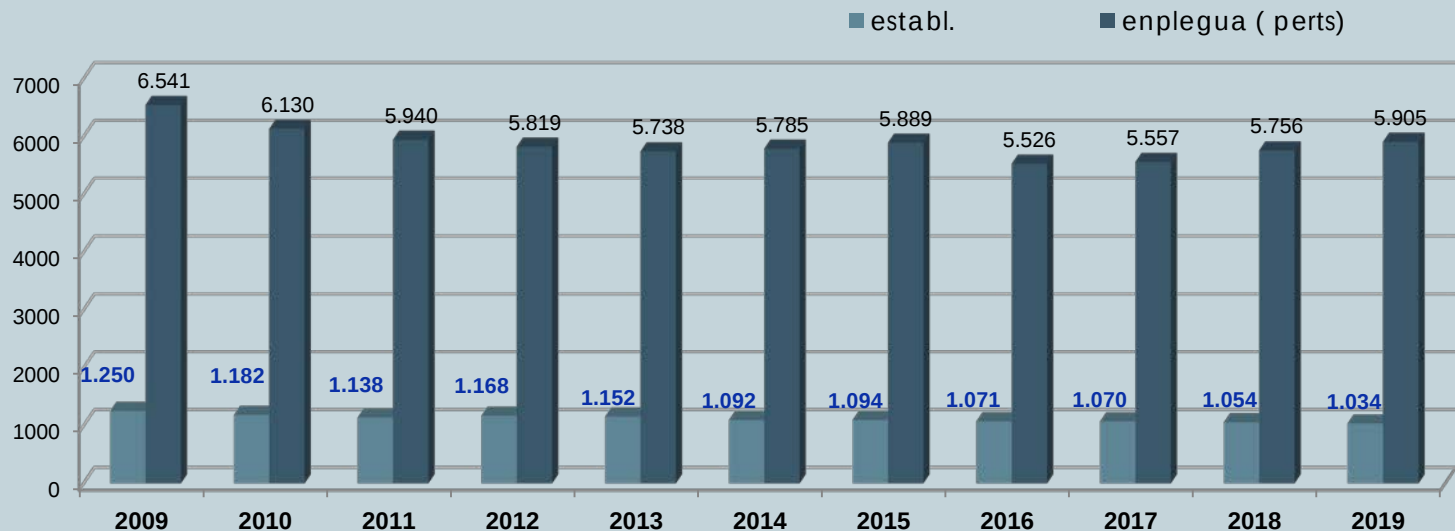
2.2. JARDUERA EKONOMIKOA

2.2.1. ENPRESA EHUNAREN BILAKAERA

2019an BERGARAn guztira jarduera ekonomikoa duten 1.034 establezimendu daude (industria, zerbitzuak, merkataritza...), **2009an zeuden establezimendu kopurua baino % 17,3 gutxiago**. Hala ere, jaitsiera hau nahiz eta kontuan hartzekoa izan, txikizkako sektorearena baino apalagoa da (-% 25,8).

Establezimendu kopuruaren jaitsiera hori udalerrian enplegatutako pertsona kopuruaren bilakaera baino altuagoa da: 2008 eta 2019 artean, enplegatuen zenbatekoa % 11,2 jaitsi da (6.654 lagun izatetik 5.905 izatera).

BERGARAKo enpresa-ehuna: establezimendu eta enplegu kopurua (2019).



Iturria: Eustat.

2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

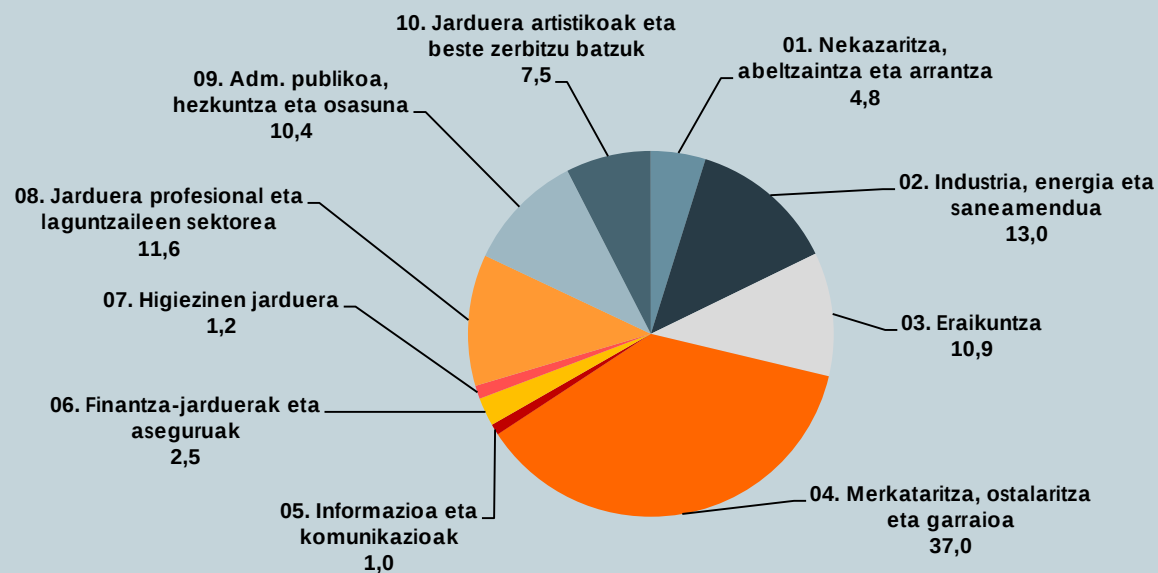
2.2. JARDUERA EKONOMIKOA

2.2.2. ENPRESA SAREAREN BANAKETA SEKTOREKA

Jarduera sektoreka aztertuz, **merkataritza, garraioa eta ostalaritza jarduerak aipagarriak dira, jarduera guztiaren % 37,0 suposatzen baitute** (EAEko jarduera horretako % 37,7ko presentziaren parean hain zuzen).

Ondoren, industria, energia eta saneamendu jarduera nabarmentzen da (% 13), EAEko batezbestekoaren gainetik (% 6,3). Ondoren, jarduera profesional eta laguntzaileen sektorea (% 11,6) kokatzen da. Amaitzeko, eraikuntza (% 10,9) eta administrazioa publikoko jarduerak (% 10,4) kokatzen dira.

Enpresa sarearen banaketa jarduera sektoreka (2019)



Fuente: Eustat.

2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.2. JARDUERA EKONOMIKOA

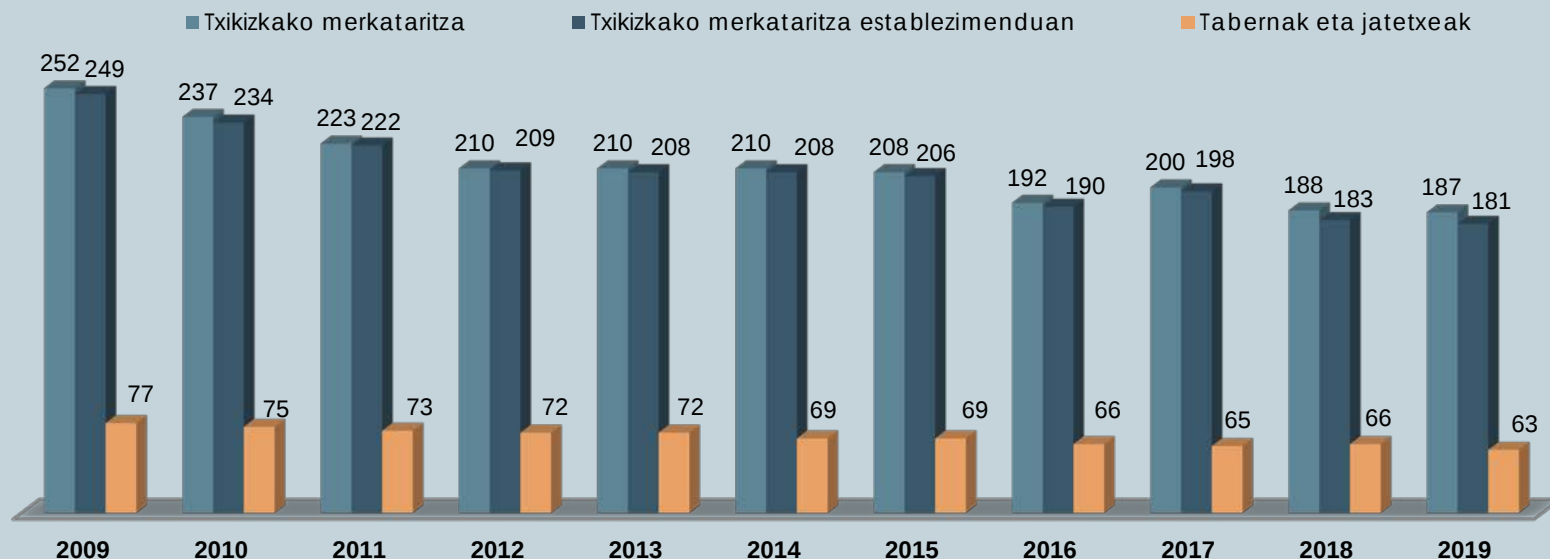
2.2.3. MERKATARITZA TXIKIZKARIA ETA OSTALARITZA: EZAUGARRIAK ETA GARAPENA

Bergarako merkataritza txikizkariaren eta ostalaritzaren sektorea 250 saltokik osatzen dute 2019an, EUSTATen arabera:

- 187 merkataritza txikizkari; horietarik 83k kalean eta 9-k saltokitik kanpo jarduten dute (saltzaile ibiltariak,...).
- 63 Ostalaritza eta jatetxe-establezimendu.

Bilakaerari dagokionez, joera desberdinak bereizten dira. Merkataritza txikizkarian, joera beherakorra ikusi dezakegu, 2009tik 2019ra; merkataritza txikizkaria 252tik 187era murriztu da, hau da -% 25,8a. Gainera, ostalaritzan joera ez da positiboa ezta ere, eta urtetik urtera etengabe jaisten da. 2009an 77 zeuden eta 2019an 63 mantentzen dira. Hamar urte hauetatik, zenbaki baxuena 2019an lortutakoa da.

Enpresak jardura sektoreen arabera (2009-2019)



* Iturria: JEGID (Eustat). Ikus Ikei egindako landako lanaren inguruko 5. Kapitulu zehaztasunez

2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.2. JARDUERA EKONOMIKOA

2.2.4. MERKATARITZA TXIKIZKARIA ETA OSTALARITZA: EZAUGARRIAK ETA GARAPENA

BERGARAKo merkataritza, ostalaritza eta zerbitzuetako sektore osoa % 15,8 murriztu da 2009-2019 aldian. Txikizkako merkataritzari begira, **jaitsiera -25,8%** jaitsiera hau Gipuzkoako batatz besteko jaitsierarekin alderatuta, nabarmenagoa da (-%22,1).

Txikizkako merkataritzari dagokionez, **ohiko merkataritza nagusitzen da** (elikadura, farmazia eta drogeria); izan ere, herriko saltokien % 30,8 hartzen du.

Bilakaerari dagokionez, **jarduera ia guztiek jaitsiera izan dute 2009-2019 aldian, bereziki etxeko horniketan deigarria da.**

Ostalaritzak aldi honetan jaitsiera aipagarria izan du, zortzi jatetxe eta sei edarien establezimendu gutxiago daude Bergaran.

Zerbitzuen sektorea, nahiz eta **-% 6,1eko** jaitsiera izan, azpimarratzekoa da pertsona zerbitzuek izan duten hazkundera %13,8.

Txikizkako eta ostalaritzako establezimenduak, jarduera-adarraren arabera (2009/2019)

Jarduera Lerroak/ Ramas de Actividad	Saltoki Kop/ N° Establecimientos		
	2009	2019	%var
Txikizkako Merkataritza	252	187	-25,8
Ohizko Elikadura	65	55	-15,4
Moda, zapatak, osagarriak	63	39	-38,1
Drog, lurrinkeria, farmazia	10	12	20,0
Etixerako Horniketa	36	18	-50,0
Elektronika, Komunikazioak	13	9	-30,8
Aisia eta Kultura	19	11	-42,1
Ibilgailu eta Erregaien Salmenta	10	11	10,0
Txikizkako beste batzuk	33	26	-21,2
Estbal. Kanpo	3	6	100,0
Ostalaritza	77	63	-18,2
Edangarri establezimenduak	53	47	-11,3
Jatetxeak	24	16	-33,3
Zerbitzu Orokorrak	278	261	-6,1
Ekonomiko-finantza zerbitzuak	97	87	-10,3
Pertsona zainketarako zerbitzuak	80	91	13,8
Etixerako zerbitzuak	22	21	-4,5
Besteak/ Resto	79	62	-21,5
Eskaintza Guztira	607	511	-15,8

Iturria: JEGID, Eustat.

2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.2. JARDUERA EKONOMIKOA

2.2.5. MERKATARITZA TXIKIZKARIA ETA OSTALARITZA: BERGARA HURBILEKO INGURUNEAN



Txikizkako eta ostalaritzako eskaintza inguruan, 2019

Inguruko udalerriak	BIZTANLERIA	Merkataritza eta ostalaritza establ.		Dentsitatea (establ. / 1.000 biztanle)	
		Merkata.	Ostalar.	Merkata.	Ostalar.
Bergara	14.637	187	63	12,8	4,3
Antzuola	2.126	17	10	8	4,7
Aretxabaleta	7.128	52	31	7,3	4,3
Arrasate	22.001	261	114	11,9	5,2
Elgeta	1.136	7	5	6,2	4,4
Eskoriatza	4.065	28	24	6,9	5,9
Leintz-Gatzaga	234	1	2	4,3	8,5
Oñati	11.380	116	43	10,2	3,8
Debagoiena	62.707	669	292	10,7	4,7

* Establezimendutik kanpoko jarduera kontuan hartu gabe (saltzaile ibiltariak, vendinga,...)
Iturria: JEGID, EUSTAT

Bergara, Debagoiena Eskualdearen barnealdean kokatzen da, eta bere bertako biztanleria, eskualdeko handienetako bat da, Arrasateren ondoren.

Merkataritza eta Ostalaritza establezimenduei begira, Bergarak pisu nabarmena du eskualde mailan, non Arrasate da, bere gainetik kokatzen den udalerri bakarra. Hala ere, eskualdeko merkataritza-dentsitate handiena lortzen du, Arrasate puntu batean gaindituz (12,8 establezimendu mila biztanle bakoitzeko). Ostalaritza dentsitatean ordea, ez da eskualdeko beste udalerriengandik nabarmentzen.

2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.3. JARDUERA TURISTIKO-KULTURALA

BERGARA barnealdeko udalerria da, industrial eta biztanle aldetik tamaina ertainekoa. Gipuzkoako bihotzean kokatuta egoteak, eta azken urteetako beste herri eta hiriekin, hala nola, Donostia, Vitoria-Gasteiz, Zumarraga eta Beasain errepide konexioen hobekuntzak direla medio, bere posizionamendua nabarmenki hobetu du.

Gaur egun, baliabide turistiko diren hainbat ondare baliabide ditu, udalerriko iragan industrial eta merkataria dela eta.

- Lorategi Historikoak
- Hiltzoriko Kristoa
- Laboratorium Museoa
- Seminarixoa
- Santa Marina azoka
- Agarreko Garaia
- Laureagako Jauregia
- Dolmenen Ibilbidea
- Baserritarren eta bertako produktuen azoka. Oxirondo azoka. (Martxoak 7)

Agenda kulturalaren eta jai-giroko agendaren erakargarritasuna (San Martzial erromeria, Agirreko San Martin jaiak, Erramu Larunbateko Azoka, Mendekoste jaiak) turistentzat nahiz bertakoentzat eskainitako eskaintza-aukera ugariarekin lotuta dago.

Lorategi Historikoak



Agarreko Garaia



Laureagako Jauregia



Santa Marina azoka



Aikhur Museoa



Hiltzoriko Kristoa



Dolmenen Ibilbidea



2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.3. JARDUERA TURISTIKO-KULTURALA

Bergaran hainbat ospakizun eta ekintza antolatzen dira urtean zehar, nabarmenetarikoak:

- Irailaren 16an, San Martin Agirreren omenezko jaiak dira, Azoka, danborrada eta su artifizialekin.
- Ondoren, Bergarako inauteriak ere nahiko ezagunak dira eskualde mailan, ostiral mehea ospatzen den haurren desfilearekin, koadrila eguna larunbatean eta asteartean sardinaren ehorzketarekin.
- Mendekoste jaiak, dantza-txapelketa, txirindularitza-proba, pintura-lehiaketa eta kontzertuekin,
- eta San Martzialeko erromeria, auresku tradizionalarekin ospatzen da.

Hainbat azoka ere egiten dira Bergaran, Erramuen larunbateko azoka (Erramu egunaren bezperan) eta Elosuako ganadu-azoka urriaren 12an. Gainera, urte osoan zehar, musika eta antzerkia egiten dira seminarixoan eta Zabalotegi Aretoko jarduerak ere erakargarritasun nabarmena dauka.

Beste ekintzaile nabarmenak, Musika Eskola (Gabonetako kontzertua, Santa Zezilia kontzertua, Erramu Zapatuko Ferixen eta Iñauterietan egiten dituzten txarangak, dantzak eta abesbatzak...) eta Xaxau elkarteak dira, urtean zehar jarduera desberdinak antolatzen dituztenak. Udalerriko kultur programazioa kulturklik.euskadi.eus, kulturweb.com edo udaletxearen web orrien bidez zabaltzen da. Bertan biltzen dira udalerriko kolektiboek antolatzen dituzten jarduerak eta Udalak antolatzen dituenak.

Agenda

FESTAK	Urtarrila	Otsaila	Martxoa	Apirila	Maiatza	Ekaina	Uztaila	Abuztua	Iraila	Urria	Azaroa	Abendua
Otsailak 19: Inauteriak		XX										
Pazko eguna 49 egun ondoren: Mentekoste festa						XX						
Santuaren egunaren ondoko igandea: San Martzialgo Kultur ekitaldia						XX						
Kultur ekitaldiak	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Irailak 16: Agirreko Sa Martín jaiak									XX			
Erramu-igandearen bezpera: Erramu zapatua				XX								
Urriak 12: Elosuako ganadu azoña										XX		
Kirol ekitaldiak	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Martxoak 15: Txistularien kontzertua			XX									
Apirilak 25: Elirale Konpainiaren "O!" dantza garaiakidea				XX								
Maiatzak 2: Ainara Ortega ONIN					XX							

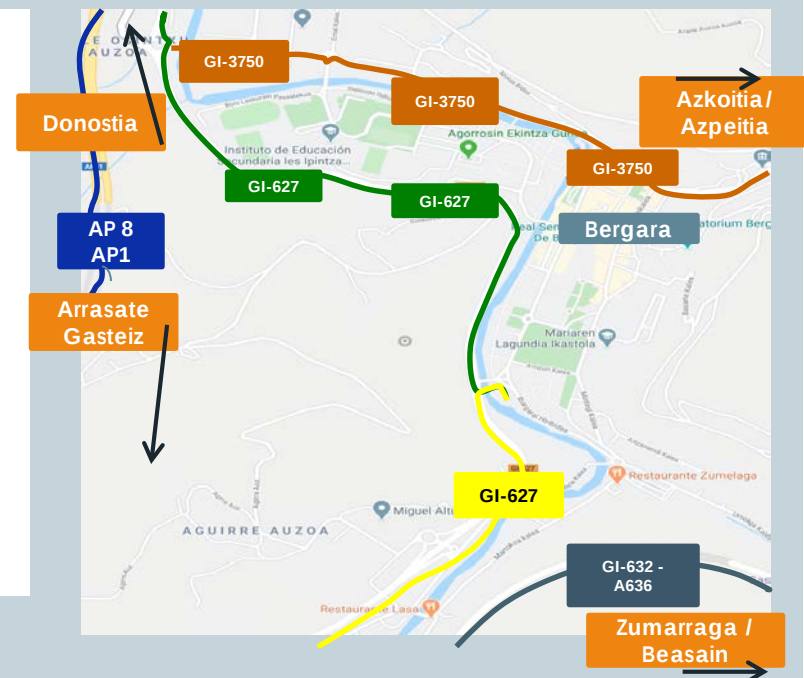
2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.4. ERREPIDE SAREA ETA GARRAIO PUBLIKOA

- BERGARA Donostia eta Vitoria-Gasteizetik 50 eta 34 minutura dago eta errepide-sare egokia dauka.
- AP-8: Donostiatik Bilbora autobidea.
- AP-1: Gasteizetik Arrasaterantz autobidea.
- A636 Bergara Beasain koridorea, Autobia berria, 2019. urtean ireki zuten, Zumarraga eta Beasainekin lotzeko bide azkarra, eroso eta segurtasun handiagokoa.

Garraio publikoaren eskaintzari dagokionez, BERGARAK honako hauek ditu:

- **BERGARAKo autobus sarea** (Lurraldebus), Zumarraga autobus lerro bidez komunikatua dago. Bergara>Antzuola>Zumarraga (Zumarraga>Antzuola>Bergara>Antzuola>Zumarraga). Autobusa Amillaga 22 Kalean hasten da, Bergaran, eta Piedad 3 Kalean amaitzen da ibilbidea, Zumarragan. %23ko erabilera du kanpoko lekualdatzeetan (Mugikortasun Diagnostikoaren arabera 2019).
- **Herri-busa:** BERGARAK herri -autobuseko zerbitzu propioa du **urruneko auzoen irisgarritasuna hobetzen duena:** Angiozar, Elosua, Ubera... % 3ko erabilera barneko lekualdatzeetan (Mugikortasun Diagnostikoaren arabera 2019).



2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.5. HIRIGUNEAREN AZTERKETA

2.5.1. LOKOMOTORA URBANO BILAKATU DAITEZKEEN ZONALDEAK

HIRIGUNEAN, LOKOMOTORA URBANO BIHURTU DAITEZKEEN GUNE LIBRE ERABILGARRIAK IDENTIFIKATZEN DIRA.

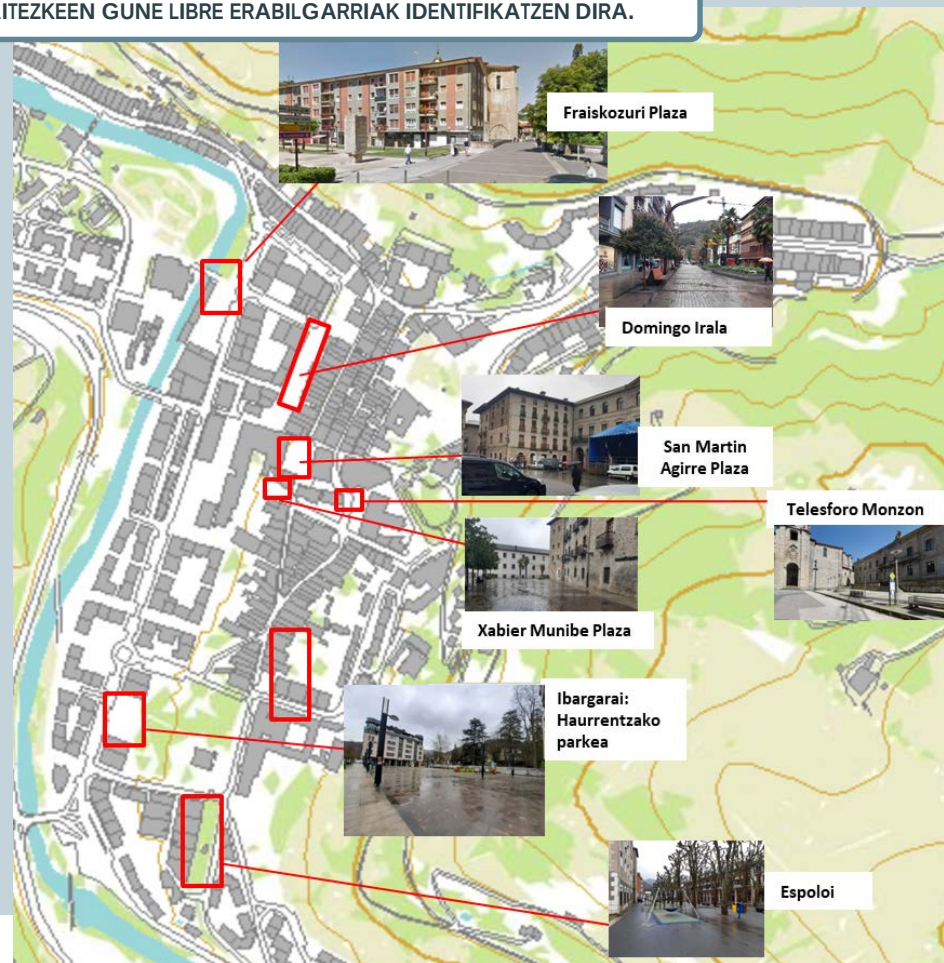
BERGARAK, bereziak eta atseginak diren hainbat egonaldiko zonalde eta gune desberdinak ditu, eta bertan zenbait dinamizazio-jarduera egiteko aukera eskaintzen dute :

Alde zaharra; paregabeko eraikuntzak eta historia nabarmena duten gune desberdinak aurkitu daitezke, hala nola:

- San Martin Agirre Plaza
- Xabier Munibe Plaza
- Telesforo Monzon Plaza
- ...

Erdigunean ere, aisialdi zonalde desberdinak aurkitzen dira Ibargarai etorbidean barrena (Arrizuaga Parkea, Espoloi, ...) haur-parke ugariekin, D. Irala oinezkoen gune gisa eta baita Fraiskozuri plaza ere.

Gune hauek, lokomotora-urbano bihurtu daitezke, ekitaldi eta ekintza anitzak bertan eginez, gertu dauden merkataritza zonaldeak dinamizatzen laguntzeko.

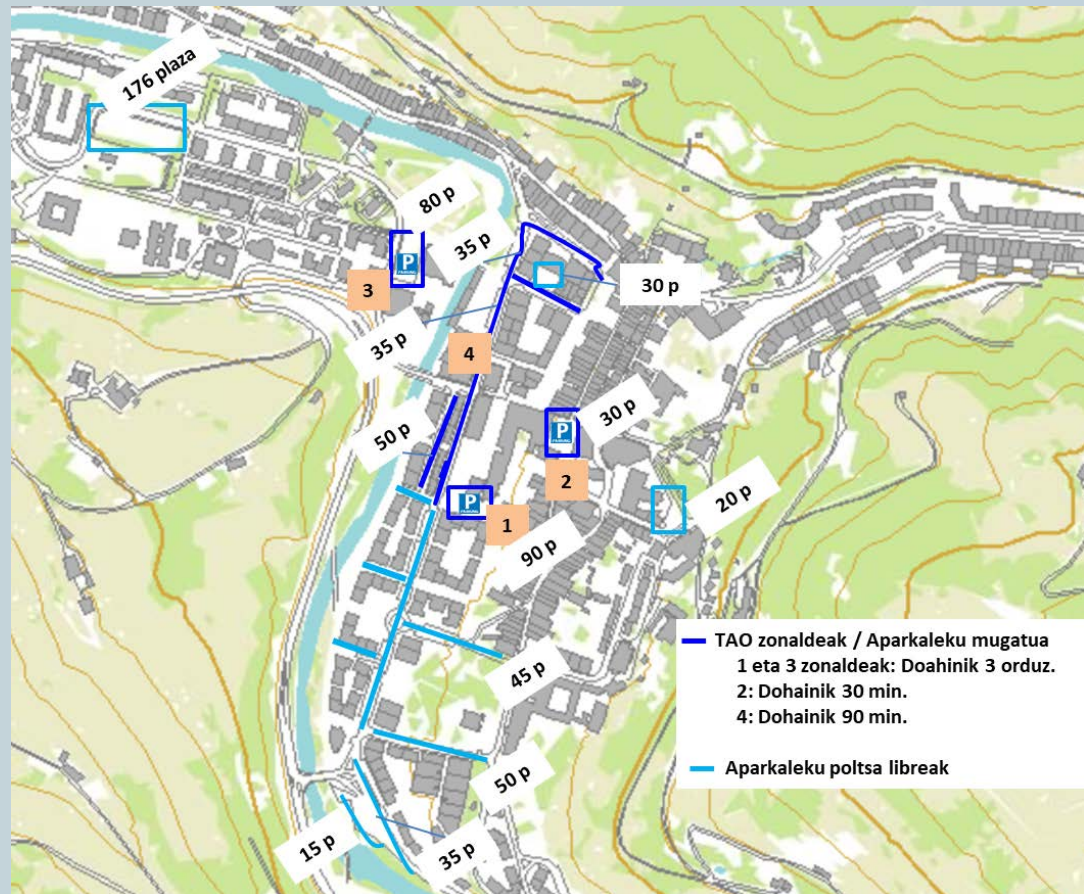


2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.5. HIRIGUNEAREN AZTERKETA

2.5.2. APARKALEKU PUBLIKOAK

- Guztira Bergaran 2.591 aparkaleku inguru zenbatu dira kalean, 2019ko Mugikortasun Diagnostikoaren arabera.
- Plaza hauetatik, batzuk Aparkaleku mugatu zonaldeetan ezartzen dira, eta besteak ardatz desberdinetan kokatzen diren aparkaleku libreak dira.
- Erdigunetik zehar, aparkaleku mugatuko zonaldeak alde batera utzita, plaza kopuru desberdina duten zenbait aparkaleku multzo identifikatu dira: Madalena (20-30 plaza), Matxiategi (176-180 plaza), S.Arrieta (30 plaza)...
- Ibargarai etorbidearen inguruan, BERGARAKO merkataritza ardatz nagusienak kokatzen dira eta plaza guztien % 20 esparru honetan daude, aparkaleku mugatua eta aparkaleku librea konbinatuz.
- Oxirondo plazan, Merkatu inguruan, 80 plaza zenbatu dira, eta San Martin Agirre Udaletxean, beste 30 plaza, bi gune hauek aparkaleku mugatua dute, iraupen mugatu desberdinarekin.



2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.5. HIRIGUNEAREN AZTERKETA

2.5.3. ARRATSALDEETAN JARDUERA EZ DUTEN ZERBITZUAK

ARRATSALDEETAN ITZALTZEN DIREN GUNEAK

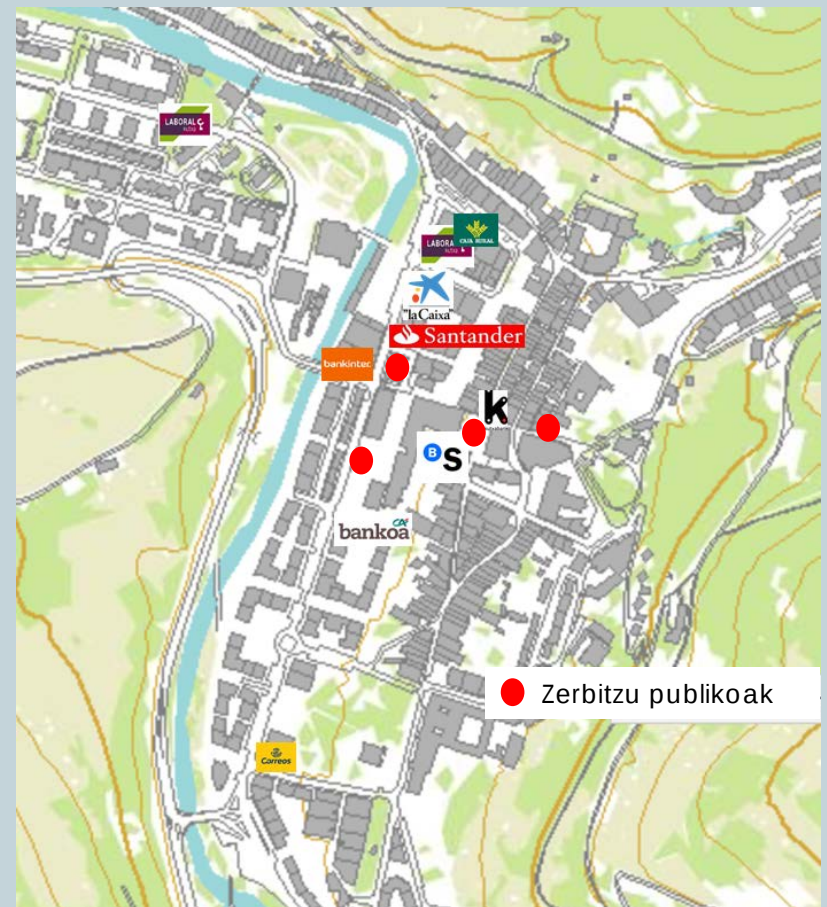
Bergaran, arratsaldeetan jarduera ez duten zerbitzu desberdinen kontzentrazioa nabarmena ematen da zenbait guneetan.

Zehazki, **Ibargarai -Fraiskozuri- Irizar gunean**, 5 finantza entitate zenbatu dira. Honek, goizetan oinezkoen fluxuak handitzen dituen arren, arratsaldeetan duen eragin negatiboa ere aipagarria da.

Beraz, etorkizuneko ezartze berrietan, kontuan hartzeko guneak dira, zerbitzu hauen eragina, bestelako zerbitzu eta merkataritza establezimenduekin indartzeko aukerak sustatuz.

Inguruan dauden eta arratsaldeetan baita itxita dauden beste hainbat zerbitzu publiko ere aurkitzen dira, kontuan hartu beharrekoak:

- Udaletxea
- Epaitegia
- Correos- posta zerbitzua
- Miguel Altuna Eraikina (hutsik)
- María Lagundia Ikastetxea

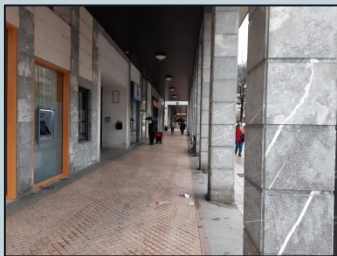


2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.5. HIRIGUNEAREN AZTERKETA

2.5.4. ESKAINTZAREN IKUSPENEAN ERAGINA DUTEN FAKTOREAK

APARKATUTAKO IBILGAILUAK, EDUKIONTZIAK, HESIAK ETA ARKUPEAK IKUSPEGI URBANOAN INTEGRATZEN DIRA OINEZKOEN BEREHALAKO IKUSPEGIA OZTOPATZEN DUTELARIK

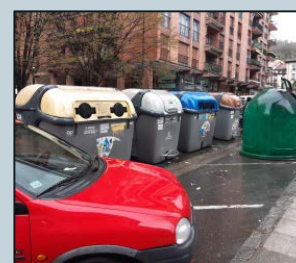


IBARGARAI etorbidean merkataritza establezimenduak, eraikuntzaren morfologiagatik arkupeetan kokatzen dira, beraz hauen erakusleihoen eskaintzaren ikusmena murriztua dago.

IBARGARAI etorbidean merkataritza establezimenduak arkupeetan kokatzearen eraginari, zenbait ibilgailu aurrean edukitzea gehitzen zaie, hau da, arkupeak duten eragin negatiboa areagotuz.



Kruz Gallastegin, Lorategien diseinuak eta aparkalekuek merkataritza establezimenduen eskaintzaren (erakusleihoak) ikuspegia trabatzen dute. Gainera zabor edukiontzien eragina ere oso negatiboa da ardatz honetan.



IRIZAR pasalekua: edukiontzia, hiri ikuspegia trabatuz eta eraikuntzaren morfologiak, merkataritza establezimenduen ikusmena oztopatzen dute.

2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.5. HIRIGUNEAREN AZTERKETA

2.5.5. MERKATARITZA ARDATZ NAGUSIA: IBARGARAI

IBARGARAI ETORBIDEAren lehen zatian, Bergarako Ardatz nagusia izanik, bere irudia egoera ezinhobean mantentzeak, lehenetasuna beharko luke. Hala eta guztiz ere, hobetu behar diren zenbait puntu identifikatu dira:

- Espaloi eta zoruaren egoera desegokia: baldosa hautsiak eta lur irristakorra.
- Miguel Altuna eraikina hutsa egoteak eta Pilotalekuaren kokapenak, ardatzaren hozte garrantzitsua eragiten dute (200m), ardatza zatituz eta bere indarra eta potentzialtasuna gutxituz.
- Zabor Edukiontzien irudi negatiboa (kopuru nabarmena ardatzaren erdi-erdian).



Espaloi eta Zoruaren egoera



Edukiontzien eragina ardatz nagusian



Miguel Altuna eraikina hutsik

2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

2.5. HIRIGUNEAREN AZTERKETA

2.5.6. MERKATARITZA IRUDIAREN KONTRAPUNTUAK

MERKATARITZA IRUDIAREN JARRAIPEN EZA EMATEN DA BERGARAN: SALTOKI BERRITUAK ETA ZAINDUAK, OSO ZAHARTUAK DAUDENEGIN BATERA ELKAR BIZI DIRA.

- Bergaran, merkataritza irudiarekin loturiko zenbait puntu negatibo eta positibo identifikatu dira.
- Oro har, MODA eta ETXERAKO HORNIKETAN (Dekorazioa) dabilzan profesionalek, euren establezimenduak egoera eta irudi onarekin dituzte: erakusleihu erakargarriak, saltoki berrituak, gaur egungo joerekin bat datozenak.
- Bestetik, ELIKADURA SEKTOREAN batik bat, oso zaharkituak dauden saltokiak identifikatu dira, historikoki nabarmenak izan direnak, eta gaur egun oraindik ere, turistikoki erakargarri izan behar dutenak. Baita ere, aipatzekoa da, hobetzeko aukera duten hainbat Txinatar bazar ere, identifikatu direla.

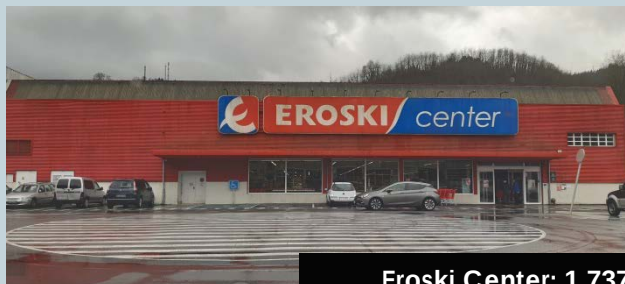


2. BERGARAKO HIRI-GUNEAREN EZAUGARRI ESPAZIALAK ETA IDENTIFIKAZIO PARAMETROAK

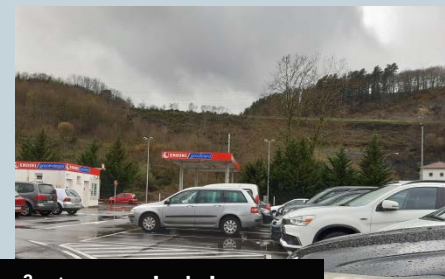
2.5. HIRIGUNEAREN AZTERKETA

2.5.7. ERDIGUNETIK KANPOKO AZALERA ERTAINEKO ELIKADURA ESTABLEZIMENDUAK

- Amillaga inguruan, hainbat saltoki handi- ertain egoteak, **Bergarako erdigunea ahultzean eragina du.** **Aparkatzeko gune egokiarekin.**
- Udalerriaren konexio onek bultzatuta, saltoki hauekin batera, kotxea hartuz gero egoiliarren ihesa errazten dute (AP8, AP1, A-636).
- **Elikadura sektorekoak:**
 - ✓ EROSKI CENTER: +1.500 m²
 - ✓ SUPER AMARA; +1.000 m²
 - ✓ DIA MAXI: +850 m²
 - ✓ Ireki berria den SUPERCOR



Eroski Center: 1.737 m² eta aparkaleku propioarekin (+100 plaza) 2007 urtean irekia



MAXI DIA %: 2014 urtean irekia, aparkaleku propioa 900m².

Super Amara: 1. 008 m², ez du aparkaleku propiorik, 2005 urtean irekia.



SUPERCOR: 100m² 2018an irekia.



3.

BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

- 3.1 BERGARAKO MERKATARITZA JARDUERA**
- 3.2 GUNEEN ARABERAKO MERKATARITZA ESKAINTZA**
- 3.3 ENPRESA TXIKIZKARIAK**
- 3.4 MERKATARITZA LOKALEN BETETZE MAILA**
- 3.5 ELKARRIZKETAK BERGARAKO SEKTOREKO
PROFESIONAL EZAGUNEI**
- 3.6 MERKATARITZA GUNEA DINAMIZATZEA**
- 3.7 INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI**
- 3.8 AZOKA BERGARAN**

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.1. BERGARAKO MERKATARITZA JARDUERA

3.1.1 BERGARAKO ESTABLEZIMENDU TXIKIZKARIEN BILAKAERA, JARDUERA ADARREN ARABERA 2009-2019

Jarduera-adarrak	2009		2019		Δ 2019-2009	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Eguneroko elikadura (harategia, frutategia, arrandegia, supermerkatua,...)	65	10,7	55	10,8	-10	-15,4
Moda, oinetakoak eta osagarriak (poltsak, bitxiak eta erloju-denda)	63	10,4	39	7,6	-24	-38,1
Drogeria, lurrindegia eta farmazia	10	1,6	12	2,3	+2	20
Etxeko hornidura (etxetresna elektrikoak, altzariak, etxeko oihalak, mahai-tresnak,...)	36	5,9	18	3,5	-18	-50
Gainerakoak (bazarra, jostailuak, lore eta landareak, kirol-gaiak...)	78	12,9	63	12,3	-15	-19,2
KALEKO MERKATARITZA, GUZTIRA	252	41,5	187	36,6	-65	-25,8
Tabernak eta jatetxeak	77	12,7	63	12,3	-14	-18,2
OSTALARITZA, GUZTIRA	77	12,7	63	12,3	-14	-18,2
Zerbitzu pertsonalak, ile-apaindegiak, gimnasioa, mediku-kontsultak	199	32,8	199	38,9	0	0
Gainerako zerbitzuak	79	13	62	12,1	-17	-21,5
ZERBITZUAK, GUZTIRA	278	45,8	261	51,1	-17	-6,1
MERKATARITZA, OSTALARITZA ETA ZERBITZUAK, GUZTIRA	607	100	511	100	-96	-15,8

* Establezimendu finkoa ez duten txikizkako merkataritza ibiltaria ez da kontuan hartzen (saltzaile ibiltariak, online salmenta, vendinga,...)
Iturria: Eustat, JEGID

Bergaran 2009-2019 epean erregistratutako establezimenduen kopuru galerak jarduera-adar guztiei eragin die, drogeria, lurrindegia eta farmaziari izan ezik, 2 establezimendu gehiago baitituzte. Gainera, Zerbitzu pertsonalen kasuan, ez da establezimendu kopurua aldatu.

Establezimendu kopuruaren aldetik eskaintza galtzeak gehien ukitzen dituen jarduera adarrak honako hauek dira: moda, oinetakoak eta osagarriak (24 establezimendu gutxiago) eta etxeko hornidura (etxetresna elektrikoak, altzariak, etxeko oihalak, mahai-tresnak,...) 18 establezimendu gutxiagorekin. % 50eko murrizketa dakar etxeko horniduraren kasuan, eta % 38koa moda, oinetako eta osagarrien kasuan.

Prozesu horren ondorioz, eskaintza-egitura berri bat sortzen da. Guztira, aztertutako Bergarako 96 saltoki, ostalaritza eta zerbitzu gutxiago daude, eta honek -% 15,8ko murrizketa suposatzen du.

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.1. BERGARAKO MERKATARITZA JARDUERA

3.1.2 MARKO OROKORRA. BERGARAKO MERKATARITZA ETA OSTALARITZA ESKAINTZA OROKORRA

Gaur egun, BERGARAn guztira **500** establezimendu daude: **212** merkataritza txikizkari*; ostalaritzako eta jatetxeetako **95** establezimendu eta **193** zerbitzu orokor.

Txikizkariaren sektoreko jarduera nagusia gainerakoei loturikoa da, 70 establezimendu baititu, hau da, eskaintzaren % 14,0a. Jarraian elikadura freskoa dator, 61 establezimendurekin eta txikizkako eskaintzaren % 12,2arekin. Moda-establezimenduek % 9,4 hartzen dute.

Ostalaritzaren pisua ere esanguratsua da BERGARAKo eskaintzan, 95 establezimendu baititu orotara, % 19a. Halaber, Zerbitzuek % 38,6a dute.

Jardueraren arabera BERGARAKo merkataritza eta ostalaritza establezimenduak

Jarduera	BERGARA		
	Establezimenduak	%	% Saltokiak
Eguneroko elikadura (harategia, frutategia, supermerkatua,...)	61	12,2	28,8
Drogeria, lurrindegia eta farmazia	9	1,8	4,2
Moda, oinetakoak eta osagarriak (poltsak, bitxiak eta erloju-denda)	47	9,4	22,2
Etxe hornidura (altzariak, etxetresna elektrikoak, etxe ehungintza...)	25	5,0	11,8
Gainerakoak (bazarra, jostailuak, lore eta landareak, kirol-gaiak...)	70	14,0	33,0
KALEKO MERKATARITZA, GUZTIRA	212	42,4	100,0
Tabernak eta Jatetxeak	95	19,0	
OSTALARITZA, GUZTIRA	95	19,0	
Zerbitzu pertsonalak, ile-apaindegia, gimnasioa, mediku-kontsultak	51	10,2	
Ekonomiko Finantzarioak (bankuak, aseguruak...)	41	8,2	
Etxeak (tindategiak, konponketa,...)	40	8,0	
Gainerako zerbitzu orokorrak	61	12,2	
ZERBITZUAK, GUZTIRA	193	38,6	
MERKATARITZA, OSTALARITZA ETA ZERBITZUAK GUZTIRA	500	100,0	

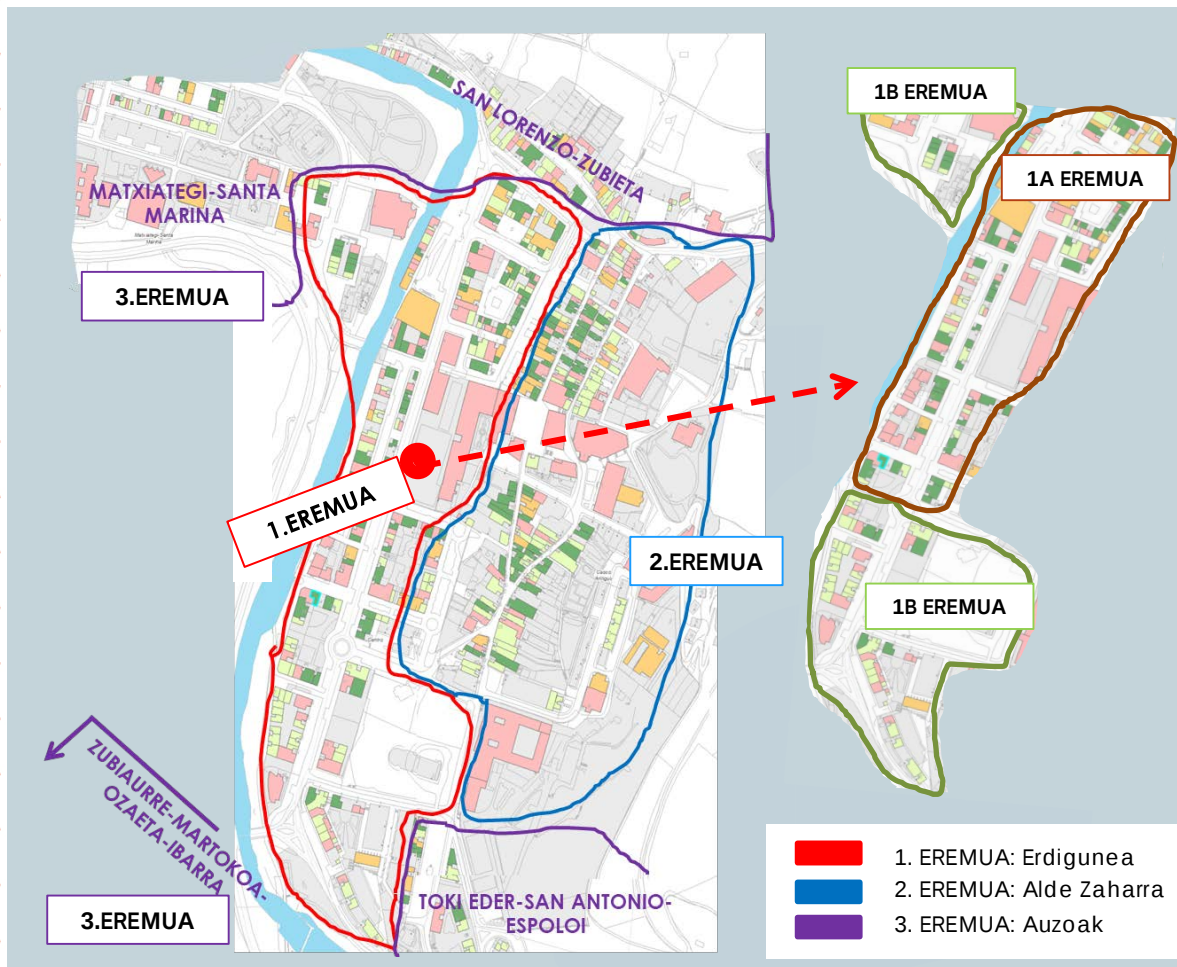
* Establezimendu finkoa ez duten txikizkako merkataritza ibiltaria ez da kontuan hartzen (saltzaile ibiltariak, online salmenta, vendinga,...)

Iturria: IKEI-ren landa-lana eta GISCOM.

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.2. GUNEEN ARABERAKO BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZA

3.2.1 EREMU NAGUSIAK



Jarraian, BERGARAn dauden zerbitzu eta merkataritza saltokien inguruan **Ikei** egindako azterketa dator zehaztuta. Informazio hau landu da:

- Txikizkako merkataritzaren, ostalaritzaren eta jatetxeen hornidura eta kalean garatzen diren beste jarduera batzuk.
- Baita lokal hutsak ere; inguruko merkataritzaren egoera eta inguru urbanoko merkataritza lokalak hutsik egoteak eragindako arazoak baloratzeko.

Horretarako, BERGARA 3 eremutan banatu da, kasuan kasuko azterketa egiteko.

Lana garatzeko erabili den iturri nagusia kalean egindako landa-lana izan da, eta baita GISCOM, Eusko Jaurlaritzaren datu basea ere.

Emaitza beste iturri batzuetako informazioarekin osatu da (Alimarket, BERGARAKO Udala).

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.2. GUNEEN ARABERAKO BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZA

3.2.2 ERDIGUNEKO MERKATARITZA ETA OSTALARITZA ESKAINTZA (1. ETA 2. EREMUAK)

BERGARAKO Erdigunean eta Alde Zaharrean (1 eta 2 eremuak) kontzentratzen da udalerriko merkataritzako eta ostalaritzako jarduera gehiena: 129 establezimendu txikizkari, 43 taberna eta jatetxe eta 66 zerbitzu orokor kokatzen dira bertan.

Nabarmentzekoa da udalerri osoa kontuan hartuta:

- Establezimendu txikizkarien (% 54,2), Zerbitzuen (27,7%) eta Ostalaritzako (% 18,1) establezimenduen arteko banaketa mantentzen dela. Gainera, merkataritzak duen pisua indartu egiten da bi eremu hauetan, udalerri osoarekin alderatuta.

Merkataritzako eta ostalaritzako establezimenduak ERDIGUNEAN (1 ETA 2 EREMUAK)

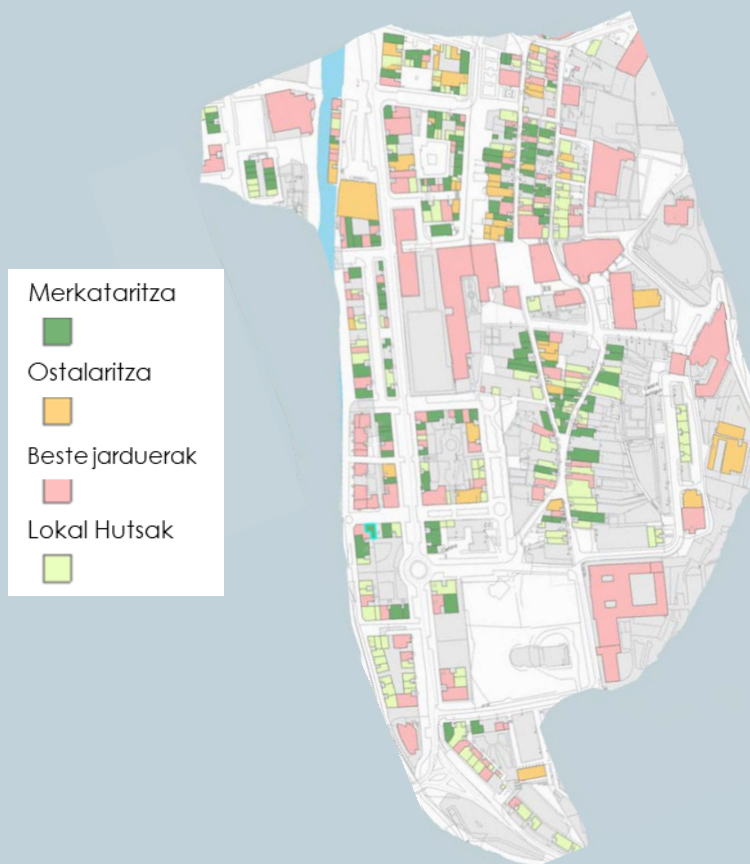
Jarduera	Establezimendu kopurua	%	% Saltokiak
Eguneroko elikadura (harategia, frutategia, arrandegia, supermerkatua,...)	33	13,9	25,6
Drogeria, lurrindegia eta farmazia	7	2,9	5,4
Moda, oinetakoak eta osagarriak (poltsak, bitxiak eta erloju-denda)	42	17,6	32,6
Etxeko hornidura (etxetresna elektrikoak, altzariak, etxeko oihalak, mahai-tresnak,...)	8	3,4	6,2
Gainerakoak (bazar...)	39	16,4	30,2
KALEKO MERKATARITZA, GUZTIRA*	129	54,2	100,0
TABERNAK ETA JATETXEAK, GUZTIRA	43	18,1	
ZERBITZUAK, GUZTIRA	66	27,7	
MERKATARITZA, OSTALARITZA ETA ZERBITZUAK, GUZTIRA	238	100,0	

* Ez da kontuan hartzen salmenta finkoa egiten ez duen txikizkako merkataritza ibiltaria (saltzaile ibiltariak, online salmenta, vending...) Iturria: bertan eginda, IKEI-ren landa-lanaren eta BERGARAKO merkatarien elkarteak emandako datuen arabera.

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.2. GUNEEN ARABERAKO BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZA

3.2.2 ERDIGUNEKO MERKATARITZA ETA OSTALARITZA ESKAINTZA (1. ETA 2. EREMUAK)



- 1. ETA 2. EREMUKO BERGARAKO SALTOKIEN 34,6%-AK EZ DU AKTIBITATERIK, (149 SALTOKI).
- HAUETATIK, ERDIA ALDE ZAHAR INGURUAN, 2. EREMUAN, KOKATZEN DA (% 52,3).
- JARDUERA DUTENEN ARTEAN, GEHIENGOA MERKATARITZA-SALTOKIAK DIRA (GUZTIRA 129).

1 eta 2 Eremuak

Mota	Nº	%
Merkataritza	129	29,9
Ostalaritza	43	10,0
Zerbitzuak	110	25,5
JARDUERA DUTENAK	282	65,4
Hutsik daudenak	149	34,6
GUZTIRA	431	100,0

Iturria: Giscom

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.2. GUNEEN ARABERAKO BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZA

3.2.3 ERDIGUNEKO MERKATARITZA ETA OSTALARITZA ESKAINTZA (1A ETA 1B EREMUAK)

1. EREMUA: ERDIGUNEA:

BERGARAKo merkataritza-ardatz garrantzitsuen osatzen du.

Establezimenduak, modu naturalean mugitzen joan dira eremu honetako kale nagusirantz: **IBARGARAI merkataritza-ardatzera.**

Zonalde honetan bi eremu desberdintzen dira:

- **1A EREMUA:** Ibargarai hiribidearen erditik gora (1-13/2-30), Kruz Gallastegi kale ingurura arte. Bertan merkataritza establezimenduak nagusitzen dira.
- **1B EREMUA:** Ibargarai hiribidearen erditik behera (15-45/32-56), Torrekoa plazara arte. Eremu honetan barneratzen da Oxirondo Plaza ingurua ere. Eremu honetan beriz, zerbitzuak nagusitzen dira, batez ere pertsona zainketan aritzen direnak.

1A EREMUA:
Ibargarai-Kruz
Gallastegi

1B EREMUA:
Ibargarai-Torrekoa
eta Oxirondo

Merkataritza

Ostalaritza

Beste jarduerak

Lokal Hutsak



3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.2. GUNEEN ARABERAKO BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZA

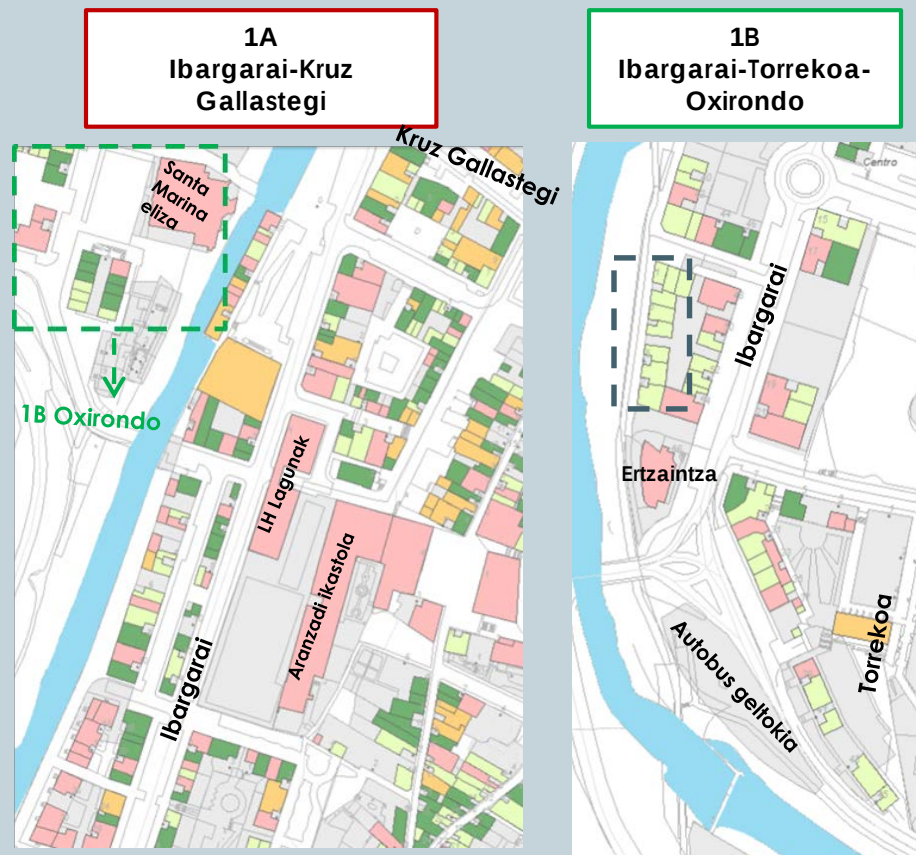
3.2.3 ERDIGUNEKO MERKATARITZA ETA OSTALARITZA ESKAINTZA (1A ETA 1B EREMUAK)

1A.Eremua: ERDIGUNEA

Merkataritza-eremu nagusia. Saltokien okupazio maila handiena duen gunea da (% 80,6), lokal hutsak 144 establezimendutatik soilik 28 izanik. Merkataritza saltokiak dira nagusi (gutzizkoaren % 38,9) eta gehiengoa Ibargarai ardatzean kokatzen da.

1B.Eremua: ERDIGUNEA

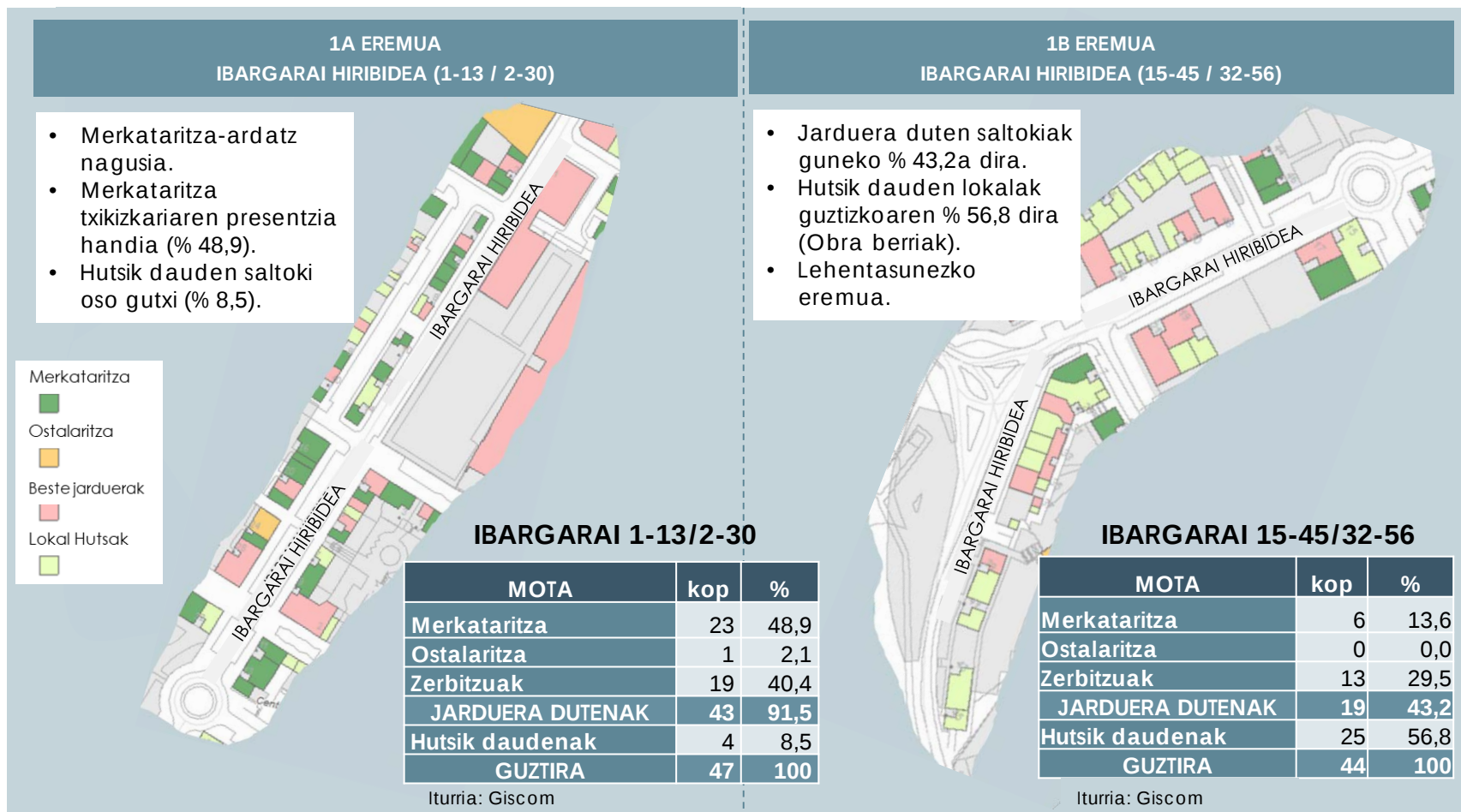
Zerbitzuak nagusitzen dira bertan eta 1.A eremua baino merkataritza-gune apalagoa da. Nahiz eta lokal hutsen presentzia nabarmena izan (80 lokal posibletik 43 hutsik daude), kontuan hartu behar da eraikin berriak daudela bertan, eta obrako lokal asko direla hutsik daudenak, hortaz, ez dute jarduerarik izan. Hala ere, sustatu beharreko eremua da.



3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.2. GUNEEN ARABERAKO BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZA

3.2.4 1. EREMUKO ARDATZ NAGUSIAK



3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.2. GUNEEN ARABERAKO BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZA

3.2.5 MERKATARITZAKO ETA OSTALARITZAKO ESKAINTZA 2.EREMUAN

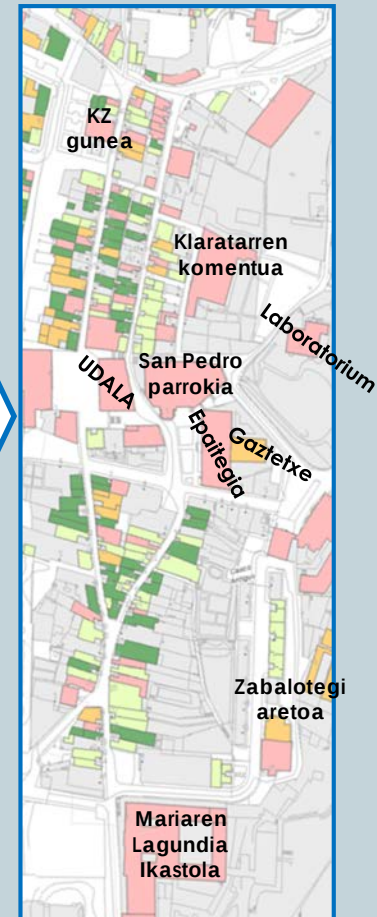
2. EREMUA: ALDE ZAHARRA:

Ardatz honetan kontzentratzen dira BERGARAKo hirigune historikoko kaleak. Zerbitzu publiko nagusienak ere bertan daude (Udala, Epaitegia, San Pedro parrokia...).

Merkataritza-gune gisa duen garrantziari dagokionean, **BARRENKALEA eta BIDEKURUTZETA** kalea nabarmentzen dira (39 eta 28 saltoki aktibo dituzte, hurrenez hurren). Hauek dira 2. eremuko ardatz nagusienak.

Bestalde, **lokal huts kopurua ere aipagarria da** (207 establezimendutatik 78 hutsik daude, % 37,7). Bereziki nabarmena da **Artekalea** ardatzaren eta **Pedro Deuna** ardatzaren egoera, saltokien erdia baino gehiago hutsik baitaude (% 56 eta % 52, hurrenez hurren).

Udalerriko lokal huts guztien artean, %52,3-a Alde zaharrean kokatzen da: Beraz lehentasun gehien duen zonaldea da.

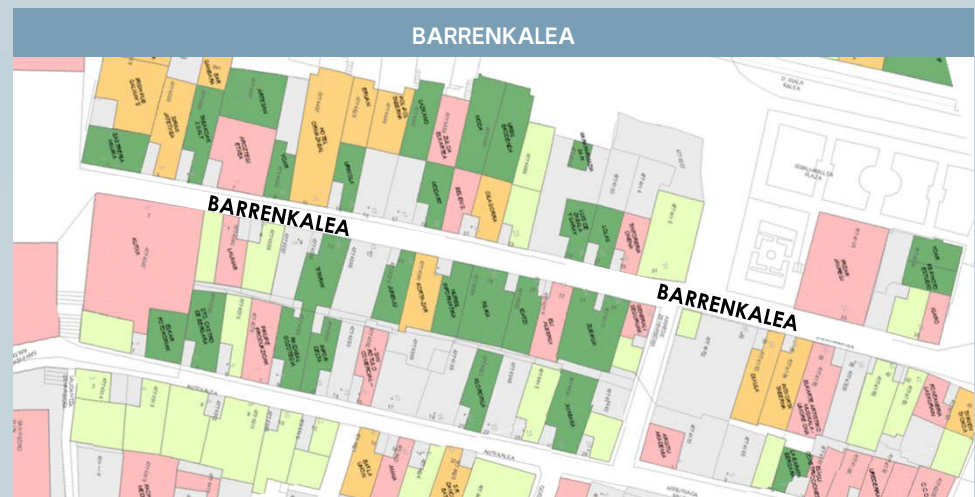


3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.2. GUNEEN ARABERAKO BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZA

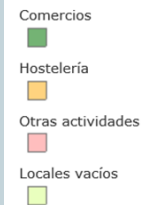
3.2.6 BIGARREN EREMUKO ARDATZ NAGUSIAK

- **2. eremuko ardatz dinamikoena** da BARRENKALEA, 49 establezimendu daude guztira.
- Bertan kokatzen diren establezimendu gehienak aktibo daude (gutzizkoaren % 79,6, hau da, ia 10etik 8).
- Hortaz, hutsik dauden lokalen proportzioa nahiko txikia da (20,4%), nahiz eta hobekuntzarako marjina dagoen: kale honek duen kokapena ikusita, jarduerarik burutzen ez duten saltokien ehunekoa 0-ra gerturatu beharko litzateke.
- Lehentasunezko eremua da beraz.
- Aktibo dauden saltokien artean gehienak merkataritza establezimenduak dira (19), eta ostalaritza eta zerbitzuek hamarna lokal dituzte.



BARRENKALEA

MOTA	Nº	%
Merkataritza	19	38,8
Ostalaritza	10	20,4
Zerbitzuak	10	20,4
AKTIBO GUZTIAK	39	79,6
Hutsik daudenak	10	20,4
GUZTIRA	49	100



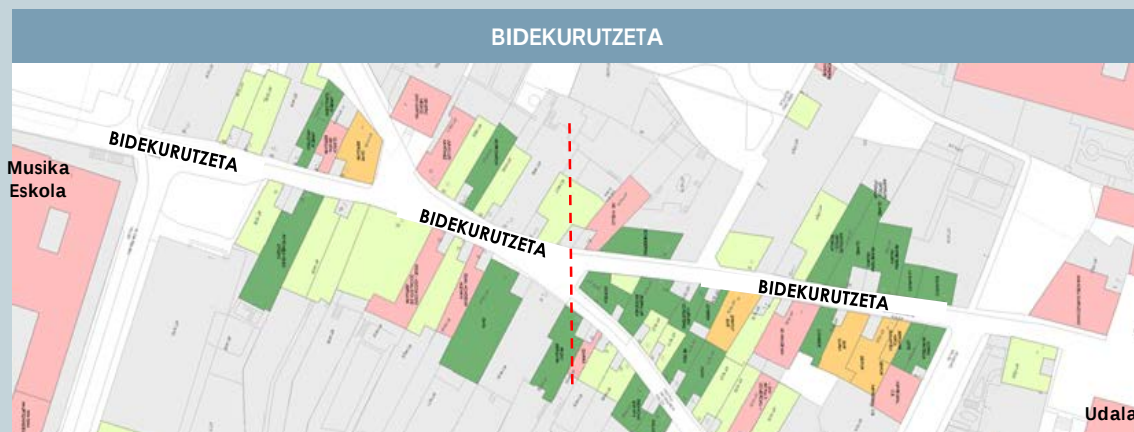
Iturria: Giscom

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.2. GUNEEN ARABERAKO BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZA

3.2.6 BIGARREN EREMUKO ARDATZ NAGUSIAK

- BIDEKURUTZETA kalea **alde zaharreko bigarren ardatz dinamikoena** da.
- Guztira, 41 establezimendu daude, eta 10 lokaletatik ia 7k jardueraren bat burutzen dute.
- Sektoreka, merkataritza saltokiak dira nagusi (14), ondoren zerbitzukoak (9) eta azkenik taberna eta jatetxeei dagozkienak (5).
- Mapari begiratuz gero, argi eta garbi geratzen da luzera handiko kalea dela BIDEKURUTZETA, eta hortaz, ulargarria da lokal kopuru handia izatea.
- Lokal hutsek guztizkoaren % 31,7 hartzen dute, baina gehiengoa kalearen erditik behera kokatzen da (Maria Lagundia Ikastola aldera); hau da, alde zaharraren mugar.
- Ondorioz, lehentasunezko eremu bezala kontsideratzen da, baina udaletxe alderago dauden lokalen artean okupazio-maila ia erabatekoa da (19 lokaletatik 3 soilik daude hutsik, aldiz, beste eremuan 22tik 10 dira lokal hutsak).



BIDEKURUTZETA

MOTA	Nº	%
Merkataritza	14	34,1
Ostalaritza	5	12,2
Zerbitzuak	9	22,0
AKTIBO GUZTIAK	28	68,3
Hutsik daudenak	13	31,7
GUZTIRA	41	100

Comercios
Hostelería
Otras actividades
Locales vacíos

Iturria: Giscom

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.2. GUNEEN ARABERAKO BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZA

3.2.6 BIGARREN EREMUKO ARDATZ NAGUSIAK



- Alde Zaharreko ardatz dinamikoenaren (Barrenkalea) kale paraleloa da ARTEKALEA.
- Bergarako Udala eta parrokiaren artetik doa kalea (hirigune historikoa).
- Hala ere, merkataritza-egoera ez da batere positiboa (lokal huts gehiegi).
- Jarduera eta dinamismo beharra du, duen erdiguneko kokapena dela-eta.
- Udalerriko sarrera-ate nagusietako bat.

Artekalea

MOTA	Nº	%
Merkataritza	6	24,0
Ostalaritza	2	8,0
Zerbitzuak	3	12,0
JARDUERA DUTEN GUZTIAK	11	44,0
Hutsik daudenak	14	56,0
GUZTIRA	25	100,0

Iturria: Giscom



Artekaleko zenbait lokal huts

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.2.7 ERDIGUNEKO MERKATARITZA ETA OSTALARITZA ESKAINTZAREN XEHETASUNA (1 ETA 2 EREMUAK)

MERKATARITZAKO, OSTALARITZAKO ETA BESTE JARDUERA BATZUETAKO ESKAINTZA, AZPIEREMU ETA ARDATZEN ARABERA

Merkataritza ardatz nagusiak:

1. A EREMUA: ERDIGUNEA

Establezimendu kopuru handieneko ardatza **Ibargarai** da. Lehenetsuna du, duen kokapena dela-eta, txikizkako merkataritza nagusitzen da bertan. Aipatzekoak ere D.Irala eta Fraiskozuri ardatzen garrantzia.

1. B EREMUA: ERDIGUNEA

Merkataritza-ardatz nagusia, **Ibargarai** da eta bertan zerbitzu establezimenduak nagusitzen dira; zainketa pertsonalekoak batik bat.

2. EREMUA: ALDE ZAHARRA

Barrenkalea eta **Bidekurutzeta** dira establezimendu gehien dituzten ardatzak, beraz zonaldeko nabarmenenak.

ARDATZA	Jarduera duten establezimenduak (kop)				Txikizkako % Eremuan	Metro linealak gutxi gorabehera	Merk./Ostal. x Metroko	Lehenetsu na
	Merk. txikizkaria	Ost./Jat.	Zerb.	Guztira				
1 A EREMUA: ERDIGUNEA	56	19	41	116	41,1	--	--	--
Ibargarai (1-13, 2-30)	23	1	19	43	15,2	322	0,0745	1
D. Irala	10	5	1	16	5,7	174	0,0862	1
Fraiskozuri	5	4	8	17	6,0	155	0,0581	1
Irizar	6	1	1	8	2,8	246	0,0285	2
Simon Arrieta	3	5	2	10	3,5	111	0,0721	2
Zurradero	3	1	6	10	3,5	133	0,0301	2
Beste kaleak	6	2	4	12	4,3	--	--	--
1 B EREMUA: ERDIGUNEA	16	2	19	37	13,1	--	--	--
Ibargarai (15-45, 32-56)	6	0	13	19	6,7	313	0,0192	1
Oxirondo	8	0	4	12	4,3	130	0,0615	2
Beste kaleak	2	2	2	6	2,1	--	--	--
2. EREMUA: ALDE ZAHARRA	57	22	50	129	45,7	--	--	--
Barrenkalea	19	10	10	39	13,8	183	0,1585	1
Bidekurutzeta	14	5	9	28	9,9	253	0,0751	1
Pedro Deuna	9	0	3	12	4,3	206	0,0437	1
Artekalea	6	2	3	11	3,9	107	0,0748	2
Beste kaleak	9	5	25	39	13,8	--	--	--
GUZTIRA: 1 eta 2 EREMUAK	129	43	110	282	100	--	--	--

Iturria: bertan eginda, IKEI-ren landa-lanaren eta BERGARAKo merkatarien elkartek emandako datuen arabera.

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.3 ENPRESA TXIKIZKARIAK

3.3.1 ELIKADURA LIDERREN PRESENTZIA

ELIKADURAN LIDER DIREN KATEEN PRESENTZIA NABARMENA DA, bai Bergaran eta baita ondoko herrietan ere. Azalera erdiko 3 establezimendu daude Bergaran, eta dauden 9 elikadura autozerbitzu eta kateek orotara 5.778 m2 dituzte.

Arrasate eta Oñati dira lehiatzaile nagusiak: lehenak, 8 establezimendu ditu eta bigarrenak, aldiz, 4. Azpimarratzekoa da nahiz eta saltoki kopuruan BERGARA gailendu, azalerari dagokionean ARRASATE dela nagusi, 11.808 m2-ko azalerarekin (Bergararen bikoitza).

Bergarak, ordea, badu zertan bereizi:

- Alde batetik, azken 5 urteetan herriko erdigunea indartu da, bi establezimendu nabarmenekin 1.300 m2 Eroski eta 300 m2 DIA % batekin.
- Bestetik, Elikadura kate txiki dibertsifikatuagoak ditu, ondoko herrietan ez daudenak, hala nola, Aliprox, La Kompra eta Ugari.

Merkataritza Katea	BERGARA		ARRASATE		OÑATI	
	M ² /(kop)	Balioa	M ² /(kop)	Balioa	M ² /(kop)	Balioa
HIPER EROSKI	--	●●●	6.536 (1)	●●●	--	●●●
BM/SUPER AMARA	1.008 (1)	●●●	2.030 (2)	●●●	335(1)	●●●
LIDL	--	●●●	1.250 (1)	●●●	--	●●●
EROSKI CENTER/CITY	3.009 (2)	●●●	929 (1)	●●●	1.494 (2)	●●●
DIA %	1.181 (2)	●●●	998(2)	●●●	325 (1)	●●●
LA KOMPRA	250 (1)	●●●	--	●●●	--	●●●
ALIPROX	160 (1)	●●●	--	●●●	--	●●●
UGARI	110 (1)	●●●	--	●●●	--	●●●
COVIRAN	60 (1)	●●●	145 (1)	●●●	--	●●●
TOTAL	5.778 (9)		11.808 (8)		2.266 (4)	

Iturria: Alimarket

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.3 ENPRESA TXIKIZKARIAK

3.3.1 ELIKADURA LIDERREN PRESENTZIA



Elikadurako Merkataritza-ekipamenduak					
Katea	Urtea	Helbidea	Kategoria	Aloka daitekeen azalera gordina (m ²)	Mota
BERGARA					
EROSKI CENTER (AMILLAGA)	2007	Leizeaga, 7	SUPERMERKATUA	1.737	SUPER >= 1.000 m ²
EROSKI CITY (ERDIGUNEA)	2014	Simon Arrieta, 1 - Bideberri	SUPERMERKATUA	1.281	SUPER >= 1.000 m ²
SUPER AMARA	2005	Arrillaga 18	SUPERMERKATUA	1.008	SUPER >= 1.000 m ²
DIA MAXI (AMILLAGA)	2009	Haitz Iturri, 2 - P.I. San Lorenzo	SUPERMERKATUA	883	SUPER 400 a 999 m ²
DIA % ERDIGUNEA)	2014	Bidekurutzeta	AUTOZERBITZUA	300	AUTOZERBITZUA <= 399 m ²
SUPERCOR	2018	Amillaga Kalea, 17	AUTOZERBITZUA	95	AUTOZERBITZUA <= 399 m ²

Iturria: ALIMARKET

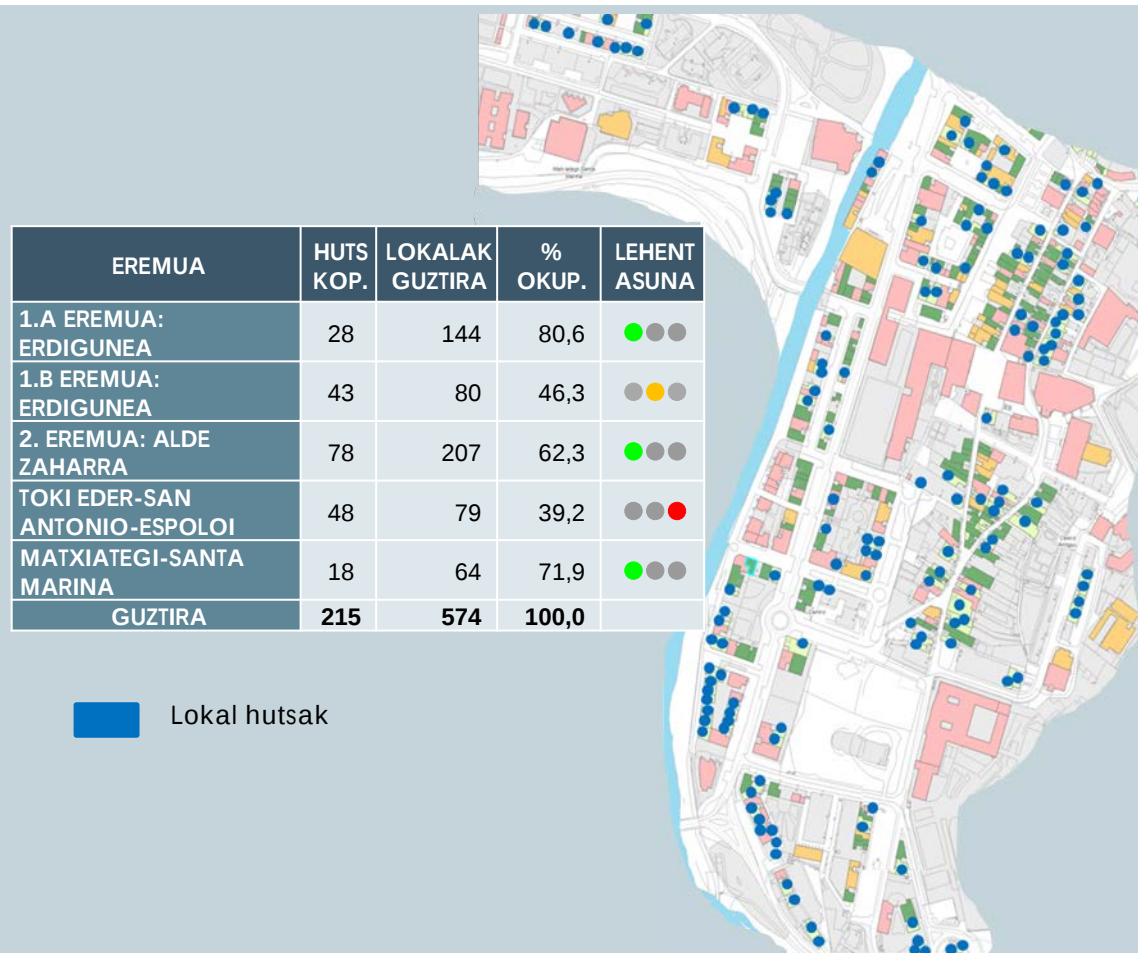
Tamaina desberdineko 6 establezimendu nabarmen daude, horietako hiru nahiko berriak, 2018-2014 urte bitartean ezarritakoak. Eroski eta DIA erdigunean kokatzen dira, gun e hau indartuz, eta Supercor-a berriz Amillaga inguruan.

Establezimendu horiez gain, CLAREL eta DOUGLAS, drogeria, garbiketa, lurrindegia eta pertsona zainketarako produktuak eskaintzen dituzten espezializatutako enpresa handiak nabarmentzen dira.

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.4 MERKATARITZA LOKALEN BETETZE MAILA

3.4.1 BERGARAN HUTSIK DAUDEN LOKALEN MAPA



BERGARAKo eremu desberdinetan dauden lokalen okupazio maila aztertuta, agerian geratzen da hutsik dagoen lokalen kopurua **Alde Zaharrean kontzentratzen dela, 78 lokal hutsekin. Guztira 207 lokal daudenez, % 40ra iristen da gune honen desokupazioa. Bertan, arreta berezia behar duten ardatzak daude: Lehentasan gehienekoa Arteakalea da (establezimenduen % 56 hutsik) eta Pedro Deunak ere lokalen %52a hutsik ditu.**

Bestetik, 1.B eremuan, Ibargarai ardatzaren bigarren zatian (15-45/32-56), lokal hutsen presentziak ere % nabarmena izan arren, kontuan hartu behar da zonalde berria dela eta lokal hauek obrakoak direla, ez dutela lehenago jarduerarik eduki, Alde zaharrean aldiz, lokal guztiak, lehen jarduera zuten.

Udalerriko gainerako eremuetan erabilerarik gabeko lokalak daude: **Toki Eder-San Antonio-Espoloi eremuan (% 60,8 hutsik). Sustatu behar da.**

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.4 MERKATARITZA LOKALEN BETETZE MAILA

3.4.2 MERKATARITZA-GUNEEN BETETZE MAILA

Ardatzak	Lokal hutsak	Eskaintza		Hutsik dauden %	Lehentasuna	
		Jarduera dutenak	Guztira			
1.A EREMUA: ERDIGUNEA	28	116	144	19,4%	2	●●●●●
Ibargarai (1-13, 2-30)	4	43	47	8,5%	2	●●●●●
D. Irala	3	16	19	15,8%	2	●●●●●
Irizar	3	8	11	27,3%	2	●●●●●
Fraiskozuri	2	17	19	10,5%	2	●●●●●
Simon Arrieta	6	10	16	37,5%	1-2	●●●●●
Zurradero	5	10	15	33,3%	1-2	●●●●●
Beste kaleak	5	12	17	29,4%	--	--
1.B EREMUA: ERDIGUNEA	43	37	80	53,7%	1	●●●●●
Ibargarai (15-45, 32-56)	25	19	44	56,8%	1	●●●●●
Oxirondo	5	12	17	29,4%	1-2	●●●●●
Beste kaleak	13	6	19	68,4%	--	--
2 EREMUA: ALDE ZAHARRA	78	129	207	37,7%	1-2	●●●●●
Barrenkalea	10	39	49	20,4%	2	●●●●●
Bidekurutzeta	13	28	41	31,7%	1-2	●●●●●
Pedro Deuna	13	12	25	52,0%	1	●●●●●
Artekalea	14	11	25	56,0%	1	●●●●●
Beste kaleak	28	39	67	41,8%	--	--
Guztira	149	282	431	34,6%		



Ibargarai



Artekalea

- Hutsik dauden lokaletan, esku hartzeko lehentasuneko zonaldea; **Alde Zaharra da, non eremuko lokalen %40 hutsik daude.** Bertan: **Artekalea** eta **Pedro Deuna** (historikoki merkataritza-ardatz gisa duten pisuagatik hutsik dauden lokalak % Ora hurbildu beharko lirateke).



Pedro Deuna

- Bestetik, **Ibargarai** ardatzak, batez ere bigarren zatian, **arreta berezia behar du**, dauzkan aukerak (**obrako lokal hutsak**) zonaldea sustatzeko aprobetxatu ahal izateko.
- Guztira 149 lokal huts zenbatu dira, eta hauen % 52,3-a alde zaharrean kokatzen dira.



Bidekurutzeta

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.6. MERKATARITZA GUNEA DINAMIZATZEA

3.6.1. BEDELKAR BERGARAKO MERKATARIEN ELKARTEA



BERGARAKo BEDELKAR Merkatarien Elkartek merkataritzako, ostalaritzako eta zerbitzuetako profesional ugari batzen ditu. 1993an sortu zen, eta, gaur egun, hainbat sektoretako 85 saltoki ditu bazkide: elikadura, ehungintza, ostalaritza, zerbitzuak...

BEDELKARen helburu nagusia BERGARAKo merkataritza bultzatzea, sustatzea eta garatzea da, horretarako, era askotako jarduerak burutuz, sektorea bera indartu eta dinamizatzeko.

Horrez gain, Bedelkar fidelitasun-txartela maiz erabiltzen duten **2.000** inguru bazkide-bezero ditu. Dinamizazio eta animazio jarduera ugari antolatzen dituzte urtean zehar: Gabonetako Parkea, Bergara Bizi moda erakustaldia, "Street Style" gaua, merkealdien azoka...

POP UP AZOKA, KATXALIN ELKARTEAREN BABESA, MODA DESFILEAK EDO GABONETAKO KANPAINA bezalako jarduera eta kanpainak, eta operadore eta liderren elkarlanak, bezeroak erakartzeko ezinbesteko bideak dira, lantalde sektorialen (merkataritza, ostalaritza eta turismoa) bidez sustatu behar direnak.

BEDELKAR elkartearen jarduera, Bergaran Bizi sektorearen dinamizazioa bultzatzeko jaiotzen den Bergaran Bizi ekimenarekin indartzen da.



25. Urteurren Festa



3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.6. MERKATARITZA GUNEA DINAMIZATZEA

3.6.2. BONI LASKURAIN BERGARAKO MUSIKA ESKOLA



Bergarako Musika Eskola, 1983. urtean sortu zen, eta orduz geroztik herrian garrantzi handia duen elkarte da. Gaur egun, 500 ikaslelik gora ditu, 3 urtetik gorakoak, eta bere hezkuntza-eskaintzan 28 instrumentu ezberdin eta euskal dantzak barneratzen dira.

Helburu nagusiak:

- Musika kulturaren sustapena bere aspektu guztietan, bereziki irakaskuntzaren bitartez (batik bat praktikoa eta bereziki talde jarduerak egiteko).
- Edozein adinetako zaleei arautu gabeko musika irakastea.
- Bokazioa eta gaitasuna erakusten duten pertsonen ikasketa profesionalei buruzko orientabidea eta horiei ekin ahal izateko prestakuntza ematen arduratzea.

Elkarteak hainbat ekitaldi antolatzen ditu urtean zehar BERGARAKo kaleak alaituz eta giroa jarritz; hala nola, Gabonetako kontzertua, Santa Zezilia kontzertua, Erramu Zapatuko Ferixen eta Iñauterietan egiten dituzten txarangak, dantzak eta abesbatzak...

Boni Laskurain Musika Eskola BERGARAKo hainbat musika entitateen harrobi ere izan da: Bergarako orfeoia, Aritzeta Abesbatza, Udal Musika Banda, Udal Txistulari Banda, etab.



3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.6. MERKATARITZA GUNEA DINAMIZATZEA

3.6.3. BERGARAKO KIROL ELKARTEA



Begarako Kirol Elkartea (BKE), 1952. urtean sortu zen, eta gaur egun herrian garrantzia handia duen elkarte da. Honen erakusle da BKE-k kirola egiteko eskaintzen duen aukera zabala (6 urtetik aurrera):

Kirol-eskaintza:

- Futbola
- Saskibaloia
- Eskubaloia
- Pilota

Duela urte batzuk txirrindularitza, atletismo, igeriketa, xakea eta boxeoa ere barneratzen ziren BKE-ren barruan, baina, egun, hauetako bakoitzak bere elkarte propioa du. Guztira, 16 elkarte desberdin daude herrian.

Guzti honekin, argi geratzen da:

“BERGARA kirola egiten duen herria dela”



3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.6. MERKATARITZA GUNEA DINAMIZATZEA

3.6.4. XAXAU JAI HERRIKOEN KONPARTSA

Xaxau herri mugimenduaren saretzea bultzatzen duen konpartsa da, jai eta ekintza parte hartzaileak, parekideak eta euskaldunak bultzatzen dituena. Duela ia hamarkada bat *heritik sortu eta herriarentzat lan egiten duena*.

Helburu nagusiak:

- Euskal kultura eta euskalduna bultzatu eta sustatzea, euskaldunon sarea handituz.
- Beste eragile eta herriko jendearekin sarea osatzea, herriko harremanak sendotuz.
- Jarduera soziokulturalak sustatzea, egungo garaiekin bat eginez baina gure tradizio eta sustraiak ahaztu gabe.

Konpartsaren ekintza-eremua, oro har, BERGARAKo jai desberdinetan eta hauen antolakuntzan kontzentratzen da (Pentekosteak, San Martinak, San Juanak...); hala ere, beste arlo batzuetan ere garatzen dituzte ekimenak (esaterako, Martxoak 8).



3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.1. LAGINA ETA EDUKIA

BERGARAKO merkataritza-eskaintzaren iritzira hurbiltzeko asmoz, udalerriko profesionalei egindako inkestaren bidez jasotako datuak lantzen dira jarraian.

Inkestak, telefono bidez, 2020ko otsailean egin dira.

Guztira 56 inkesta. Honako banaketarekin, jarduera-adarraren arabera:

Sektoreko profesionalei egindako inkesta: Lagina

Jarduera	(%)
Merkataritza: Espezialista elikaduran/edarietan (harategia, frutategia, arrandegia...)	14,3
Merkataritza: Moda, oinetakoak eta osagarriak (poltsak, bitxiak eta erloju-denda)	16,1
Merkataritza: Drogeria, lurrindegia eta farmazia	3,6
Merkataritza: Etxeko hornidura (altzariak, etxetresna elektrikoak, etxeko ehungintza...)	1,8
Merkataritza: Aisialdia/kultura (liburuak, musika, kirol-artikuluak, jostailuak...)	17,9
Ostalaritza (tabernak, kafetegiak, jatetxeak)	19,6
Zerbitzu pertsonalak (ileapaindegia, hortz klinikak, fisio, estetika, dietista, gimnasioa, kirol zerbitzuak...)	21,4
Beste Zerbitzuak (aseguruoak, inmobiliariak, tindategiak, autoeskolak, albaitariak, bidai agentziak...)	5,4
Guztira	100,0

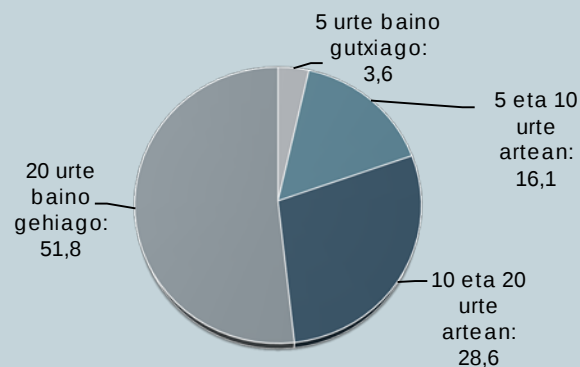
Iturria: merkatariei egindako inkesta, 2020ko otsaila IKEI.

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.2. JARDUERAREN EZAUGARRIAK

Negozioaren antzintasuna (%)



Inkesta egindako establezimenduei azken zaharberritzea noiz egin zuten ere galdetu zaie:

- % 51,8-ak ez du zaharberritze-lanik egin.
- % 17,9ak azken 10 eta 20 urteetan egin du zaharberritze-lanen bat.
- **Azken 5 urtetan, %10,5ak egin du berritze lanen bat.**

Datu hauek, **20 urte baino gehiago** dituzten establezimenduen artean, oraindik ere deigarriagoak dira, hala nola:

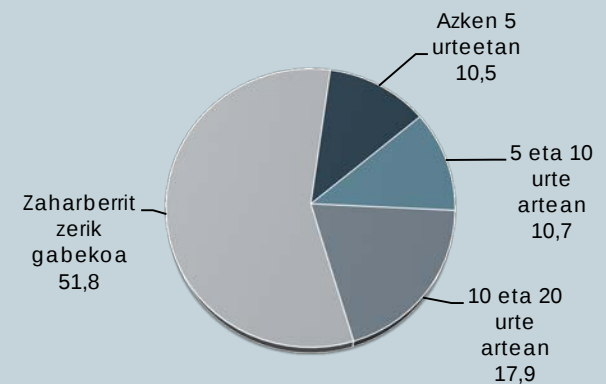
- % 31,0ak ez du erreformarik egin
- % 34,5ak duela 10 urte baino gehiago egin zuen azken zaharberritzea.

BERGARAKO PROFESIONALAK ESPERIENTZIA ZABALA DUTE

Inkesta egindako establezimenduaren antzintasunari dagokionez, **negozio historikoak dira; izan ere, negozioen % 51,8k 20 urte baino gehiago dute.**

Bestalde, 5 eta 10 urte artean dituzten negozioek **%16,1 dira**, eta horrek erakusten du **udalerrian ekintzailetasuna ematen dela.**

Negozioaren zaharberritzea (%)



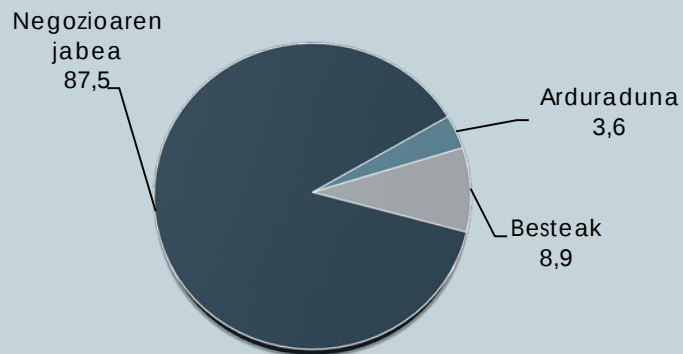
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.2. JARDUERAREN EZAUGARRIAK

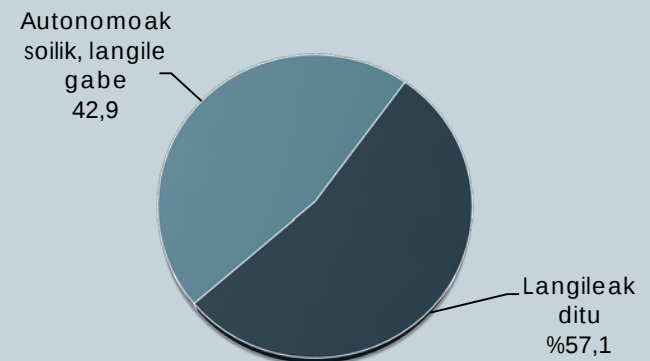
MERKATARITZA, OSTALARITZA ETA ZERBITZUAK, ENPLEGUA SORTZEN DUTEN SEKTOREAK DIRA, % 57ak LANGILEAK DITU.

Pertsonaren kondizioa (%)



Inkestatutako pertsonetatik, % 87,5etan negozioaren jabearekin kontaktatzea lortu da, eta % 3,6an arduraduna den pertsonekin.

Langileak dituzte %



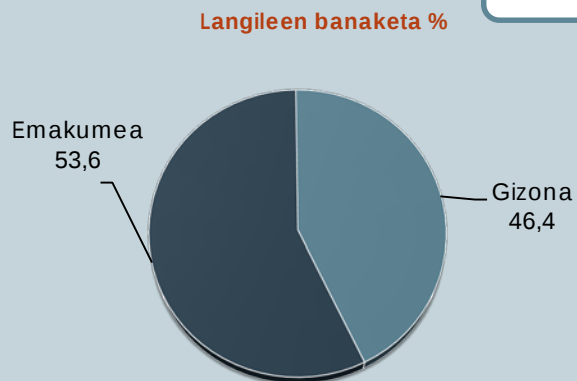
Establezimenduen % 57,1-ek langileak ditu. Saltokien batz besteko tamaina 2,53 pertsonakoa da (Autozerbitzuak kontuan hartu gabe).

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.2. JARDUERAREN EZAUGARRIAK

BERGARAKO MERKATARITZA ETA ZERBITZU SEKTOREAK, SEKTORE FEMENIZATUAK DIRA: EMAKUMEZKOAK NAGUSITZEN DIRA BAI JARDUERAREN ARDURADUN BAI LANGILE GISA.



Inkestatutako profesional eta negozioen titular gisa azaltzen direnen artean, %57,1 emakumezkoak dira, gainontzeko % 42,9a, berriz, gizonezkoak.

Langileen artean, emakumezkoak direnak, jardueraka %

	Elikadura	Moda	Drogeria	Etxeko H.	Besteak	Ostalaritza	Perts.Zerb	Beste Zerb.	Bataz bestekoa
Emakumeak	2,00	0,75	2,00	1,00	2,00	2,50	1,00	2,00	1,83
Gizonezkoak	3,00	0,00	0,00	1,00	0,20	1,25	0,50	0,33	0,70
Guztira	5,00	0,75	2,00	2,00	2,20	3,75	1,50	2,33	2,53

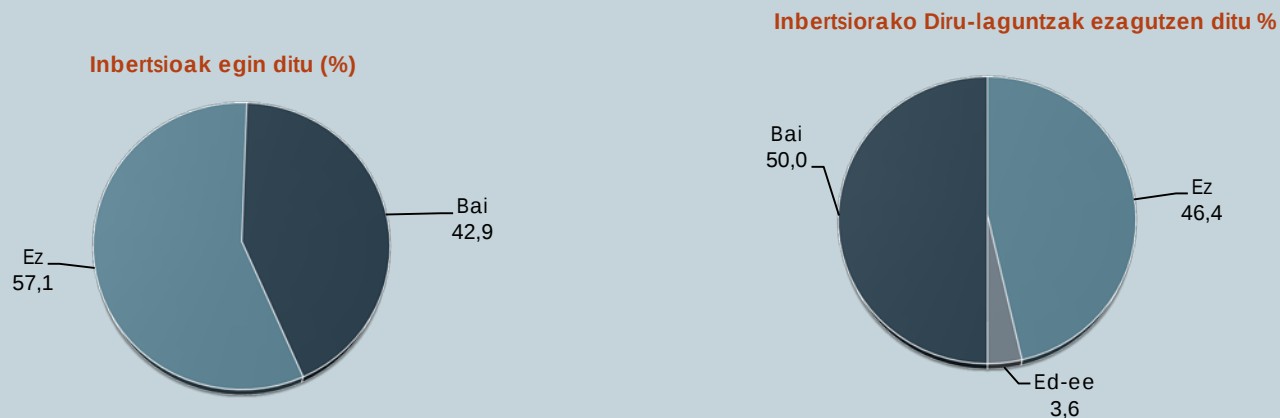
Langileriaren artean, ia sektore guztietan emakumezkoak nagusitzen dira, bataz beste 1,83 emakume daude Bergarako negozio bakoitzean, eta gizonezkoak berriz, 0,7 dira. Elikadura sektorean, ez dira zenbait autozerbitzuren datuak kontuan izan, kolektiboaren bataz besteko datuak ez hutsaltzeko asmoz.

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.2. JARDUERAREN EZAUGARRIAK

% 43AK, AZKEN URTEAN INBERTSIOAK EGIN DITUELA DIO, BATEZ ERE TEKNOLOGIA ETA EKIPOEN BERRIKUNTZARA ZUZENDU DIRA



Inkestatutako profesionalen ia % 43ak inbertsioren bat egin dutela dio. Aldiz, %57,1ak ez dute egin. Inbertsioak egin dituzten artean, batzaz besteko kostua: 5.175 € establezimendu bakoitzeko dira. Inbertsioak, batez ere, teknologikoak izan dira, ordenagailu, makinaria eta ekipoa berritzeko.

Inbertsioak egin dituzten inkestatutako profesionalen erdiak, alegia % 50ak, inbertsioetarako diru-laguntzak ezagutzen dituela dio. Bestalde, % 46,4ak ez dituela inbertsiorako diru-laguntzak ezagutzen dio eta beste % 3,6ak ez daki edo ez du erantzun.

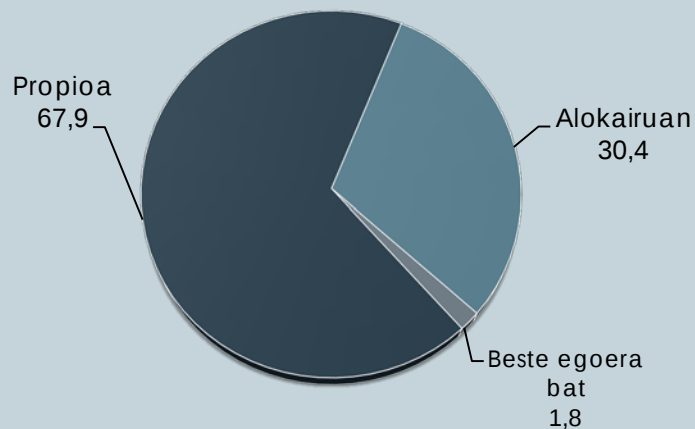
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.2. JARDUERAREN EZAUGARRIAK

BERGARAKO ESTABLEZIMENDUEN % 67,9AK LOKALA JABETZAN DUTE.

Lokalaren jabetza egoera (%)



Lokal gehienak, jabetza propiokoak dira Bergaran, % 67,9a.

Egoera honek, bi alderdi ditu:

- Alde batetik, segurtasuna ematen du eta egunerokotasunean lasaitasun handia, salmenten jaitsierari aurre egiteko.
- Bestetik, negozioaren erreleboa dela eta, konponbide bat eman ahal izateko, zailtasun handiagoa dago.

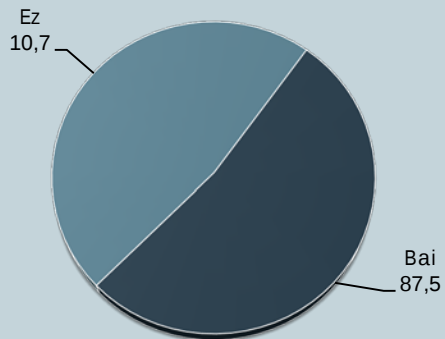
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.2. JARDUERAREN EZAUGARRIAK

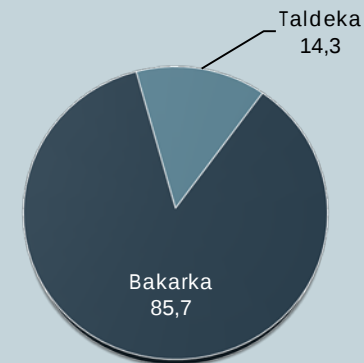
ESTABLEZIMENDUEK AHOHKULARTIZA PRIBATUEN LAGUNTZA DUTE, BERE PROFESIONALITASUNA BERMATUZ

Ahokularitza baten laguntza du %



Inkestatuak izan diren pertsonen gehienek (% 87,5), ahokularitza baten laguntza jasotzen dutela diote.

Erosketak bakarka edo taldeka egiten dituen %



Inkestaren arabera, % 85,7ak erosketak bakarka egiteko joera dutela diote, eta horrela jarraitu nahi dute.

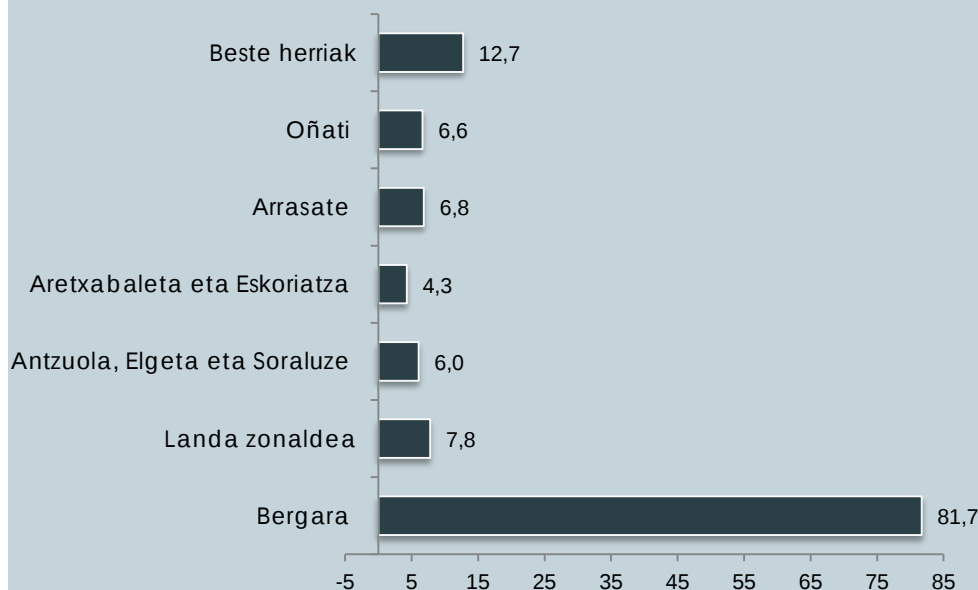
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.3. BEZEROEN JATORRIA

BEZERO GEHIENAK BERGARA BERTAKOAK DIRA (% 81,7).

Bezereen jatorriaren batezbesteko banaketa (%)



Inkestan, profesionalei eskatu zitzaizen gutxi gorabehera bezereen jatorriaren ehunekoa adierazteko.

Jasotako erantzunen batezbestekoak aztertuta, bezero gehienak BERGARA bertakoak direla jakiten da (% 81,7).

Zehazki, % 29,9ak BERGARAKo erdigunekoak dira.

Bestalde, gainerako bezeroak Arrasatekoak (% 6,8), Oñatiikoak (% 6,6) eta gainontzeko herrietatik (% 12,7) datoz.

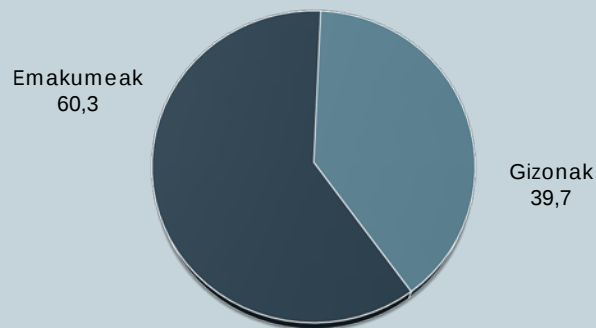
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.4. BEZEROEN SEXUA

BEZEROEN % 60,3-EMAKUMEAK DIRA, ETA JARDUERA ADAR BATZUEN ARABERA, BEZEROEN FEMINIZAZIOA AREAGOTZEN DA.

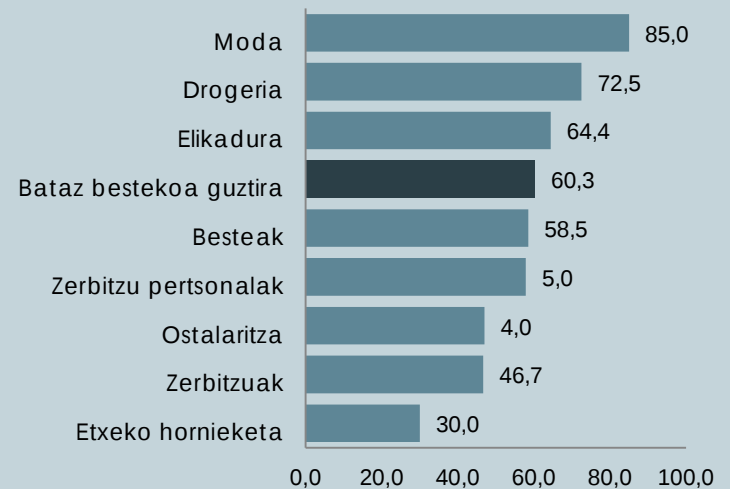
Bezeroen sexuaren araberako batazbesteko banaketa (%)



Bergarako establezimenduen artean, bezeroen % 60,3a emakumeak dira.

SEKTOREKA:

- Moda, farmazia eta drogeria, eta elikaduran, EMAKUMEAK NABARMENTZEN DIRA BEZEROEN ARTEAN.
- Etxeko horniketan gizonezkoak nabarmentzen dira.



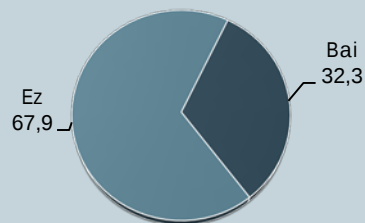
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

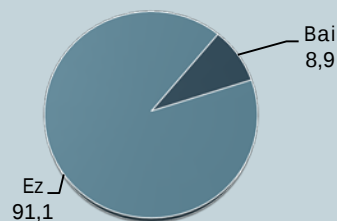
3.7.5. SUSTAPENAK ETA ONLINEKO JARDUERA

ESTABLEZIMENDUEN HEREN BATEK INGURUK WEBGUNEA DU, BAINA OSO GUTXIK SALTZEN DUTE ONLINE (%9)

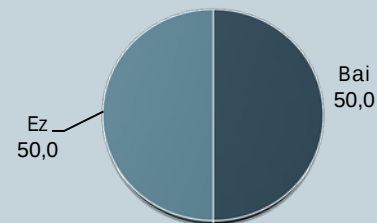
Webgunea duten
establezimenduak (%)



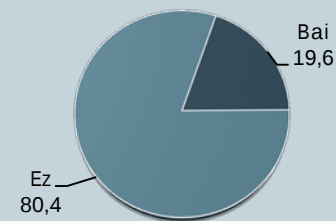
Onlineko salmenta egiten duten
saltokiak (%)



Sare sozialetan parte hartzen duten
Establezimenduak (%)



Etixerako zerbitzua
(%)



- Inkestaren emaitzek adierazten dute inkesta **egindako** establezimenduen % 32,3ak webgunea dutela (hau da, % 67,9k ez dute). Dutenen artean, Moda establezimenduak (%66,7) eta Ostalaritza sektorekoak (%72,3) dira gehien bat.
- Bestalde, establezimenduen % 8,9k soilik egiten dituzte online-eko salmentak.
- Profesionalen % 50a sare sozialetan daudela eta bertan parte hartzen dutela esaten dute.
- Etixerako zerbitzua, pixkanaka zabaltzen ari den zerbitzua da, % 20ak eskaintzen du, batez ere Elikadura establezimenduek (% 50,0).

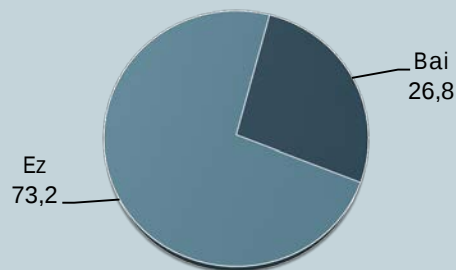
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

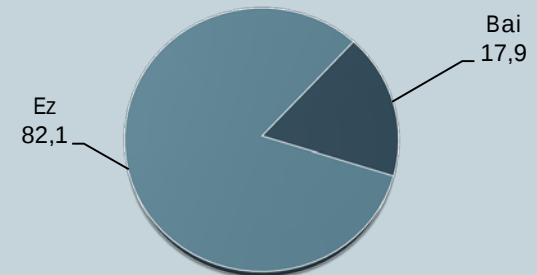
3.7.5. SUSTAPENAK ETA ONLINEKO JARDUERA

4 ESTABLEZIMENDUTATIK 1EK PROMOZIO EKINTZA INDEPENDENTEAK EGITEN DITU.

Promozio-ekintzak egiten dituzten establezimenduak
(independenteak) (%)



Publizitate-ekintzak egiten dituzten establezimenduak
(independenteak) (%)



- Establezimenduen % 17,9ek publizitate-ekintzak egiten ditu modu independentean (postontzietan publizitatea banatzea, katalogoak, jaietako egitarauan, aldizkarietan iragarkiak jartzea, babesletza...). Promozioari dagokionez, % 26,8k egiten dute.

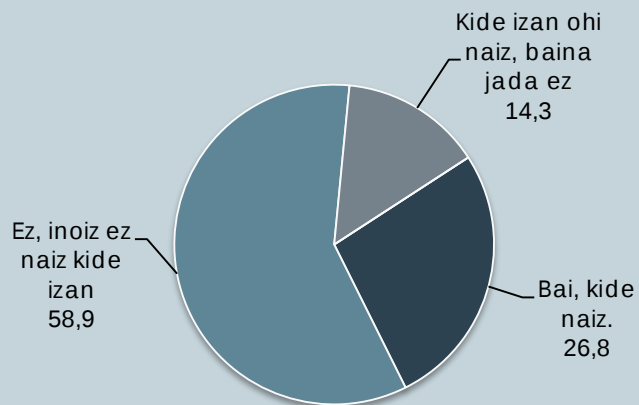
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

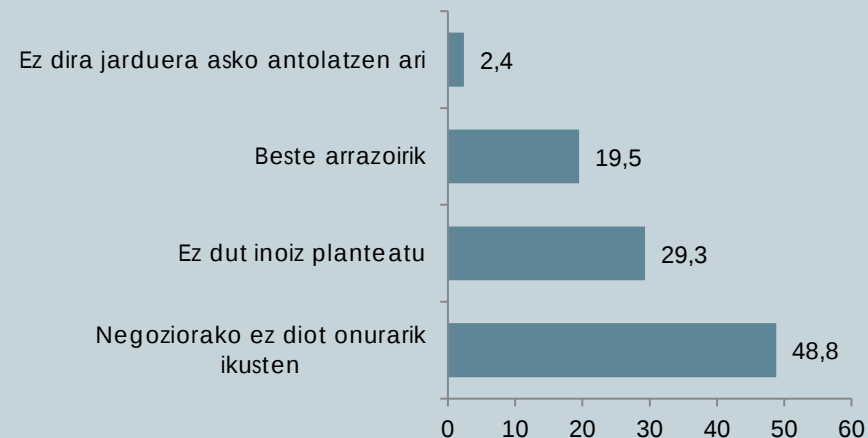
3.7.6. ASOZIAZIONISMOA

%27a BERGARAKO MERKATARI, OSTALARI ETA ZERBITZUEN ENPRESEN ELKARTEKO KIDEAK DIRA (BEDELKAR)

BERGARAKO merkatarien elkarteko kide izatea (%)



Kide ez izateko arrazoi nagusiak (%)



- BERGARAKo establezimenduen % 26,8k BEDELKAR merkatarien elkarteko kide direla diote (inkestaturen artean).
- Aldiz, % 59a ez da elkarteko kide eta % 14,3k dio kide izan zela, baina orain ezetz.
- Kide ez izateko arrazoiaren artean, **negozioarentzako onurarik eza** nagusitzen da argi eta garbi (% 48,8).

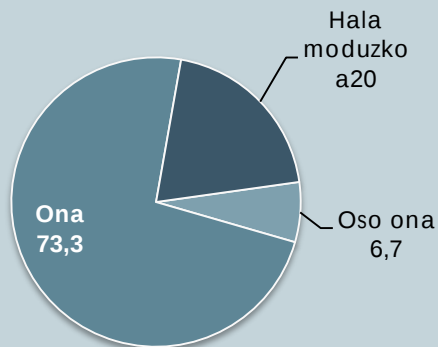
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

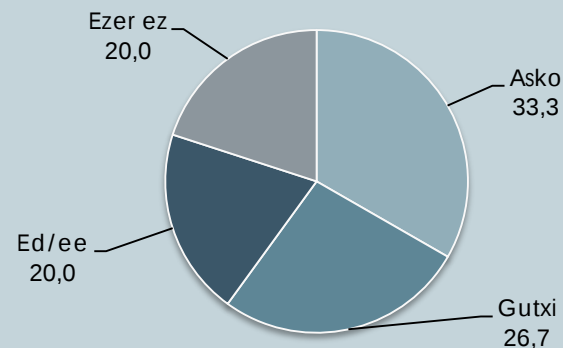
3.7.7. BERGARAKO MERKATARITZA JARDUERA

BEDELKARREN JARDUERA ONTZAT EMATEN DA PROFESIOALEN ARTEAN, BATEZ ERE MODA ESTABLEZIMENDUEK HALA DIOTE.

Nola baloratzen duzu BEDELKAR (%)



BEDELKAR-en bitartez Bergarako merkataritza sustatzeko aukerak daude (%)



Inkesta egitean, % 73,3k Bedelkarren jarduera ontzat ematen du. Moda sektorean batez ere nabarmentzen da, %75ek ematen duen zerbitzua ona dela diote.

Sustapenari dagokionez, erdiak baino gutxiagok, alegia % 33,3k, BEDELKAREk merkataritza sustatzeko aukerak ematen dituela dio. Aldiz, ia % 27ak sustatzeko aukera gutxi eskaintzen duela dio.

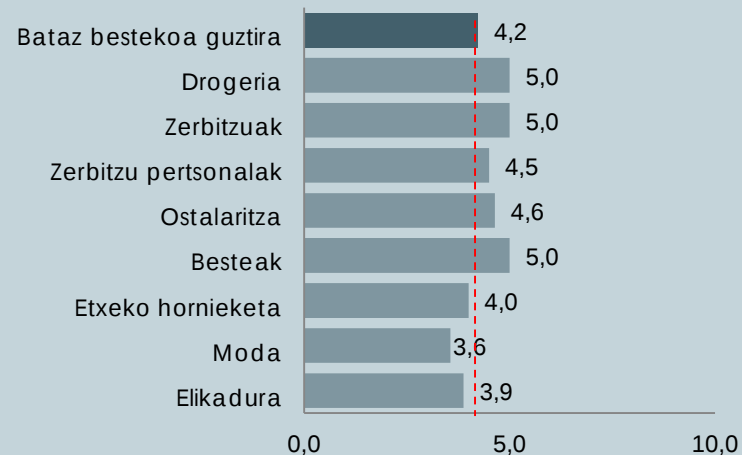
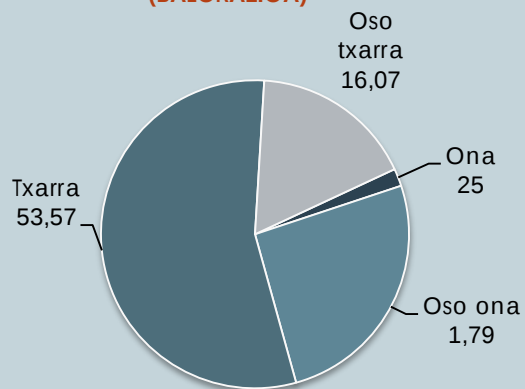
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.7. BERGARAKO MERKATARITZA JARDUERA

PROFESIONALEK BERGARAKO GIROA ETA IRUDIA EZ DUTE ONTZAT EMATEN

BERGARAKO EROSKETA GIROA ETA IRUDIA (BALORAZIOA)



Inkesta egitean, % 53,57-k merkataritza jarduera txarra dela diote. Elementu negatibo bezala, inkestatuen % 16,07ak Bergarako erosketa giroa oso txarra dela dio.

Puntuazioa ematerakoan, inkestatutako profesional guztien bataz bestekoa 4,2 puntu izan dira 0-10 puntuen artetan :Drogeria eta Zerbitzuek balorazio hobea ematen diote, Elikadura eta Modako profesionalak baino.

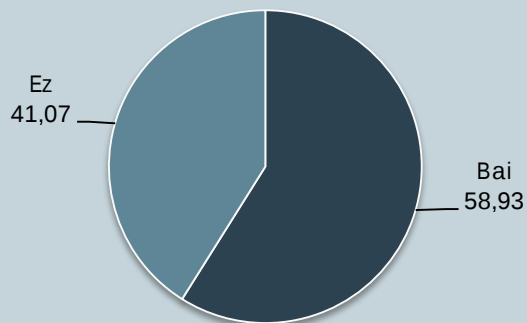
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

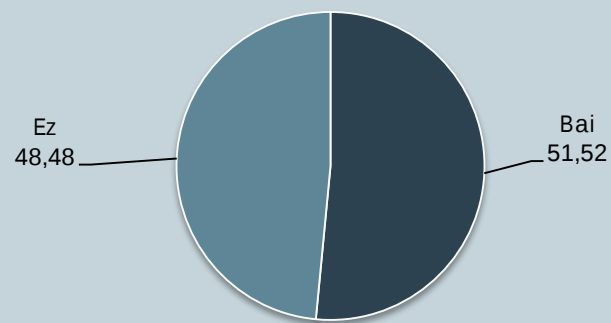
3.7.7. BERGARAKO MERKATARITZA JARDUERA

BERGARAN BIZI EKIMENA % 58,9 K EZAGUTZEN DU, BAINA HAUEN ARTEAN, BITIK BATEK SOILIK PARTE HARTZEN DU

BERGARAN BIZI EKIMENA: EZAGUTU



BERGARAN BIZI EKIMENA: PARTE HARTU



Bergaran Bizi Ekimena ezagutzen dutenen ehunekoa % 58,9ra iristen da, hau da bost profesionaletik hiruk ezagutzen dute: Modako establezimenduetan %100ak ezagutzen d,u baina drogeria edo ostalaritzan ez da % 50era iristen.

Parte hartzeari dagokionean, nahiz eta ezagutu, parte hartzaileen ehunekoa baxua da, bitik batek soilik hartzen du parte. Jardueraka, modako establezimenduak dira gehien parte hartzen dutenak (% 88ak).

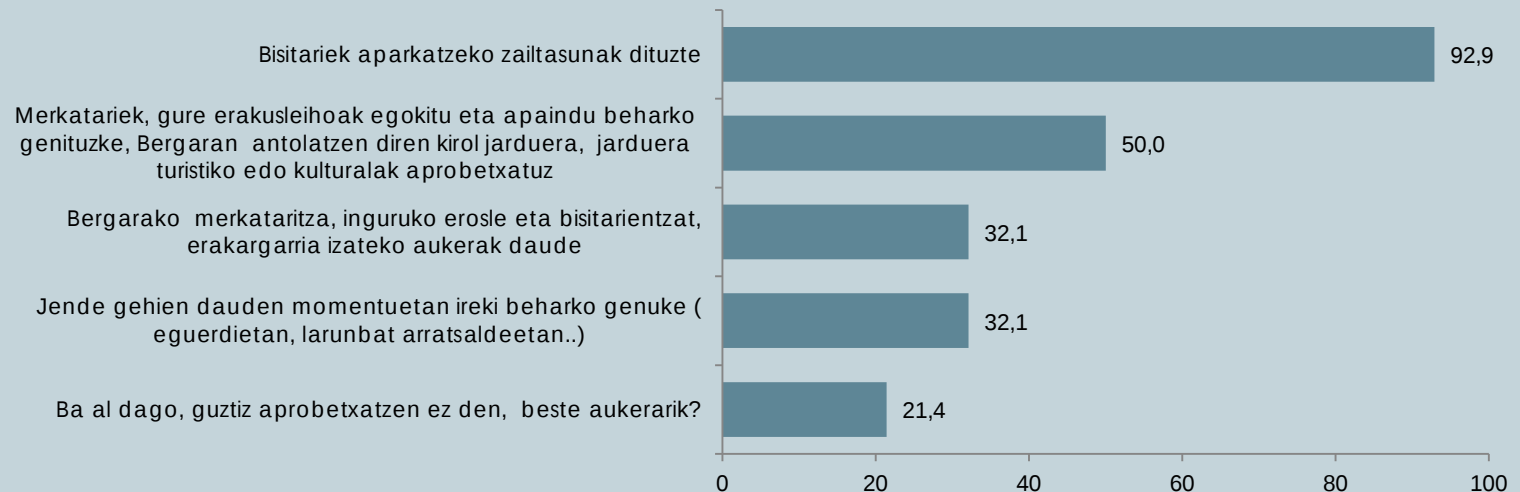
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.7. BERGARAKO MERKATARITZA JARDUERA

MERKATARI GEHIENEK USTE DUTE BISITARIEK ZAILTASUNAK DITUZTELA APARKATZEKO

Honako baieztapen hauekin ados dauden merkatarien ehunekoa (%)



Elementu negatibo gisa, aipatu behar da **inkesta egindakoen % 92,9k uste duela bisitariek arazoak dituztela aparkatzeko.**

Elementu positiboa aipatuz, nabarmentzen da merkatarien ehuneko altu batek (**% 59ak**) **uste duela** kirol-, kultura- eta gastronomia-**ekitaldiak aprobetxatu beharko liratekeela erakusleihoak egokitzeko.**

Bestalde, **BERGARAKO merkataritzak inguruko bizilagunentzat** (Arrasate, Aretxabaleta, Oñati...) **erakargarria izateko gaitasuna duela** diote merkatarien **% 32,1ek**. Amaitzeko, **% 32,1ek uste du udalerrian jende gehien dagoenean ireki beharko liratekeela denda,** eguerdian edo asteburuetan izanda ere. **% 21,4ak** aprobetxatu daitezkeen aukera asko, ez direla aprobetxatzen esaten du.

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.7. BERGARAKO MERKATARITZA JARDUERA

APARKALEKUAREN ARAZOAK KEZKA SORTZEN DU

Merkataritza-sektorearen eta udalerriaren arazoak; bezero gehiago biltzeko konpondu egin beharko lirateke.

Arazoa	%
Aparkalekua ez da nahikoa	62,9
Kontsumo-ohiturak aldatu egin behar dira, bertakoak udalerrian kontsumitu dezaten	11,4
Modernizatzea	11,4
Zerga gehiegi	8,5
Hutsik dauden lokalekin zerbait egin/ Negozio berriak sustatu	5,7

Aparkalekua da merkataritza-sektorea gehien kezkatzen duen gaietako bat, gainerako alderdiei dagokienez. Bergaratarren kontsumo ohiturak eta bertan kontsumitzearen kontzientziazioa ere aipatzen da, eta baita udalerrian bizitza ematen duten jarduera gehiago antolatzea ere.

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.7. BERGARAKO MERKATARITZA JARDUERA

BERTAKO PRODUKTUAK ETA HAUEN KALITATEA NABARMENTZEN DA ERAKARGARRITASUN GISA

Bisitariarentzat BERGARAK dituen erakargarritasun nagusiak.

Erakargarritasuna	%
Produktak: onak, kalitatezkoak eta bertakoak	27,5
Ingurunea: lasaia eta naturala	24,1
Turismoa eta ondare kulturala	20,9
Museoa	11,2
Besteak	16,3

Erakargarritasun gisa, merkatori askok, haien erakargarritasuna produktu onak, kalitatezkoak eta bertakoak, bereziki Gozotegiko produktuak (Rellenuak eta Tostoiak) aipatzen ditu (% 27,5).

Bestalde, bertako ingurune lasaia eta naturala, Deba ibaiaren eta erreken ur-kalitatea nabarmentzekoa da (% 24,1).

Turismoa eta ondare kulturala, Laboratorium museoari lotuta ere, profesionalen hainbat erantzunetan aipatzen da (% 30 bien artean).

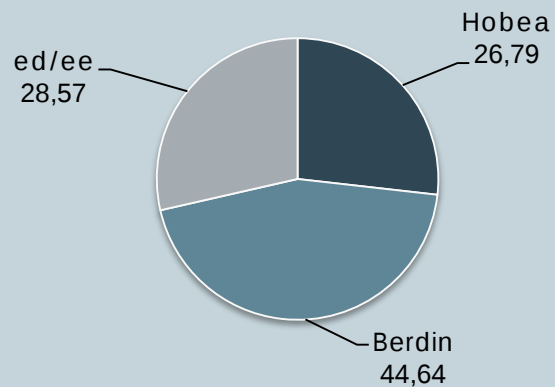
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

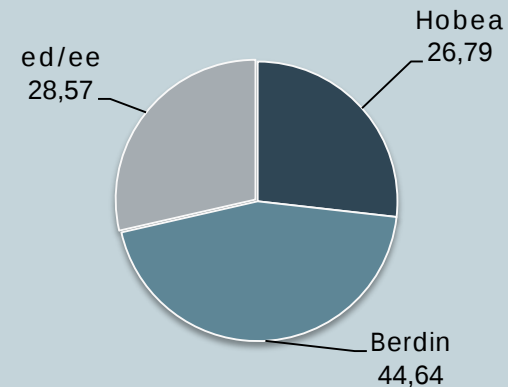
3.7.8. NEGOZIOAREN EBOLUZIOA

PROFESIOALEN % 44AK SALMENTAK MANTENDU DIRELA ETA EGONKOR JARRAITUKO DUTELA DIOTE

2018KIN ALDERATUTA: EBOLUZIOA



2020RA BEGIRA: NEGOZIOAREN EBOLUZIOA



Inkesta egitean, % 26ak 2019ko balorazio positiboa egiten du, salmentak handitu dira 2018arekin alderatuta, eta 2020ra begira ere, aurreikuspenak onak dira. %44 ak berdin mantendu direla dio.

2020ra begira, negozioaren bilakaera egonkor mantenduko dela dio gehiengoak (% 44,6).

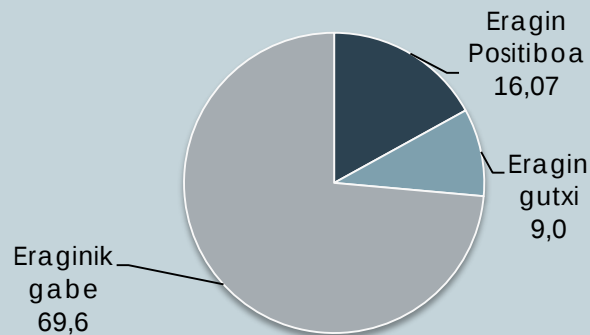
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

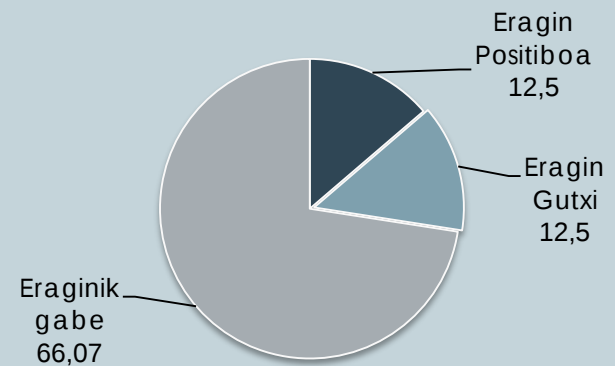
3.7.9. MERKATUAREN ETA TURISMOAREN ERAGINA

MERKATUA ETA TURISMOAREN ERAGINA BAXUA DA, PROFESIONALEK EZ DUTE NABARMENTZEN.

MERKATUAREN ERAGINA (%)



TURISMOAREN ERAGINA (%)



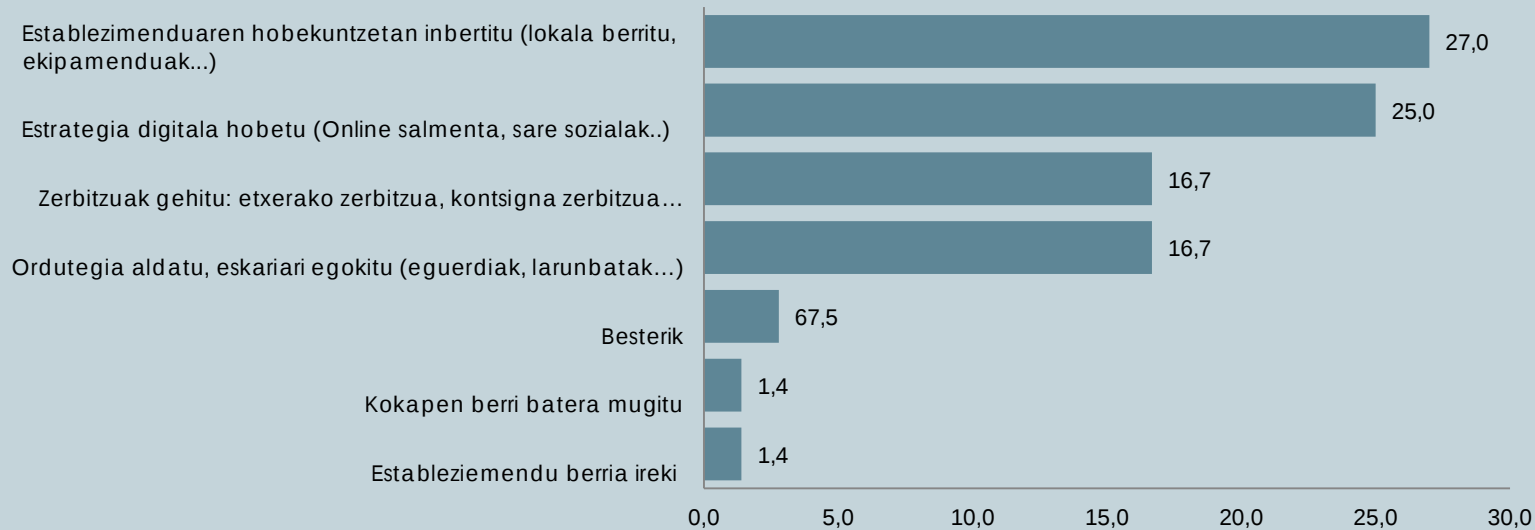
Inkestako datuen arabera, Bergarako merkatuak eta bai turismoak nahiko eragin ahula dute. Izan ere, soilik %16,1ek eta %12,5ek uste dute eragin positiboa dutela, hurrenez hurren.

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.10. ETORKIZUNeko PROIEKTUAK ETA ERRONKAK

MERKATARI GEHIENEK AURREIKUSTEN DUTE ETORKIZUNERA BEGIRA ESTABLEZIMENDUETAN INBERTITZEA ETA ESTRATEGIA DIGITALA HOBETZEA



Merkatari gehienek **establezimenduaren hobekuntzan inbertitzea eta estrategia digitala hobetzea** aurreikusten dute.

Kokapen berri batera mugitu edo establezimendu berria irekitzeko interesa dutenen proportzioa txikixeagoa da, aldiz, **inkesta egindako merkatariek badute etorkizuneko kezkaren bat zerbitzuak gehitzearekiko edo ordutegia aldatzearekiko.**

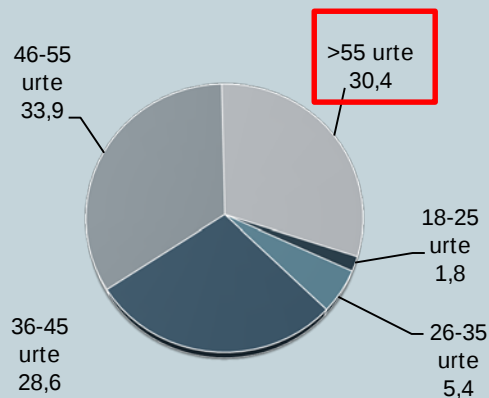
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

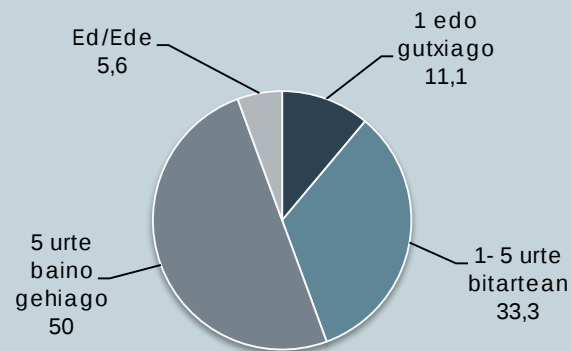
3.7.11. BELAUNALDI ERRELEBOA

MERKATARIEN % 30ak 55 URTE BAINO GEHIAGO DITU

Inkestatu den pertsonaren adina (%)



Erretiroa hartzeko geratzen zaion urte kopurua (%)



55 urte baino gehiagoko merkatarien artean:

- % **11 urtebete edo gutxiagoko epean erretiratuko da.**
- % 33,3a hemendik 5 urtera gehienez
- % 50ak 5 urte baino gehiagoko epean erretiratzea aurreikusten du.
- Ehuneko baxu batek (% 5,6 inguru) oraindik ez du argi.

Inkestak adierazten duenaren arabera, profesionalen % **30ak 55 urte baino gehiago ditu eta inkesta egindakoen % 33,9k 46-55 urte bitartean**. Garrantzi handieneko kolektiboa ez den arren, adierazgarria da ia lautik bat erretiro-adinetik hurbil dagoela.

- Merkatarien multzo handiena 46 eta 55 urte artekoa da (% 33,9).
- Gazte eta ekintzaile diren pertsonak ere badira : % 7,2ak 35 urte baino gutxiago ditu.

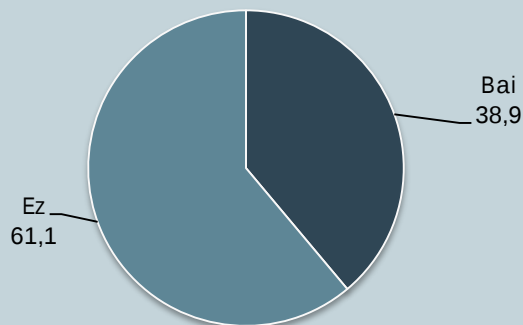
3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.7. INKESTA MERKATARIEI ETA OSTALARIEI

3.7.11. BELAUNALDI ERRELEBOA

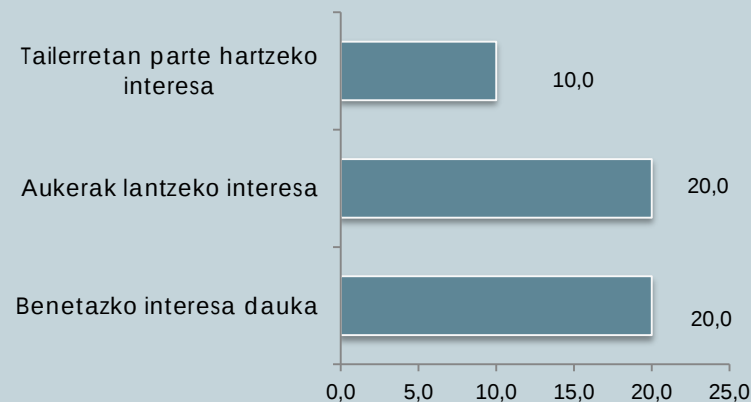
ERRETIROTIK HURBIL DAUDEN PROFESIONALEN ARTEAN, % 61AK EZ DU ERRELEBORIK; PUNTU POSITIBO MODUAN, JARRAIPENARI AURRE EGITEKO DUTEN INTERESA ETA JARRERA.

Seme-alabaren batek edo enplegaturen batek
negozioarekin jarraitzeko aukera (%)



Inkesta egin zaien 55 urte baino gehiago dituztenen artean, ehuneko altu batek (% 61,1) ez dagoela aukerarik seme-alabaren batek edo enplegaturen batek negozioarekin jarraitzeko uste du. Bestalde, merkatarien % 16,7k ez daki aukera hori dagoenik.

Negoziari jarraipena emateko, benetako interesa BAIEZKO ERANTZUNAK (%)



Erreleborik ez dutenen artean %20ak jarraipena emateko interesa du. Udalaren eskutik, aukerak lantzeko eta tailer eta jardueratan parte hartzeko prest dago. Askok ez dute argi jarraipena emateko interesa duten ala ez.

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.8. BERGARAKO AZOKA

3.8.1. TOKIKO AZOKA ETA EKOIZLEAK

- BERGARAKO AZOKA, egunero irekita dagoen eraikin batean kokatzen da, Oxirondo Plazan.
- Bertara iristeko, Fraiskozuri plazatik igarotzen den zubia pasa behar da, erdigunetik desplazamendua 5 minutu baino gutxiago dira, baina zubiak, erdigunearekin lotura oztopatzen du, bezeroaren pertzeptzioan beste gune desberdin batean kokatuz.
- 80 plaza inguru dituen aparkaleku mugatua dauka aurrean: autoa 3 orduz utzi daiteke.



Merkatua Kanpoaldetik



Aparkaleku mugatua



Fraiskozuritik Zubia,
Erdigunetik banatzen duena

3. BERGARAKO MERKATARITZA ESKAINTZAREN AZTERKETA

3.8. BERGARAKO AZOKA

3.8.1. TOKIKO AZOKA ETA EKOIZLEAK

- **16 postu finko ditu**, baina ez dira egunero betetzen. Eraikinaren potentzialtasuna nabarmena izanik, ez da guztiz aprobetxatzen, operadore desberdinek ez dutelako egunero bere postua irekitzen.
- **Asteazken eta larunbatetan**, postu finkoek gain, bertako ekoizleak hurbiltzen dira, beren produktuak eskaini eta “kontsumo saxkiak/sortak” saltzera.
- Postu itxiek duten eragina oso negatiboa da, eraikinaren kolektiboarentzat. Lokomotora batek ez badu indar nahikoa, daudenak ahuldu besterik ez dira egiten.
- **Azoka Bergaratzten** ekimenarekin, indartzeko ahalegina egin zen arren, ez da nahikoa izan. San Martin jaietan larunbateko azoka egunari garrantzia ematen ari zaio.



Postu finko irekiak, postu finko itxiez inguratuta.



Bertako ekoizleak, mahai mugikorretan



Ekimenaren seinaleztapena

4.

ESKARIAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

- 4.1 EROSKETA OHITURAK GUNEA
- 4.2 SARE SOZIALAK ETA ONLINEKO EROSKETA
- 4.3 EROSKETAREN PROZESUA ETA ESPERIENTZIA
- 4.4 MERKATARIAREKIN HARREMANETAN JARTZEKO IBILBIDEAK
- 4.5 HERRIKO EROSKETAREN ETA ESKAINTZAREN BALORAZIOA

4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEA

4.1.1. LAGINA ETA EDUKIA

BERGARAKo bizilagunen Erosketa Ohiturak aztertzeko, guztira **200 inkesta baino gehiago egin dira**. Emaitzak lantzeko, BERGARAKo biztanleria hiru eremutan banatu dugu:

- **1. eremua:** ERDIGUNEA/ALDE ZAHARRA.
- **2. eremua:** AUZOAK (Bolua-Aranerreak, San Lorenzo-Zubieta, Zubiaurre-Martoko-Ozaeta-Ibarra, Tokieder-San Antonio-Espoloia, Matxiategi-Santa Marina).
- **3. eremua:** LANDA EREMUA (Angiozar, Basalgo, Elosua, Elorregi, Osintxu eta Ubera).

Sexuaren arabera, guztira % 52,4 emakumeri egin zaie inkesta, eta gizonezkoen % 47,6ri. Adinaren arabera, inkesta egindakoen % 47,6k 56 urte edo gehiago ditu.

Familia-tipologiaren arabera: beren ardurapean seme-alabarik ez duten bikoteen pisua nabarmentzen da, %38,3, seme-alabak dituzten bikoteak % 29,6 izanik.

Eremua/auzoa	Inkest a kop.	%
1.Eremua: Erdigunea/Alde Zaharra	75	36,4
2.Eremua: AUZOAK	103	50,0
3.Eremua: LANDA EREMUA	28	13,6
Guztira	206	100,0

Adina	Inkesta kopurua	%
18-35 urte	17	8,3
36-55 urte	91	44,2
>55 urte (80 inguru)	98	47,6
Guztira	206	100,0

Familia mota	Inkesta kop.	%
Bakarrik bizi da	34	16,5
Bikotearekin bizi da	79	38,3
Bakarrik bizi da seme-alabekin.	13	6,3
Bikotearekin bizi da seme-alabekin	61	29,6
Besteak	19	9,2
Guztira	206	100,0

Inkestaren edukia, alde batetik, erosketa eta kontsumo ohiturak ezagutzea da, establezimendu motaren eta jarduera-adarraren arabera (noizbehinkako erosketa, eguneroko erosketa, aisialdi-ostalaritza, eta zerbitzu pertsonalak bereziki) eta BERGARAn dagoen eskaintzaren balorazioa.

Alderdi berri gisa, aurre-erosketa, erosketa-prozesua eta erosketa-ostearen balorazio-atal bat ere sartzen da, bai eta txikizkarietako harreman-ibilbidearen azterketa ere.

Beste alderdi batzuk dira: BERGARAn balorazio orokorra, merkataritza-gune eta erosketetarako eta aisialdirako gune gisa, eta beste herri batzuen aurrean konparaketa egitea, batez ere Arrasaterekin.

4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEA

4.1.2. EROSKETA OHITURAK PRODUKTUEN ARABERA. MERKATARITZA EKIPAMENDUAK ETA AURREKONTUA

BERGARAKO bizilagunek erosketak egiten dituzten udalerri eta merkataritza-ekipamendu nagusiak, produktu motaren arabera (%)

Produktu mota (%)	Elikagai freskoa	Elikagai ontziratua eta drogeria	* Hornidura pertsonala	* Etxeko hornidura	Teknologia, elektronika...	Beste batzuk (kirola, jostailuak...)	Ostalaritza	Zerbitzu pertsonalak	Gainerakoak
BERGARA (saltokiak)	27,6%	18,8%	42,6%	52,2%	37,3%	60,0%	72,2%	85,8%	91,9%
Arrasate (saltokiak)	1,4%	1,5%	1,9%	6,9%	2,8%	4,7%	1,9%	3,5%	0,8%
Super Amara (Bergara)	18,1%	20,6%	--	--	--	--	--	--	--
Eroski Leizeaga (Bergara)	36,4%	42,0%	0,3%	2,5%	0,7%	0,7%	--	--	--
Dia (Bergara)	10,3%	10,8%	--	0,4%	--	--	--	--	--
Hiper Eroski (Arrasate)	2,1%	1,6%	0,2%	6,6%	3,3%	1,4%	0,7%	--	--
C.C. Boulevard (Gasteiz)	0,5%	1,0%	21,7%	7,8%	7,3%	7,9%	4,2%	1,2%	--
Corte Ingles (Eibar)	0,3%	0,2%	7,8%	3,5%	20,9%	1,5%	2,1%	0,5%	--
Bilbao	--	--	4,2%	4,2%	0,3%	1,4%	3,7%	--	--
Donostia	--	0,6%	7,3%	1,5%	1,6%	1,1%	2,9%	2,4%	0,3%
Gasteiz	--	--	4,9%	1,9%	2,7%	4,3%	2,1%	0,9%	0,8%
Gainerakoak	1,6%	1,6%	1,7%	1,0%	0,2%	1,6%	3,2%	4,0%	0,6%
Internet bidez	1,7%	1,5%	6,8%	7,1%	17,1%	14,5%	2,2%	1,2%	3,2%
Ez du erosten	--	--	0,3%	4,0%	5,3%	0,9%	3,0%	0,5%	2,5%
ED-EE	--	--	0,3%	0,4%	0,3%	--	1,8%	--	--
Guztira	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* Hornidura pertsonala arropa, oinetakoak, osagariak eta abar dira.

** Etxeko ekipamendua altzariak, etxetresna elektrikoak eta abar dira.

Inkestaren emaitzek erakusten dute **elikagai freskoa eta ontziratua, eta drogeriako produktuak, BERGARAKO Leizeaga Eroskin erosteko joera dagoela**. Gainontzeko produktuak kontsumitzeko, oro har, BERGARAKO saltokietara jotzen da. Hala ere, aipatzekoa da hornidura pertsonalerako C.C. Boulevard Gasterizera joateko dagoen ohitura, eta teknologia eta elektronika erosteko Eibarko Corte Inglesek duen garrantzia. Bestalde, **Internet bidezko erosketak ez dago oraindik oso zabalduta**, teknologian eta gainerako produktuetan eskuratzen duen pisu handiena (% 17,1 eta % 14,5, hurrenez hurren). Halaber, BERGARAKo bizilagunek bertako ostalaritza establezimenduetara jotzen dute zerbitzu jan edo edateko (% 72,2).

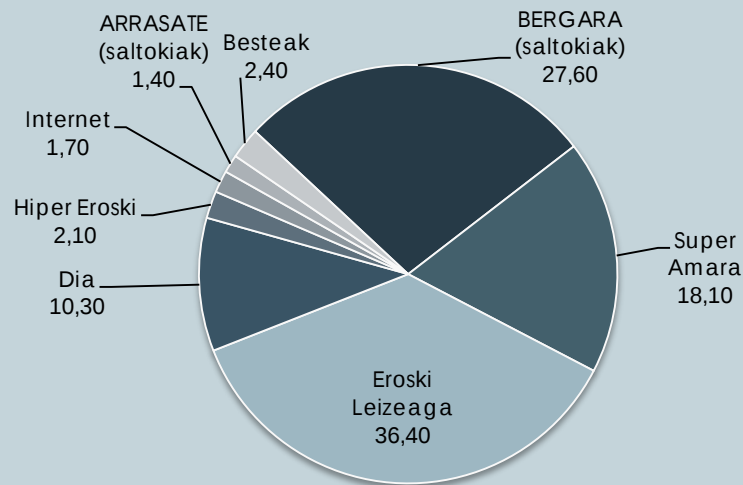
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEA

4.1.3. ELIKAGAI FRESKOA

ELIKAGAI FRESKOA ASKO EROSTEN DA BERGARAKO LEIZEAGA EROSKIN, BATEZ ERE, ERDIGUNEAN ETA ALDE ZAHARREAN BIZI DIRENEK.

Erosketak egiteko aukeratzen den udalerria edo merkataritza-gunea; edo erabilitako bidea (Internet...) (%)



Eremu desberdinen artean erosketa-ohituren banaketa nahiko orekatua da. 1. eta 2. EREMUKO bizilagunen gehiengoak Eroski Leizeagan erosten du (% 38,8 eta % 36,4, hurrenez hurren), 3. EREMUAN, aldiz, Super Amarara joateko ohitura handiagoa dago (% 36,8). Bigarren erosketa-gune garrantzitsuen BERGARAKo saltokiak dira hiru eremuetan, Arrasateren garrantzia oso txikia izanik.

BERGARAKO bizilagunen % 36,4k etxerako elikagai freskoaren erosketak **BERGARAKO Eroskin** egiten ditu, eta % 27,6 batek BERGARAKo kaleko saltokietan. Soilik % 1,4a joaten da Arrasatera.

Elikagai freskoaren erosketa, eremuka (%)

UDALERRIA / EKIPAMENDUA (%)	1. ERDIGUNEA / ALDE ZAHARRA	2. AUZOAK	3. LANDA EREMUA
BERGARA (saltokiak)	34,3%	24,5%	21,1%
ARRASATE (saltokiak)	--	2,3%	1,8%
Super Amara (Bergara-Amillaga)	11,2%	19,5%	36,8%
Eroski Leizeaga (Bergara)	38,8%	36,4%	26,3%
Dia (Bergara)	9,7%	11,4%	5,3%
Internet bidez	2,2%	1,4%	1,8%
Gainerakoak	3,7%	4,5%	7,0%
Guztira	100,0%	100,0%	100,0%

* Oharra: komeni da kontuan hartzea (taula honetan eta ondorengoetan) "erdigunea/alde zaharra" izeneko eremuak biltzen duela udalerriko biztanleriaren gehiengoa, beraz, alderaketei dagokienez garrantzi handia du.

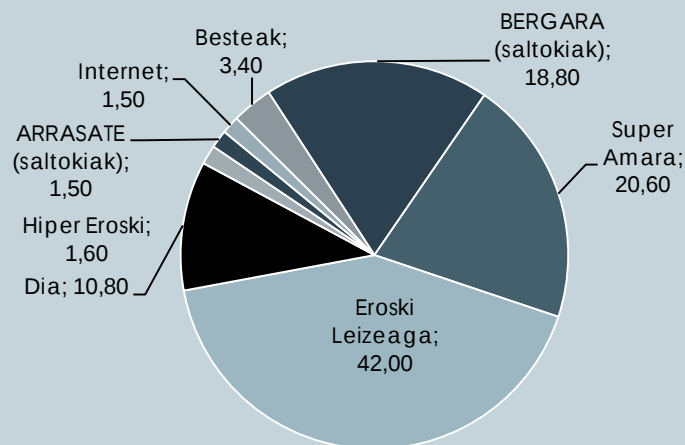
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEA

4.1.4. DROGERIA, LURRINDEGIA ETA FARMAZIA

BERGARAKO HERRITARREN GEHIENGOAK EROSKI LIZEAGAN KONTSUMITZEN DU ONTZIRATUTAKO ELIKADURA ETA DROGERIA

Erosketak egiten dituen udalerria edo merkataritza-gunea; edo erabilitako bidea (Internet...) (%)



Eremuen arabera aldee dagokienez, **1. EREMUA** nagusitzen da BERGARAKo establezimenduetan gehien erosten duten gune gisa (% 28,7), nahiz eta bizilagunen ia erdia Eroskira joaten den, 1. zein 2. eremuetan. Landa eremukoen gehiengoak, ordea, Super Amaran egiten ditu ontziratutako elikagai eta drogeria erosketak.

Elikagai ontziratuak eta drogeria erosteko, **BERGARAKO 10 bizilagunetik 4k Eroski Lizeagara joaten da**. Super Amaran inkestatutakoen % 20,6k egiten ditu erosketak eta kaleko establezimendu eta saltokietan % 18,8ak. Arrasatera % 1,5a bakarrik gerturutzen da.

UDALERRIA/EKIPAMENDUA (%)	1. ERDIGUNEA / ALDE ZAHARRA	2. AUZOAK	3. LANDA EREMUA
BERGARA (saltokiak)	28,7%	14,0%	10,9%
ARRASATE (saltokiak)	--	2,2%	2,2%
Super Amara (Bergara-Amillaga)	13,0%	21,8%	43,5%
Eroski Leizeaga (Bergara)	44,4%	42,5%	28,3%
Dia (Bergara)	9,3%	12,3%	6,5%
Internet bidez	1,9%	1,1%	2,2%
Gainerakoak	2,8%	6,1%	6,5%
Guztira	100,0%	100,0%	100,0%

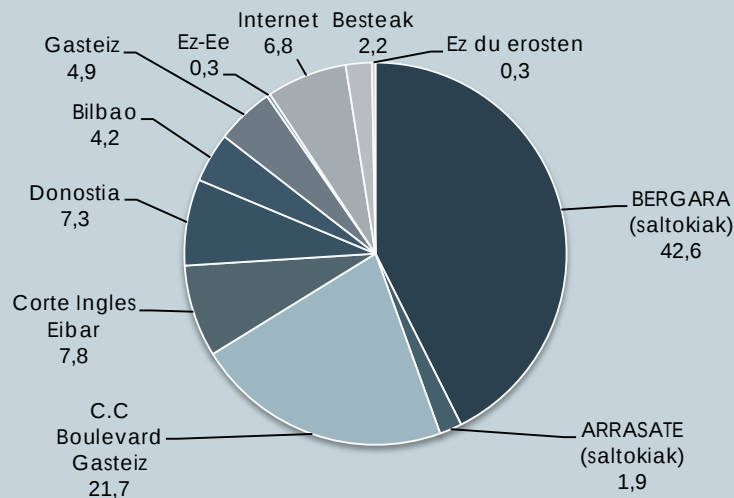
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEA

4.1.5. HORNIDURA PERTSONALA (MODA, OINETAKOAK, OSAGARRIAK...)

MODA, OINETAKOAK, OSAGARRIAK... EROSTEKO IA BERGARATARREN ERDIAK BERTAKO SALTOKIETARA JOTZEN DU

Erosketak egiten dituen udalerria edo merkataritza-gunea; edo erabilitako bidea (Internet...) (%)



Eremuen arteko aldeei begiratuta, guztiek erosketa gehiena **BERGARAKo saltokietan egiteko ohitura dute**, eta bigarren aukera nagusia Gasteizko Boulevard merkataritza-gunea da. Nabarmentzekoa da 1. EREMUAN: Erdigune-Alde Zaharrean hornidura pertsonala internet bidez erosteko dagoen joera, hirugarren aukera izanik (% 8,5).

BERGARAKO bizilagunen % **42,6k** arropa, oinetako, osagarri eta abarren erosketak **BERGARAKo kaleko establezimendu eta saltokietan** egiten ditu, eta jarraian, inkesta egindakoen % **21,7-a GASTEIZKO C.C BOULEVARDera** joaten da.

UDALERRIA / EKIPIAMENDUA (%)	1. E RDIGUNEA / ALDE ZAHARRA	2. AUZOAK	3. LANDA EREMUA
BERGARA (saltokiak)	46,5%	39,5%	43,2%
ARRASATE (saltokiak)	1,6%	1,2%	9,1%
C.C. Boulevard Gasteiz	20,9%	23,8%	11,4%
Corte Ingles -Eibar	7,0%	7,6%	13,6%
Bilbao	5,4%	3,5%	2,3%
Donostia	3,1%	9,9%	11,4%
Gasteiz	3,9%	6,4%	--
Internet bidez	8,5%	5,8%	4,5%
Gainerakoak	3,1%	1,7%	4,5%
Ez du erosten	--	0,6%	--
Guztira	100,0%	100,0%	100,0%

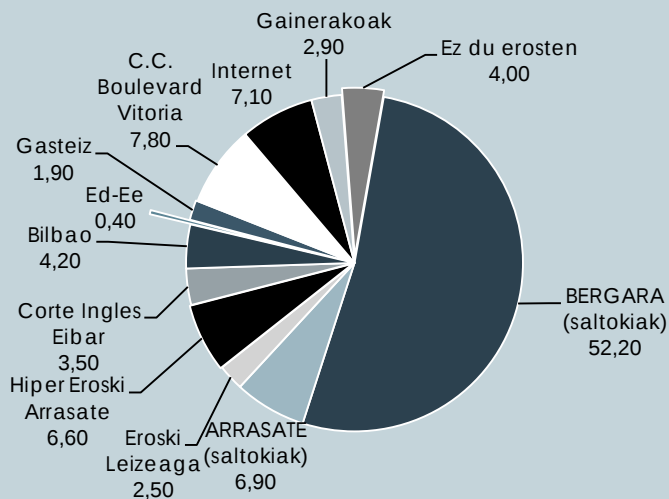
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEA

4.1.6. ETXEKO HORNIDURA (ALTZARIAK, DEKORAZIOA...)

ETXEKO HORNIDURA BATEZ ERE BERGARAN EROSTEN DA (52,2%)

Erosketak egiten dituen udalerria edo merkataritza-gunea; edo erabilitako bidea (Internet...) (%)



Eremuen arteko aldean ikuspegitik, bertako produktuetara fideltasun gehiago duten eremuak, lehena (% 53,9) eta hirugarrena (% 54,1) dira. Aipatzekoa da Landa Eremua dela internet bidez etxeko hornidura gehien erosten duena (% 8,1).

BERGARAKo bizilagunek, batez ere, tokiko merkataritzara jotzen dute etxeko hornidura erostera. CC Boulevard da bigarren aukera (%7,8) eta, jarraian, internet-a (% 7,1).

UDALERRIA/ EKIPAMENDUA(%)	1. ERDIGUNEA/ALD E ZAHARRA	2. AUZOAK	3. LANDA EREMUA
BERGARA (saltokiak)	53,9%	50,7%	54,1%
ARRASATE (saltokiak)	6,9%	7,1%	5,4%
Eroski Leizeaga (Bergara)	1,0%	3,6%	2,7%
Hiper Eroski (Arrasate)	6,9%	5,7%	10,8%
C.C. Boulevard Gasteiz	7,8%	8,6%	2,7%
Corte Ingles -Eibar	2,9%	3,6%	5,4%
Bilbao	5,9%	2,9%	5,4%
Donostia	2,9%	0,7%	--
Gasteiz	2,0%	2,1%	--
Internet bidez	5,9%	7,9%	8,1%
Gainerakoak	2,0%	1,4%	2,7%
Ez du erosten	2,0%	5,7%	2,7%
Guztira	100,0%	100,0%	100,0%

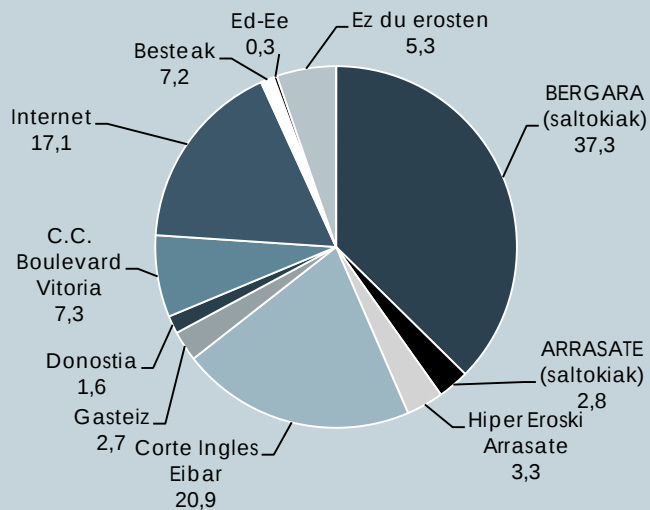
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEA

4.1.7. TEKNOLOGIA, ELEKTRONIKA ETA KOMUNIKAZIOA

INTERNETEN BIDEZKO EROSKETAK GARRANTZI HANDIA DAUKA PRODUKTU MOTA HONETAN

Erosketak egiten dituen udalerria edo merkataritza-gunea; edo erabilitako bidea (Internet...) (%)



BERGARAKo bizilagunen % **37,3** BERGARAKo establezimendu eta saltokietara joaten da produktu kategoria hau erostera; aldiz, % **20,9** Eibarko Corte Inglesera gerturatzen da, eta % 7,3 CC. Boulevardera.

Eremuen arteko aldeei dagokionez, 3. EREMUKO biztanleak dira produktu mota hau BERGARAn gehien erosten dutenak (%45,9). Bigarren eta hirugarren tokian Corte Ingles eta internet kokatzen dira hiru eremuentzat, internet bidezko erosketak 1. EREMUAN duen garrantzia bereziki aipagarria izanik (erosten den guztiaren % 24,8).

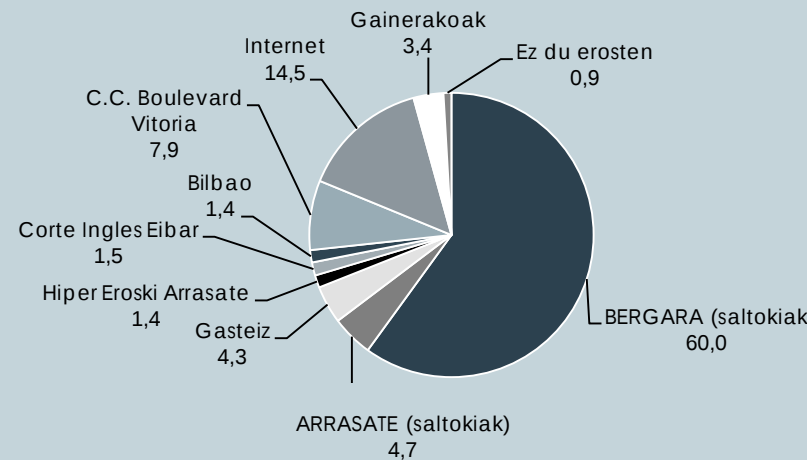
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEKA

4.1.8. BESTE BATZUK (JOSTAILUAK, ARGAZKIAK, OPTIKA, KIROLA...)

10 HERRITARRETIK 6K BERGARAN BERTAN EROSTEN DU PRODUKTU MOTA HAU

Erosketak egiten dituen udalerria edo merkataritza-gunea; edo erabilitako bidea (Internet...) (%)



Eremu desberdinen artean erosketak-ohiturak antzekoak dira. BERGARA da hiru eremuetan jomuga nagusia bestelako produktuak erosteko; halaber, 2. EREMUAN C.C Boulevardera joateko dagoen ohitura aipagarria da (% 10,2). Garrantzia hartzen du produktu hauen erosketak interneten bidez, jada bigarren tokian kokatuz hiru eremuetan.

Beste produktu batzuk erosteko, herritarren gehiengoak tokiko establezimendu eta saltokietara jotzen du; aldiz, % 14,5ak internetez erosten du, eta % 7,9k CC. Boulevarden.

UDALERRIA / EKI-PAMENDUA(%)	1. ERDIGUNEA / ALDE ZAHARRA	2. AUZOAK	3. LANDA EREMUA
BERGARA (saltokiak)	63,1%	57,3%	64,9%
ARRASATE (saltokiak)	4,9%	4,5%	5,4%
Hiper Eroski (Arrasate)	1,9%	1,3%	--
C.C Boulevard Vitoria	4,9%	10,2%	5,4%
Corte Ingles -Eibar	--	1,9%	5,4%
Bilbao	1,9%	1,3%	--
Donostia	1,0%	1,3%	--
Gasteiz	4,9%	4,5%	--
Eibar	0,0%	1,3%	2,7%
Internet bidez	17,5%	12,7%	13,5%
Gainerakoak	--	2,5%	--
Ez du erosten	--	1,3%	2,7%
Guztira	100,0%	100,0%	100,0%

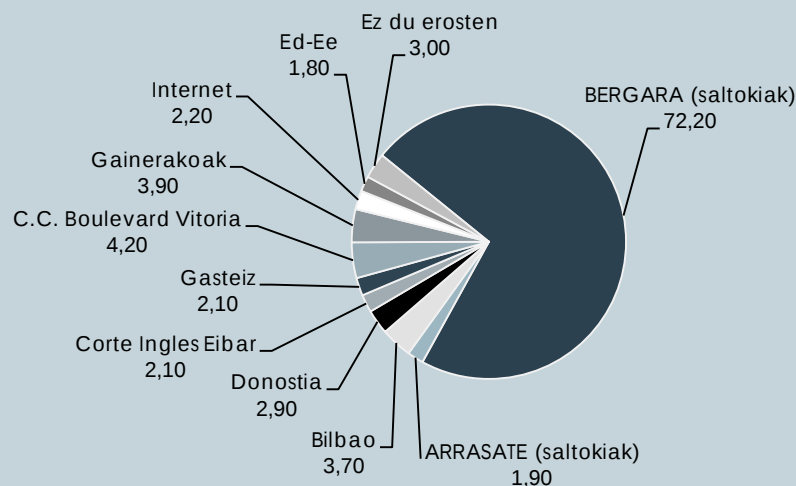
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEA

4.1.9. OSTALARITZA: TABERNAK ETA JATETXEAK

OSTALARITZA GARRANTZI SOZIALA DUEN JARDUERA DA BERGARAN

Zerbait hartzea edo jatera joaten diren udalerria edo merkataritza-gunea (%)



Eremuen arteko aldeei dagokienez, Alde Zaharra eta Erdiguneko eremua da BERGARAKO establezimenduekiko fidelitasun handiena duena, ia % 80. 2. EREMUAN (% 70,2) eta bereziki 3. EREMUAN (% 54,1) herriko taberna eta jatetxeetara joaten den ehunekoa txikiagoa da.

Zerbait hartzea edo jatera ateratzeko, BERGARAKO bizilagun gehienak (**%72,2**) bertako establezimenduetara joaten dira. Zifra horren oso azpitik, % 4,2 CC Boulevardera gerturatzen dira.

UDALERRIA / EKI-PAMENDUA(%)	1. ERDIGUNEA / AL DE ZAHARRA	2. AUZOAK	3. LANDA EREMUA
BERGARA (saltokiak)	79,5%	70,2%	54,1%
ARRASATE (saltokiak)	1,1%	2,3%	2,7%
Hiper Eroski (Arrasate)	1,1%	--	2,7%
C.C Boulevard Vitoria	1,1%	6,1%	5,4%
Corte Ingles -Eibar	1,1%	3,1%	--
Bilbao	5,7%	3,1%	--
Donostia	5,7%	1,5%	--
Gasteiz	--	3,8%	--
Eibar	1,1%	1,5%	--
Internet bidez	--	2,3%	10,8%
Gainerakoak	1,1%	3,1%	18,9%
Ez du erosten	2,3%	3,1%	5,4%
Guztira	100,0%	100,0%	100,0%

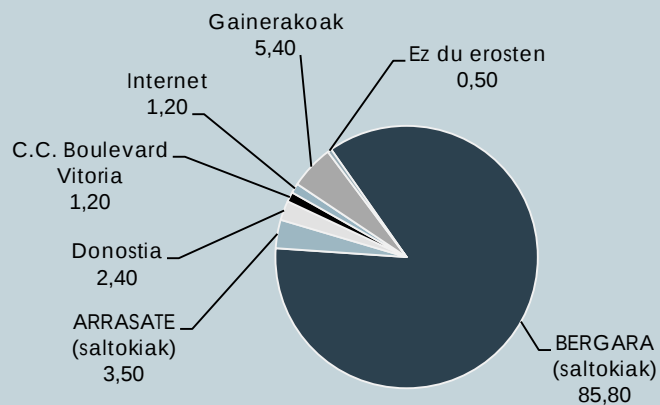
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEA

4.1.10. ZERBITZU PERTSONALAK

KATEGORIA HONETAN BERGARAN BERTAN EGITEN DEN KONTSUMOA OSO ALTUA DA

Zerbitzu pertsonalen beharrak asetzen dituen udalerria edo merkataritza-gunea edo erabilitako bidea (Internet...) (%)



Eremuen arteko aldeei begiratuta, erosketa-ohitura nahiko homogeneo nabari da hiru eremuetan. BERGARAKo saltokiak dira nagusi (bereziki 1. EREMUAN), eta jarraian Arrasate eta Donostiaren garrantzia aipatu daiteke, nahiz eta ehuneko dezentez apalagoetan.

BERGARA da lehen aukera zerbitzu pertsonalen beharrak asetzeko (% 85,8). Gainontzeko guneen garrantzia nahiko apala da, Arrasatera joaten den proportzioa % 3,5ekoa izanik.

UDALERRIA / EKIPAMENDUA (%)	1. ERDIGUNEA / ALDE ZAHARRA	2. AUZOAK	3. LANDA EREMUA
BERGARA (saltokiak)	94,9%	81,4%	75,8%
ARRASATE (saltokiak)	1,3%	5,1%	3,0%
C.C Boulevard Vitoria	--	1,7%	3,0%
Corte Ingles -Eibar	--	0,8%	--
Donostia	1,3%	2,5%	6,1%
Gasteiz	--	1,7%	--
Eibar	--	1,7%	3,0%
Internet bidez	1,3%	0,8%	3,0%
Gainerakoak	1,3%	3,4%	6,1%
Ez du erosten	--	0,8%	--
Guztira	100,0%	100,0%	100,0%

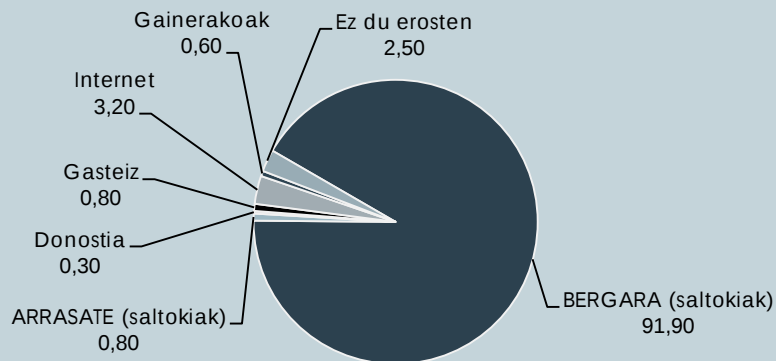
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEKA

4.1.11. GAINERAKO ZERBITZUAK (ASEGURUAK, BANKUAK, AUTOESKOLAK...)

GAINERAKO ZERBITZUEN IA GUZTIA BERGARAKO SALTOKIETAN KONTSUMITZEN DA

Gainerako zerbitzuen beharrak asetzen dituen udalerria edo merkataritza-gunea edo erabilitako bidea (Internet...) (%)



Eremuen arteko aldeei erreparatuz gero, 1 eta 2. EREMUETAN BERGARAKo saltokietan burutzen den kontsumoa ia erabatekoa da (% 93,7 eta % 92,5, hurrenez hurren); aldiz, 3. EREMUAN ehuneko hau apur bat txikiagoa da (% 80,6), kategoria honen kontsumoa dibertsifikatuago egonik ekipamendu desberdinen artean.

BERGARAKo merkataritza eta saltokietan gehien kontsumitzen den kategoria da (% 91,9). Gainontzeko guneek ia ez dute garrantzirik, internet bidez kontsumitzeko ohitura (% 3,2) izanik aipagarriena.

UDALERRIA / EKI-PAMENDUA (%)	1. ERDIGUNEA / ALDE ZAHARRA	2. AUZOAK	3. LANDA EREMUA
BERGARA (saltokiak)	93,7%	92,5%	80,6%
ARRASATE (saltokiak)	1,3%	--	3,2%
Donostia	--	--	3,2%
Gasteiz	0,0%	0,9%	3,2%
Internet bidez	3,8%	2,8%	3,2%
Gainerakoak	--	--	6,5%
Ez du erosten	1,3%	3,7%	--
Guztira	100,0%	100,0%	100,0%

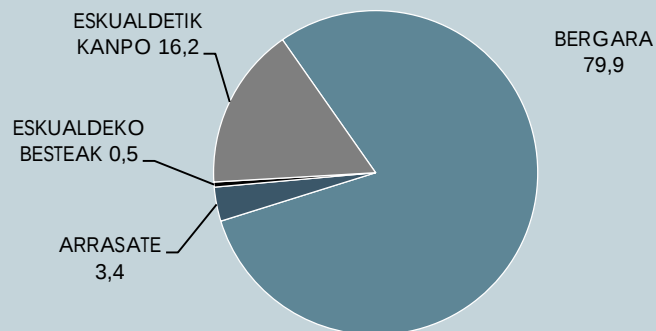
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.1. EROSKETA OHITURAK GUNEA

4.1.12. URTEKO GASTUAREN BANAKETA

BERGARAKO HERRITARREK HERRIAN BERTAN GASTATZEN DUTE AURREKONTUAREN GEHIENGOA

Urteko gastuaren banaketa udalerriaren arabera (%)



Urtean egiten den gastuaren ia % 80 herriko saltokietan gastatzen dute BERGARArrek. Ondoren, eskualdetik kanpo erosten dute (% 16,2) eta Arrasateri gutzizkoaren % 3,4 dagokio.

Hiru eremuen arteko gastuaren banaketa alderatuz gero, Erdigunean eta Alde Zaharrean (1. EREMUA) bizi direnek gastatzen dute gehien BERGARAn (% 84,9). Gainontzeko bi eremuetan ehuneko hori txikiagoa da, aldiz, altuagoa da eskualdetik kanpo egiten duten erosketaren zatia (% 19, 2. EREMUAN eta % 15,9 3. EREMUAN).

Urteko gastuaren banaketa, guneka (%)

Eremua / auzoa (%)	1. ERDIGUNEA / ALDE ZAHARRA	2. AUZOAK	3. LANDA EREMUA
BERGARA	84,9%	77,1%	74,6%
ARRASATE	2,2%	3,4%	8,9%
ESKUALDEKO BESTEAK	0,5%	0,6%	0,5%
ESKUALDETIK KANPO	12,4%	19,0%	15,9%
Guztira	100,0%	100,0%	100,0%

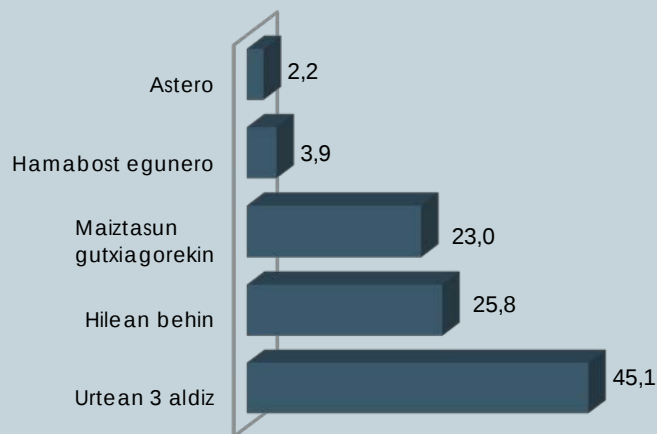
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.2. SARE SOZIALAK ETA ONLINEKO EROSKETA

4.2.1. INTERNET BIDEZKO EROSKETA

INTERNET BIDEZ EROSTEN DUTENEN ARTEAN, % 25,8-K HILEAN BEHIN EROSTEN DUTE. BEREZIKI, LIBURUAK ETA ELEKTRONIKA, ETA MODA, OINETAKOAK ETA OSAGARRIAK.

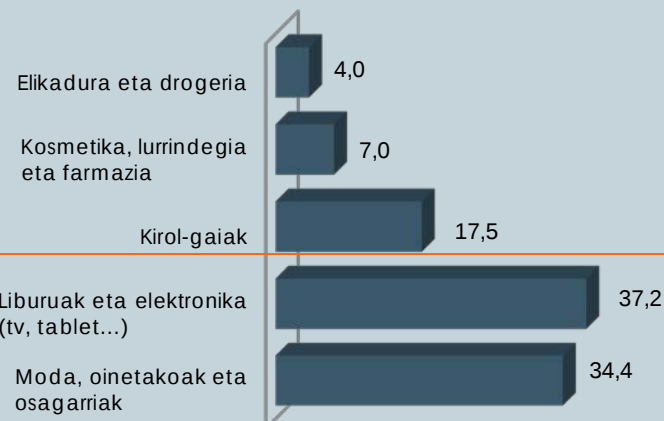
% Interneten bidez egiten diren erosketak aldiak, erosketak guztietatik



Internet bidezko erosketak gero eta ohikoagoa da eta baditu erabiltzaileak BERGARAn (inkestaturakoen % 47,3k zerbait erosten du):

- BERGARAKO bizilagunen % **25,8k hilean behin egiten dituzte erosketak online.**
- Egoiliarren % **45,1ek urtean hiru alditan** kontsumitzen dute internet bidez eta % 23ak maiztasun gutxiagorekin erosten duela dio.
- Aipatzekoa da nahiz eta oraindik oso ehuneko txikian ageri, % **2,2ak astero erosten** duela zerbait online.

Interneten bidez erositako produktu motak %



Internet bidez erositako produktu nagusiak: Liburuak eta Elektronika (% 37,2) eta Moda, oinetakoak eta osagarriak (% 34,4) dira.

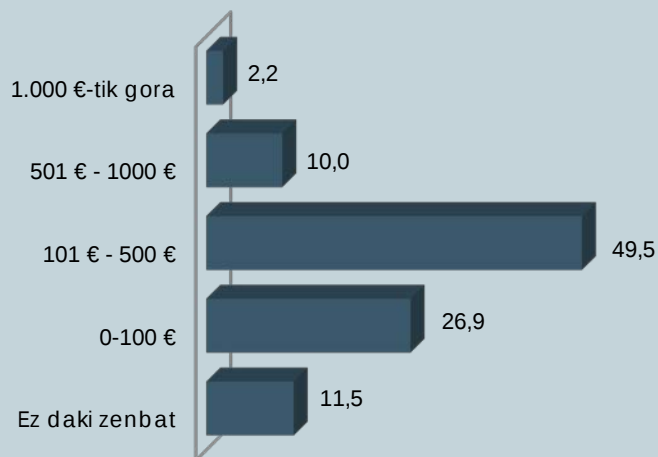
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.2. SARE SOZIALAK ETA ONLINEKO EROSKETA

4.2.1. INTERNET BIDEZKO EROSKETA

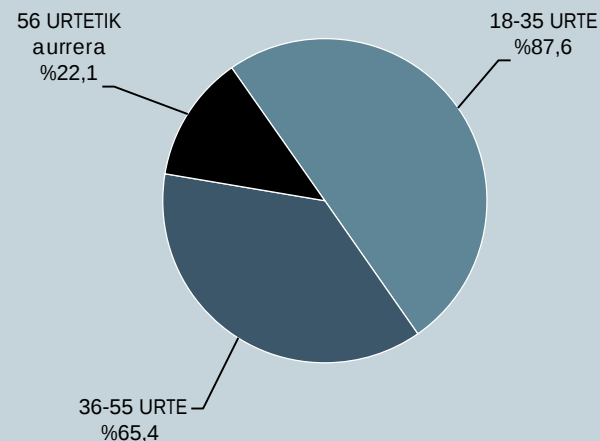
ADINAREN ARABERA ONLINE EROSTEKO JOERA OSO DESBERDINA DA: GAZTEEN ARTEAN HAMAR PERTSONA BAKOITZETIK, ZORTZIK EROSTEN DUTE ETA 56 URTETIK GORAKOEN ARTEAN BERRIZ, HAMARRETIK 2 PERTSONEK EROSTEN DUTEN ONLINE. ONLINE EROSKETETAN 101-500 € ARTEAN GASTATZEN DU HERRITARREN GEHIENGOAK.

Interneten bidez egiten diren erosketen urteko gastua (€/urtea)



Inkestatutakoen ia erdiak 101€-500 € artean gastatzen du urtean online erosketetan. 100 euro baino gutxiago kontsumitzen dutenak guztizkoaren % 26,9 dira, eta nabarmentzekoa da badagoela % 2,2 bat 1000 €-tik gorako erosketak egiten dituenak.

Online erosteko joera adinaren arabera %



Gazteen artean Internet bidezko erosketak oso nabarmena da, %87,6a iritsiz. Jarduera adarraren arabera, gehien bat erosten diren produktuak Elektronika eta Teknologia (%65,5) eta Moda eta osagarriak (%43,5) dira.

BERGARAKo herritarren gehiengo handi bati ez zaio batere interesatzen herriko saltokietan online erostea (% 62,4).

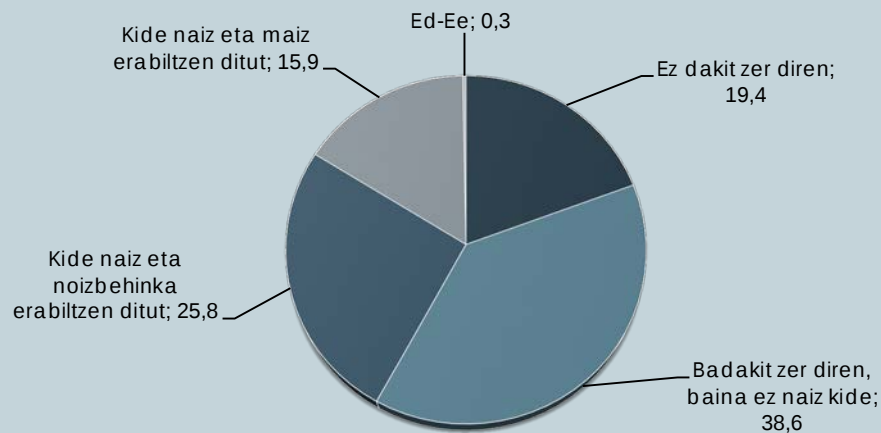
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.2. SARE SOZIALAK ETA ONLINEKO EROSKETA

4.2.2. SARE SOZIALAK

INKESTATUTAKO PERTSONEN % 41,7 SARE SOZIALETAN DAUDE

Sare sozialekiko jarrera (Twitter, Facebook, Instagram...) BERGARAKO bizilagunen aldetik (%)



BERGARAKo bizilagunek sare sozialekiko duten jarrera kontuan hartuta, aipagarria da **inkesta egindakoen % 19,4k soilik diola ez dakiela sare sozialak zer diren**; hau da, gehiengoarentzat ezagunak dira.

Hala eta guztiz ere, galdeketa egin zaien pertsonen **ia % 40 ez da sare sozialetako kide**.

Halaber, **kide direnean artean (% 41,7) gehiengoak noizbehinka erabiltzeko ohitura** du eta egunero edo ia egunero parte hartzen dutenak guztizkoaren % 15,9 dira.

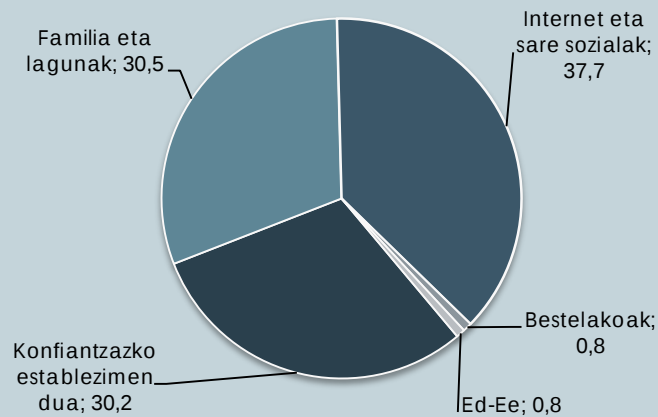
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.3. EROSKETA PROZESUA ETA ESPERIENTZIA

4.3.1. AURRE-EROSKETA: BEHAR BERRI BAT

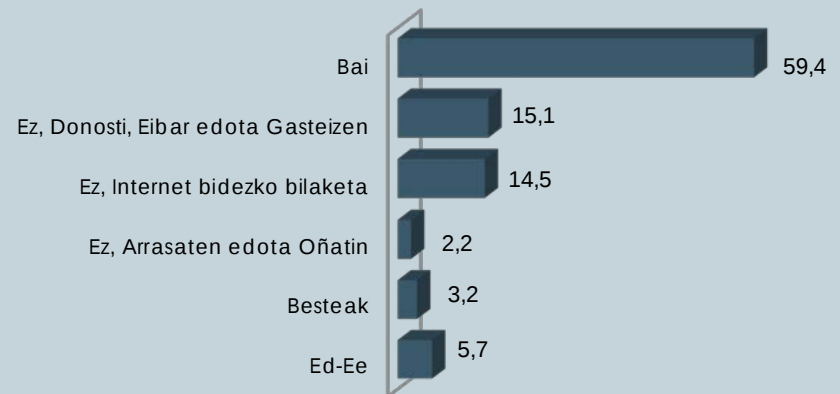
INTERNET ETA SARE SOZIALETARA JOTZEN DU GEHIENGOAK INFORMAZIO ESKE, ETA BERGARAN BEHAR DUTENA AURKITZEN DUTE

Behar berri baten aurrean, norengana jotzen duzu aholku eske? (%)



- **Internet eta sare sozialak dira aukera nagusia (% 37,7)** behar berri baten aurrean aholkua edo informazioa bilatzeko.
- Familia eta lagunengana jotzen dute inkestatutako 10 pertsonatik 3k eta konfiantzako establezimendua % 30,2ren aukera da.

Behar berri hori erraza da asetzea BERGARAN? Zein da zure bigarren aukera? (%)



- **BERGARAN behar duena bilatzen du % 59,4ak.**
- Gainontzekoen artean ohikoena Donosti, Eibar edo Gasteizera joatea da (% 15,1) eta beste batzuek internetera jotzen dute (% 14,5).
- Arrasate edo Oñatira gerturatzen den ehunekoa oso txikia da (% 2,2).

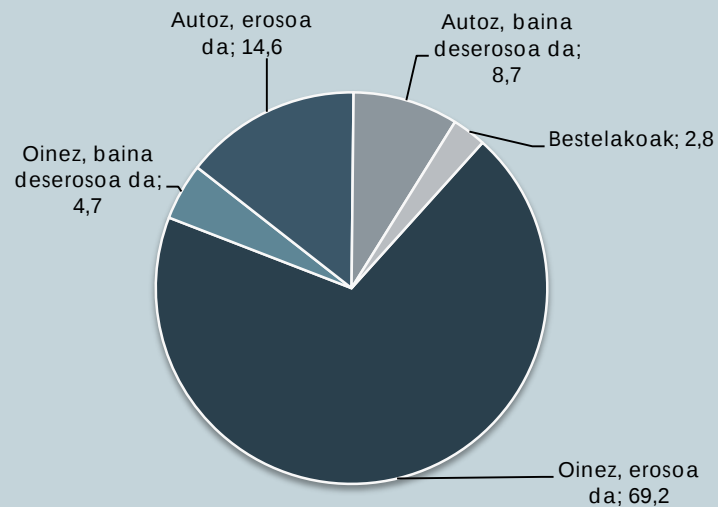
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.3. EROSKETA PROZESUA ETA ESPERIENTZIA

4.3.1. AURRE-EROSKETA: DESPLAZAMENDUA

INKESTATUTAKOEN % 73,9 OINEZ MUGITZEN DA EROSKETAK EGITEKO

Nola joaten zara normalean erosketak egitera, oinez edo autoz? Erosoa al da? (%)



- Galdeketa egin zaien pertsonen % **73,9** erosketak egiterako garaian oinez mugitzen da. Gainera, % 69,2aren iritziz eroso da modu honetan mugitzea.
- Bestalde, % 23,3 autoz mugitzen da erosteko garaian eta gehiengoak eroso dela dio.

4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.3. EROSKETA PROZESUA ETA ESPERIENTZIA

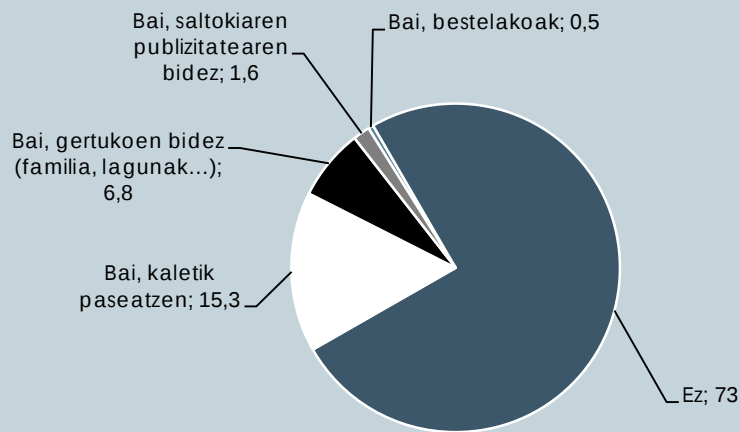
4.3.2. EROSKETA: SALTOKI BERRIAK ETA SORTUTAKO INTERESA

TXIKIA DA SALTOKI BERRIEKIKO SORTUTAKO INTERESA

Azken 3 urteetan, udalerrian, interesa piztu duen saltoki berririk ireki al den galdegin zaie inkestan parte hartu dutenei:

- % 73ak ezezkoa eman du, hau da, hamarretik zazpik, aldiz, % 27ak saltoki erakargarriak ireki direla dio.

Azken 3 urteetan, udalerrian, zure interesa piztu duen saltoki berririk ireki al da? Nola izan zenuen haren berri? (%)



Baietz erantzuten dutenen artean, %81,4ak kaletik paseatzen ezagutu zuela esan du.

Bestalde, % 13,7ak gertuko bidez, hau da, familia edo lagun baten gomendioz, izan du saltokiaren irekieraren berri.

4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.3. EROSKETA PROZESUA ETA ESPERIENTZIA

4.3.2. EROSKETA: EZAUGARRI GARRANTZITSUENAK

HOBETIKEN BALORATUTAKOAK ESTABLEZIMENDUEN ORDUTEGIA, ALDIZ, OKERREN APARKALEKUA

Merkataritza-herri bezala, bertakoek BERGARARI eman dioten balorazioa honakoa da: SALTOKIEN ORDUTEGIA, OSTALARITZA, ESTETIKA, EROSOTASUNA ETA ESKAINTZA ANIZTASUNA baloratu dute.

Ezaugarrien balorazioa, batezbesteko nota (1etik 10era)

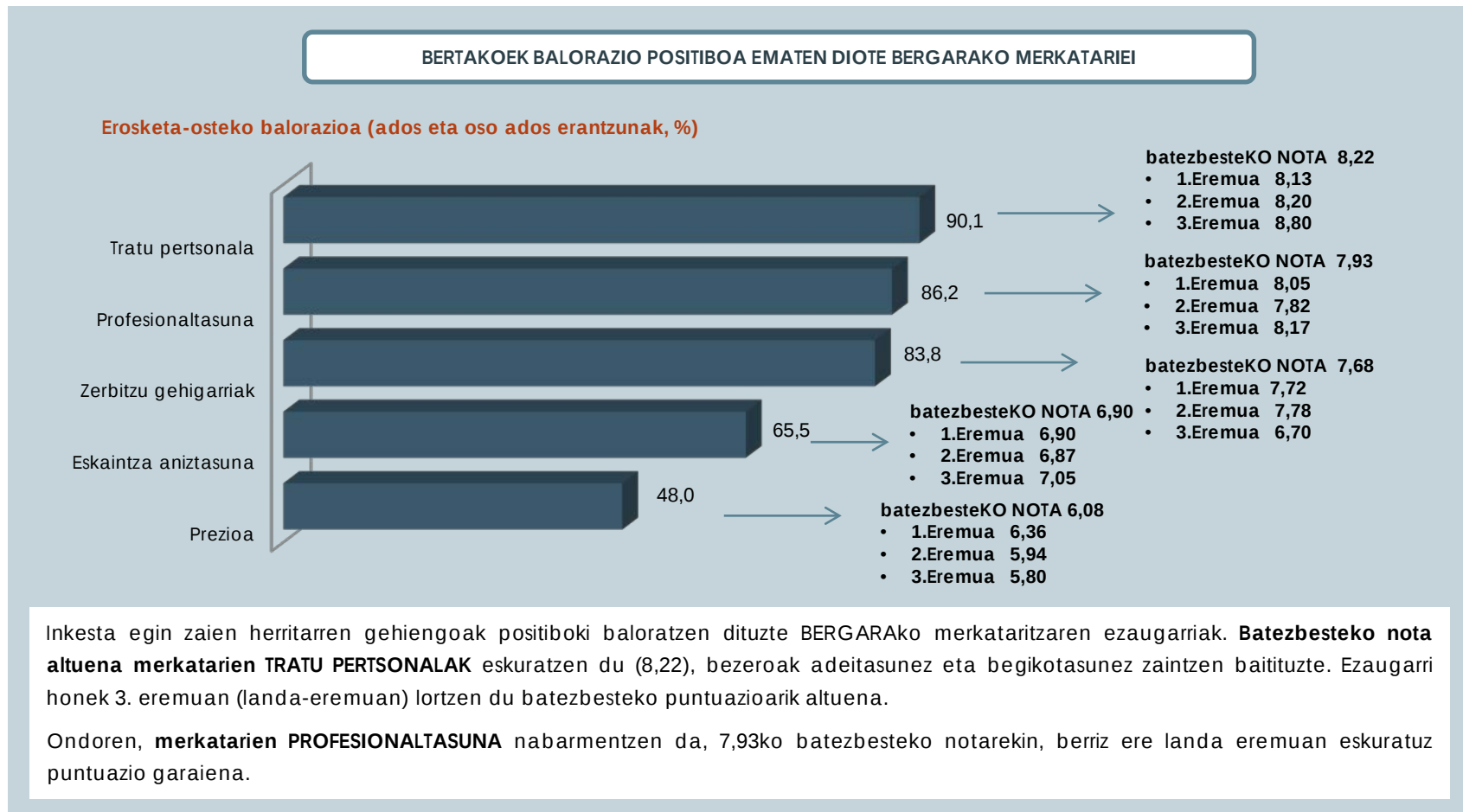


- Saltokien irekiera ordutegiak lortzen du puntuaziorik altuena herritarren artean (7,36).
- Jarraian, ostalaritza eskaintza eta herriaren estetika eta irudia nabarmentzen dira.
- Mugitzeko erosotasunak eta eskaintza aniztasunak ere 6,5 inguruko balorazioa dute.
- Alabaina, BERGARArrek aparkatzeko zailtasuna azpimarratzen dute (emandako nota ez da 4ra iristen).

4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.3. EROSKETA PROZESUA ETA ESPERIENTZIA

4.3.3. EROSKETA-OSTEA: BALORAKETA



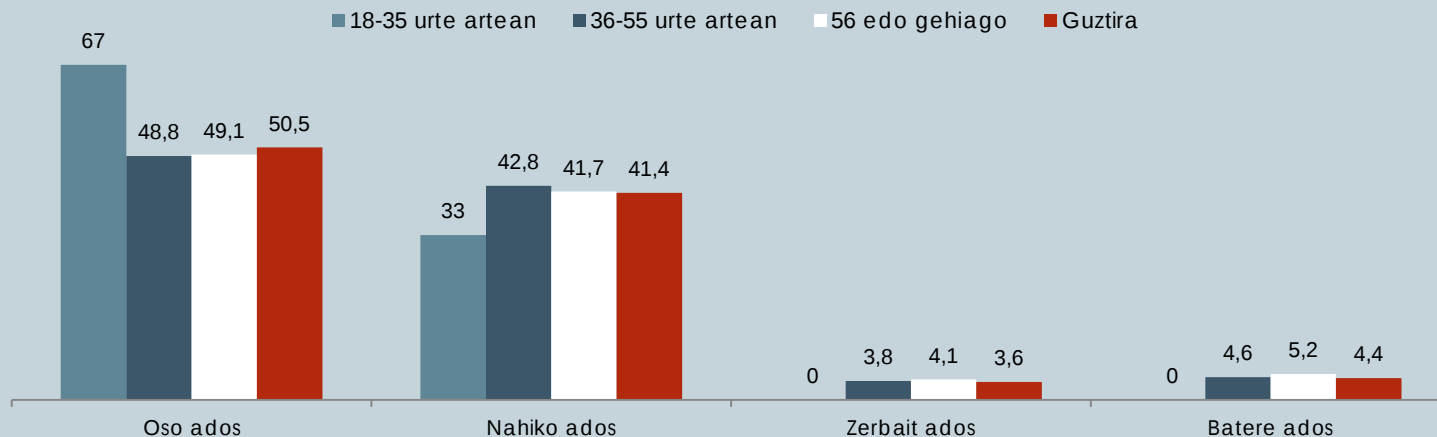
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.3. EROSKETA PROZESUA ETA ESPERIENTZIA

4.3.3. EROSKETA-OSTEA: BALORAKETA

EROSKETA-OSTEAK PRIMERAKO BALORAKETA DU BERGARAKO HERRITARREN ARTEAN

Erosketa egin ondoren, kontsulta/itzulketaren bat egin behar izan duzunean, arreta ona izan al da? (erantzunen %)



Oro har, **erosketa-ostearen balorazioa ona da**, ia denak oso ados edo nahiko ados daude-eta arazo baten aurrean establezimenduaren erantzuna ona izan den galdetu zaienean.

Adinaren arabera, **18 eta 35 urte bitarteko gazteak dira baieztapenarekin oso ados dauden gehiengoa (% 67)**. Gainontzeko adin-tarteetan "oso ados" dauden proportzioa % 50ean kokatzen da.

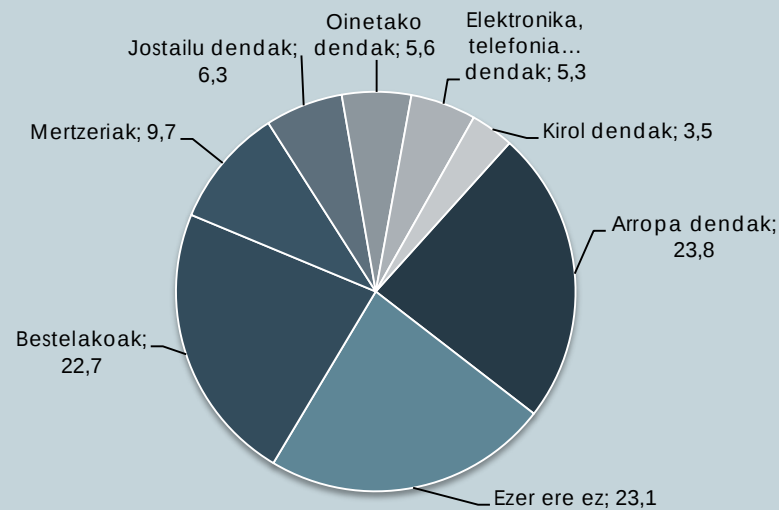
4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.3. EROSKETA PROZESUA ETA ESPERIENTZIA

4.3.3. EROSKETA-OSTEA: BALORAKETA

INKESTATUTAKOEN % 76,9AK HERRIKO MERKATARITZA ESKAINTZAN HUTSUNEAK BILATZEN DITU

BERGARAKo merkataritza-eskaintzan zerbait botatzen al duzu faltan? Zer? (%)



BERGARAKo merkataritza-eskaintzan zerbait faltan botatzen duten galdetzean, **inkestatutakoen % 76,9ak baietz** erantzun du, aldiz, gainontzeko % 23,1ak herriko eskaintzan ez du ezer faltan sumatzen.

Baiezkoa eman dutenen artean, **gehiengoak arropa establezimendu gehiago** nahi lituzke (% 31) eta mertzeria-denden beharra ere hautematen da (% 12,7).

4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.4. MERKARIAREKIN HARREMANETAN JARTZEKO IBILBIDEAK

4.4.1. ADINAREN ARABERA

HELDUEN GEHIENGOAK INTERNETERA JOTZEN DU AHOLKU BILA ETA ORO HAR SALTOKI BERRIEN ERAKARGARRITASUNA APALA DA



4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.5. HERRIKO EROSKETAREN ETA ESKAINTZAREN BALORAZIOA

4.5.1. MERKATARIEN PROFESIONALTASUNA ETA NABARMENDUTAKO SALTOKIAK

BERGARAKO bizilagunei eskualdeko edo inguruneko erosleak erakartzen ari diren BERGARAKO 2 saltoki aipatzeko eskatu zaie. Taula honetan, gutxienez, guztizko aipamenen % 2ra iristen diren saltokien izena jasotzen da.

Inkesta egindakoek aipatutako eta kanpoko erosleak erakartzen ari diren BERGARAKO saltokiak (%)

Jarduera arloak	Merkataritza	Aipamenak, %
Elikadura	Eroski	10,3
	Super Amara	4,9
	Ereindajan	4,8
	Raizabal gozotegia	2,4
Moda, oinetakoak eta osagarriak	Mugika jaskintza	13,0
	Zubikua emakum. moda	7,6
	Baster emakum. moda	3,8
	Urkiola gizon-emak. moda	3,4
	Lazkano oinetakoak	2,9
	Mirari emakum. moda	2,9
Ostalaritza	Lasa jatetxea	5,3

Elikaduran, **EROSKI** nabarmentzen da (% 10,3) eta moda, oinetakoak eta osagarriak atalean **Mugika jaskintza** da nagusi (% 13), **Zubikua arropa establezimenduak** ere zeresana izanik. Jan eta edateko, **Lasa jatetxea** da kanpoko bizilagunak erakartzen dituen establezimendua (% 5,3).

Azpiragarria da hornidura pertsonalean (moda, oinetakoak...) kokatzen direla herritarren iritziz inguruko biztanleak erakartzen ari diren establezimendu gehien, hain zuzen, 6 saltoki.

4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

4.5. HERRIKO EROSKETAREN ETA ESKAINTZAREN BALORAZIOA

4.5.2. UDALERRIAREN ESKAINTZA: EKITALDIAK, EKINTZAK ETA PRODUKTUAK

BERGARAKO IDENTITATE IKURRAK SAN MARTIN JAIK ETA ERREILENO ETA TOSTOI ARTISAUAK DIRA

Bertako biztanleek nabarmendutako BERGARAKo ekintza eta produktu nagusiak (%)

Interesa duten ekintza/azokak	Aipamenak %	Produktu tipikoak / Toki ezagunak	Aipamenak %
San Martin Agirre jaiak	25,9	Erreileno eta tostoi artisauak	33,9
San Martzial Erromeria	12,1	Hirigune historikoa	5,4
BERGARAKo jaiak / Pentekoste	10,9	Wolframio museo laboratorioa	3,4
Erramu Zapatuko Feria	8,4		



BERGARAK interesa pizten duten ekintzak/azokak eta produktu tipikoak/toki ezagunak ditu, bisitariak erakartzen dituztenak.

- San Martin Agirre jaiak nabarmentzen dira ekintza-turistiko eta bisitari gehien erakartzen dituen ekitaldi bezala, ondoren, San Martzial erromeria dator eta BERGARAKo Pentekoste jaiak ere kanpoko jendea erakartzen dute.
- Produktu tipiko gisa, tokiko gozotegietan artisauki eginiko erreileno eta tostoiak nagusitzen dira.
- Toki ezagunena, BERGARAKo hirigune historikoa da.

4. ESKAERAREN ANALISIA: INKESTA BERGARAKO BIZILAGUNEI

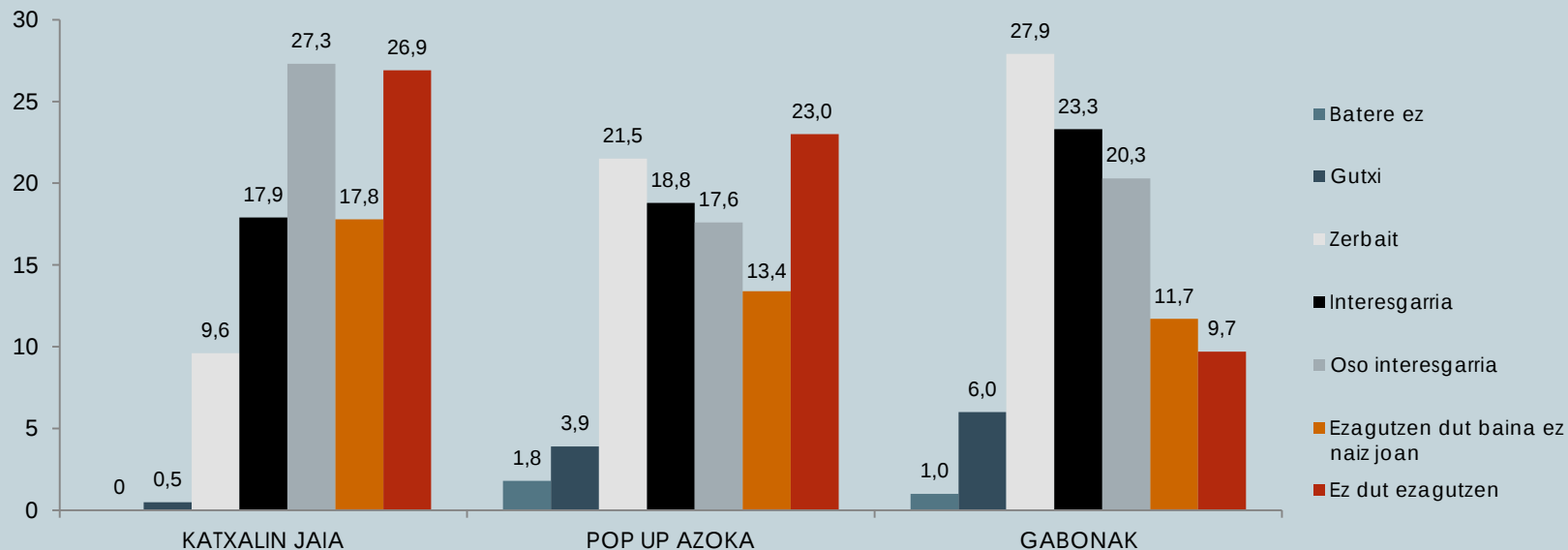
4.5. HERRIKO EROSKETAREN ETA ESKAINTZAREN BALORAZIOA

4.5.3. DINAMIZAZIO EKINTZETAN PARTE HARTZEA

ORAINDIK ERE URTERO EGITEN DIREN ETA EZAGUNAK EZ DIREN DINAMIZAZIO EKINTZAK DAUDE

- KATXALIN JAIA eta POP UP FERIA-ren ezjakintasuna oso altua da. Komunikazioa hobetzea beharrezkoa da.
- Hala ere, KATXALIN JAIK lortzen du parte hartzaileen artean erakargarritasun handiena (% 27,3ak oso interesgarria dela dio).
- GABONAK oso positiboki baloratzen dira eta ezagutza-maila handiena lortzen duen ekintza da.

BERGARAn antolatzen diren ekintza hauek ezagutzen al dituzu? Erakargarriak al dira? (%)



5.

ESKARIAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

- 5.1 LAGINA
- 5.2 BERGARA BISITATZEKO OHITURA
- 5.3 EROSKETA OHITURAK BERGARAN
- 5.4 BERGARAN EZ EROSTEKO / BERGARA EZ
BISITATZEKO ARRAZOIAK
- 5.5 BERGARAREN IRUDIA ETA ESKAINTZA

5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.1. LAGINA

5.1.1. LAGINA ETA EDUKIA

BERGARA inguruetakoko herritarren erosketa-ohiturak aztertzeko, **orotara 82 inkesta egin dira.**

Nahiz eta inguruko herrietan bizi den biztanleria, tamainaren arabera oso desberdina izan, udalerri bakoitzean 20 inkesta inguru egitea erabaki da: Arrasate, Oñati, Antzuola eta Aretxabaletan.

Atal honetan galdetzen diren esparruen artean, erosketa ohiturak eta Bergararen irudia eta erakargarritasuna nabarmentzen dira.

Baita, Bergarara hurbiltzeko era, garraio mota eta arrazoi nagusiak ere.

Udalerria/ Gunea	Inkesta kopurua
Arrasate	20
Oñati	20
Antzuola	21
Aretxabaleta	21
Guztira	82

** Udalerrien araberako datuekin tentuz jokatzeko gomendatzen da, inkesta kopurua baxua baita.*



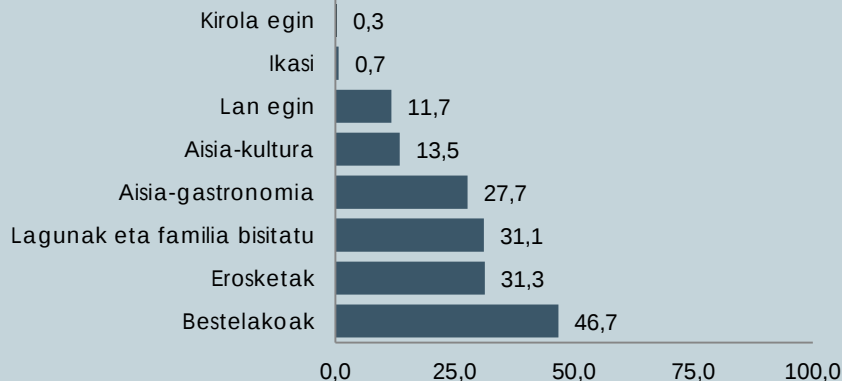
5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.2 BERGARA BISITATZEKO OHITURA

5.2.1. BERGARA BISITATZEKO ARRAZOIAK

EROSKETAK EGITERA ETA GERTUKOAK BISITATZERA ETORTZEN DIRA GEHIEN BAT INGURUKO HERRITARRAK

BERGARA bisitatzeko arrazoiak (%)



Inguruko udalerrien Bergarara etortzeko joera oso desberdina da, Antzuola da aurreneko postuan azaltzen dena, eta Arrasate berriz, azkenekoan.

Bisitatzeko arrazoiak ere, askotarikoak dira. Erosketak, Familia eta lagunak bisitatu, gastronomiarekin zerikusia duten jarduerak (hau da, zerbait hartu edo jan, tabernetara joan....).

Erosketak egin eta gertukoak bisitatzea BERGARA bisitatzeko arrazoiak, udalerrien arabera (%)

Arrazoa	Antzuola	Aretxabaleta	Arrasate	Oñati
Erosketak egin	90,0%	37,5%	20,0%	36,4%
Lagunak eta familia bisitatu	45,0%	43,8%	26,7%	27,3%

* Udalerrien arabera datuekin tentuz jokatzeari gomendatzen da, inkesta kopurua baxua baita.

Zehazki bi aldagai hautatu dira (“erosketak egin” eta “lagunak eta familia bisitatu”) udalerriaren arabera garrantzia baloratzeko.

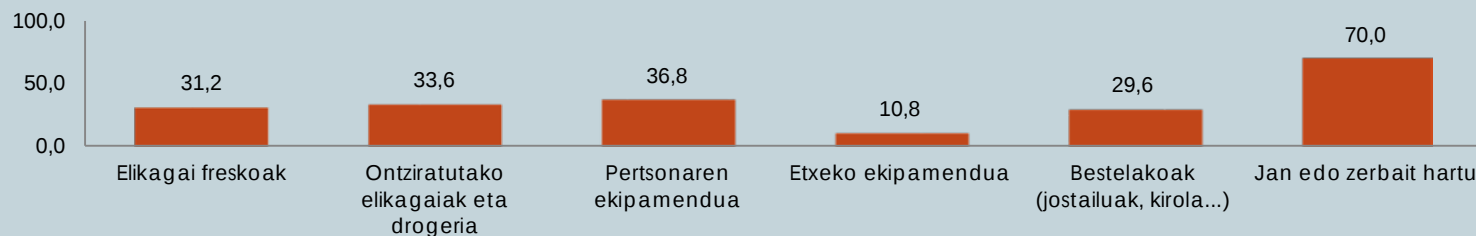
Inkestaren arabera, ikus daiteke **Arrasateko biztanleriaren garrantziak batzuetan beste presio asko egiten duela bi aldagaiekin, guztirako ehunekoari behera tiraz**. Soilik 10 arrasatearretatik 2 joaten da BERGARara erosketak egitera eta proportzio hori apur bat altuagoa da gertukoak bisitetan. Aipatzekoa da **Antzuolako herritarren % 90 gerturatzen dela BERGARara erosketak egitera**.

5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.3 EROSKETA OHITURAK BERGARAN

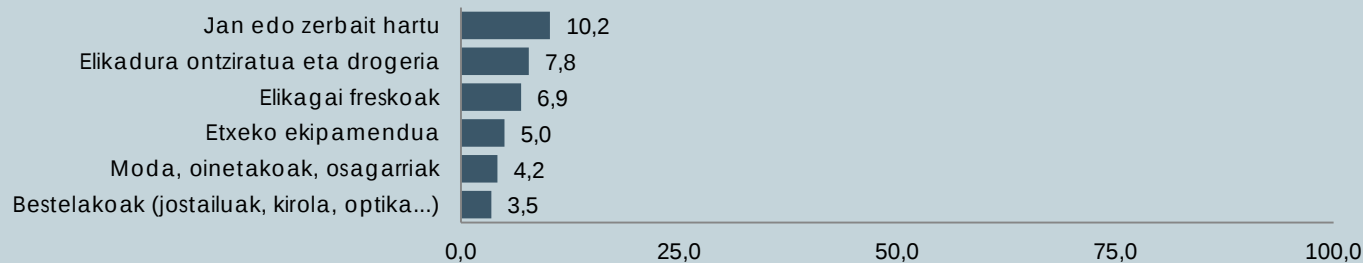
5.3.1. PRODUKTUAREN ETA AURREKONTUAREN ARABERAKO EROSKETA OHITURAK

Inguruko herritarren produktuaren arabera kontsumoa, BERGARAn kontsumitzen / erosten dutenen artean (%)



BERGARAn kontsumitzen / erosten duten inguruko herritarren artean, **10etik 7k zerbait hartzen edo jaten gastatzen dutela diote**. % 36,8k pertsonaren ekipamendua (jantziak, oinetakoak, osagarriak...) erosten du herrian, eta jarraian ontziratutako elikagai eta elikagai freskoak (% 33,6 eta % 31,2, hurrenez hurren). Etxeko ekipamendua da gutxien kontsumitzen den produktu mota (% 10,8).

BERGARAn kontsumitzen / erosten duten inguruko herritarren artean, BERGARAKo establezimenduetan gastatzen duten aurrekontuaren ehunekoa (bataz beste), produktuaren arabera (%)



BERGARAKo establezimenduetan gastatzen duten aurrekontuaren ehunekoa baxua da produktu guztietan, bereziki, jostailuak, kirola eta optika bezalako produktuen kasuan (% 3,5). Gastu altuena tabernetan / jatetxeetan egiten denari dagokio: ekintza horretara bideratutako aurrekontuaren %10,2 BERGARAn gastatzen da.

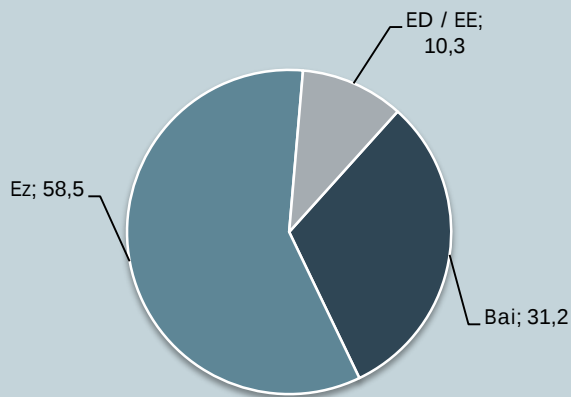
5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.3 EROSKETA OHITURAK BERGARAN

5.3.2. ELIKADURA FRESKOA

INGURUKO 10 HERRITARRETATIK SOILIK 3K EROSTEN DITUZTE ELIKAGAI FRESKOAK BERGARAN

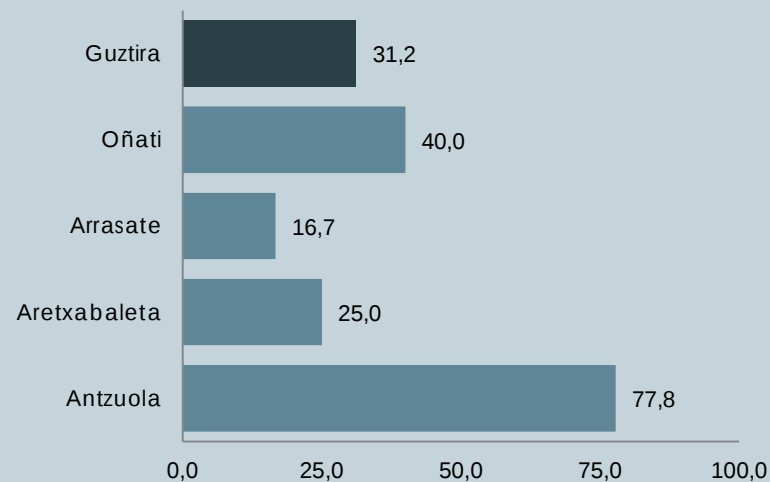
Elikadura freskoaren kontsumoa BERGARAn (%)



* BERGARAn erosten / kontsumitzen dutenen artean

Ia % 60ak ez du BERGARAn kontsumitzen elikadura freskoa.

Elikadura freskoa kontsumitzen du BERGARAn, udalerrien arabera (%)



* Udalerrien araberako datuekin tentuz jotatzea gomendatzen da.

Udalerrien araberako aldeak nabariak dira. Antzuolako biztanleen % 77,8ak erosten dituzte elikagai freskoak herrian; Arrasaten, ordea, proportzioa % 16,7koa da.

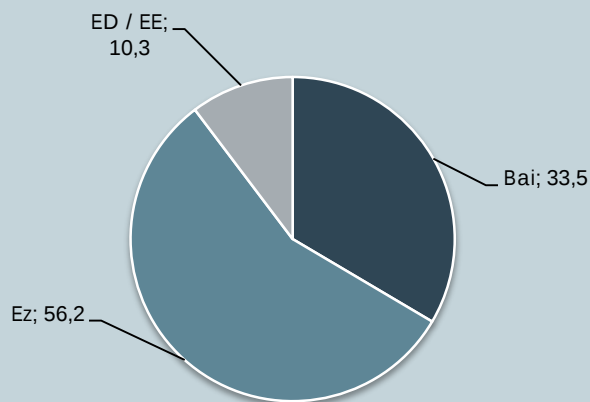
5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.3 EROSKETA OHITURAK BERGARAN

5.3.3. ELIKADURA ONTZIRATUA, DROGERIA, LURRINDEGIA ETA FARMAZIA

ELIKADURA ONTZIRATUA ETA DROGERIA EROSTEKO INGURUKO HERRITARREN GEHIENGOAK BERGARA EZ BESTE HERRIETARA JOTZEN DU

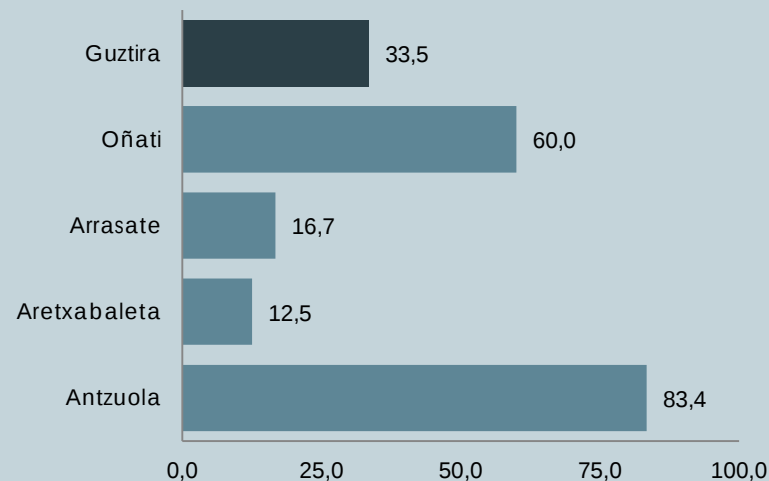
Elikadura ontziratuen eta drogeriako erosketak BERGARAn (%)



* BERGARAn erosten / kontsumitzen dutenen artean

Ez egoiliarren heren batek (% 33,5) BERGARAn erosten edo kontsumitzen du **elikadura ontziratua edo drogeria**.

Elikagai ontziratutak eta drogeria-gaiak erosten ditu BERGARAn, udalerriaren arabera (%)



* Udalerrien arabera datuekin tentuz jotatzea gomendatzen da.

Berriz ere, **udalerrien arteko desberdintasunak nabariak dira**. Antzuolako herritarren ehunekoa indartzen da (%83,4), eta kasu honetan Aretxabaletako biztanleak dira gutxien erosten dutenak herrian (% 12,5).

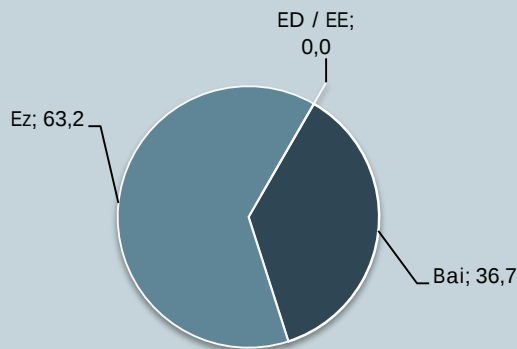
5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.3 EROSKETA OHITURAK BERGARAN

5.3.4. PERTSONA EKIPAMENDUA (MODA, OINETAKOAK ETA OSAGARRIAK)

EZ EGOILIARREK BERGARAN GEHIEN EROSTEN DUTEN BIGARREN PRODUKTUA DA: IA 10ETIK 4K KONTSUMITZEN DUTE

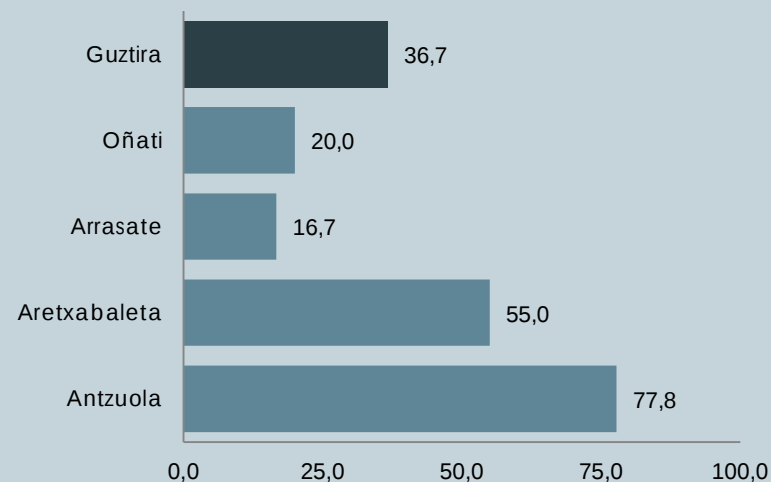
Pertsonaren ekipamendurako erosketak BERGARAn (%)



* BERGARAn erosten / kontsumitzen dutenen artean

Inkestaren arabera, % **36,7ak** egiten dituzte **pertsonaren ekipamendurako erosketak (jantziak, osagarriak...) BERGARAn.**

Pertsonaren ekipamendurako erosketak egiten ditu BERGARAn, udalerriaren arabera (%)



* Udalerrien arabera datuekin tentuz jotatzea gomendatzen da.

Pertsonaren ekipamendurako produktuen kasuan ere iritzi kontrajarriek jarraitzen dute. Antzuolan eta Aretxabaletan herritarren erdiak baino gehiagok jotzen du BERGARara, Oñatin eta Arrasaten, berriz, kopurua apala da.

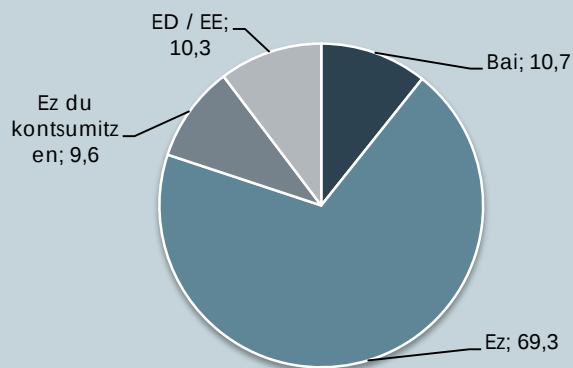
5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.3 EROSKETA OHITURAK BERGARAN

5.3.5. ETXEKO EKIPAMENDUA (ALTZARIAK, DEKORAZIOAK...)

EZ EGOILIARREK HERRIAN GUTXIEN KONTSUMITZEN DUTEN PRODUKTU MOTA DA

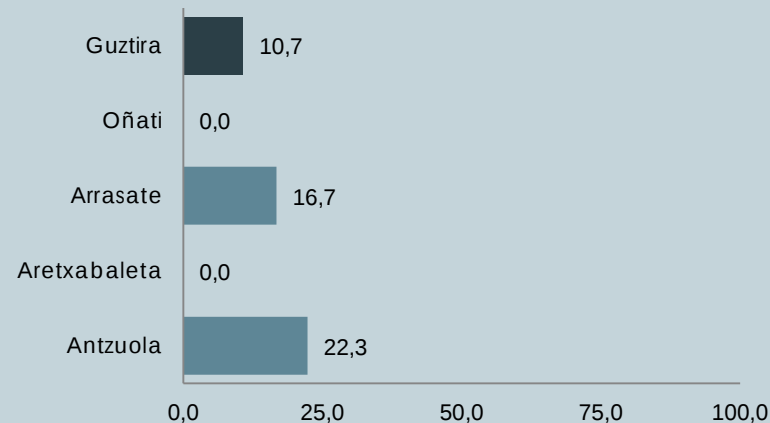
Etxeko ekipamendurako erosketak BERGARAn (%)



* BERGARAn erosten / kontsumitzen dutenen artean

Inkestaren arabera, soilik BERGARAn erosten eta/edo kontsumitzen dutenen % **10,7k** erosten dituzte **etxe**ko ekipamenduko produktuak (altzariak, etxetresna elektrikoak...) herrian.

Etxeko ekipamendurako produktuak erosten ditu BERGARAn, udalerriaren arabera (%)



* Udalerrien arabera datuekin tentuz jokatzeari gomendatzen da.

BERGARAn burutzen den etxe

ekipamenduaren erosketak ez da % 25era iristen lau herrietako ezta batean. **Oñati eta Aretxabaletako herritarren kontsumoa nulua da.**

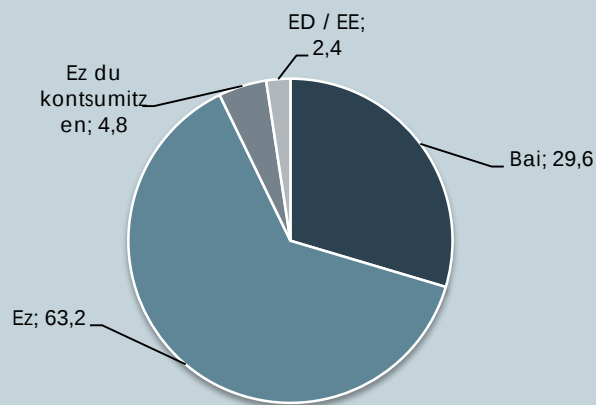
5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.3 EROSKETA OHITURAK BERGARAN

5.3.6. BESTEAK (ARGAZKILARITZA, JOSTAILUAK, KIROLA, LOREAK...)

INGURUKO HERRITARREN GEHIENGOAK EZ DU PRODUKTU KATEGORIA HAU BERGARAN EROSTEN

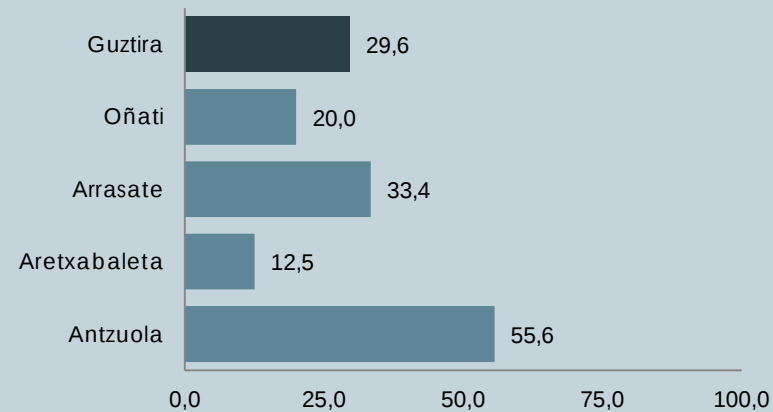
BERGARAn beste produktuak erostea (%)



* BERGARAn erosten / kontsumitzen dutenen artean

Inguruko herritarren % **29,6k** “**beste produktu batzuk**” (jostailuak, kirola, loreak...) BERGARAn erosten dituztela diote.

Beste produktu batzuk erosten ditu BERGARAn, udalerriaren arabera (%)



* Udalerrien araberako datuekin tentuz jokatzea gomendatzen da.

Beste produktuekin bezala, **Antzuolako biztanleak** dira “**beste produktuak**” deiturikoak **gehien erosten dituztenak**. Aldiz, Aretxabaletarren % 12,5ak soilik kontsumitzen dute kategoria hau herrian.

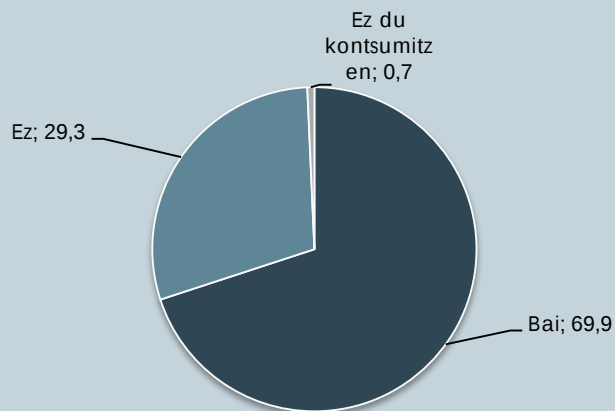
5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.3 EROSKETA OHITURAK BERGARAN

5.3.7. OSTALARITZA KONTSUMOA: TABERNAK ETA JATETXEAK

OSTALARITZA DA EZ EGOILIARREK BERGARAN GEHIEN KONTSUMITZEN DUTEN KATEGORIA

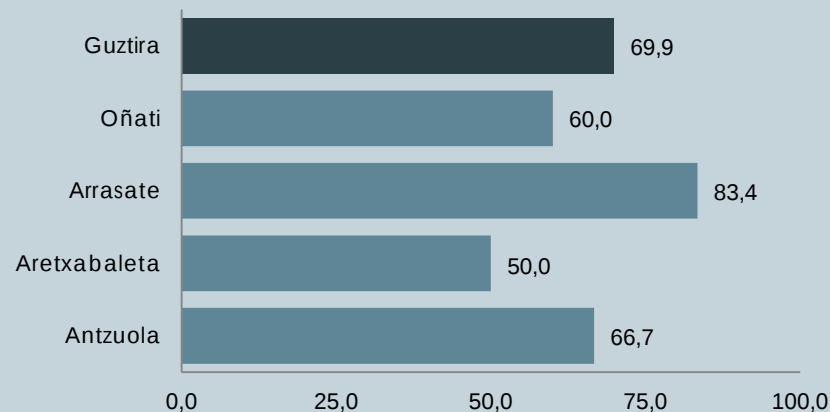
BERGARAKo taberna eta jatetxeetako kontsumoaren ehunekoa (%)



* BERGARAn erosten / kontsumitzen dutenen artean

BERGARAn kontsumitzen / erosten dutenen artean, ia % 70ak taberna eta jatetxeetara jotzen du. BERGARA bisitatzen dutenen kontsumo mota ohikoena da.

BERGARAKo taberna eta jatetxeetan kontsumitzen du , udalerriaren arabera (%)



* Udalerrien araberako datuekin tentuz jokatzeari gomendatzen da.

Ostalaritza da udalerrien artean alde gutxien nabari den kategoria. Kasu guztietan % 50 gainditzen da, Arrasateko biztanleak izanik BERGARAn jan eta edatera gehien gerturatzen direnak (% 83,4).

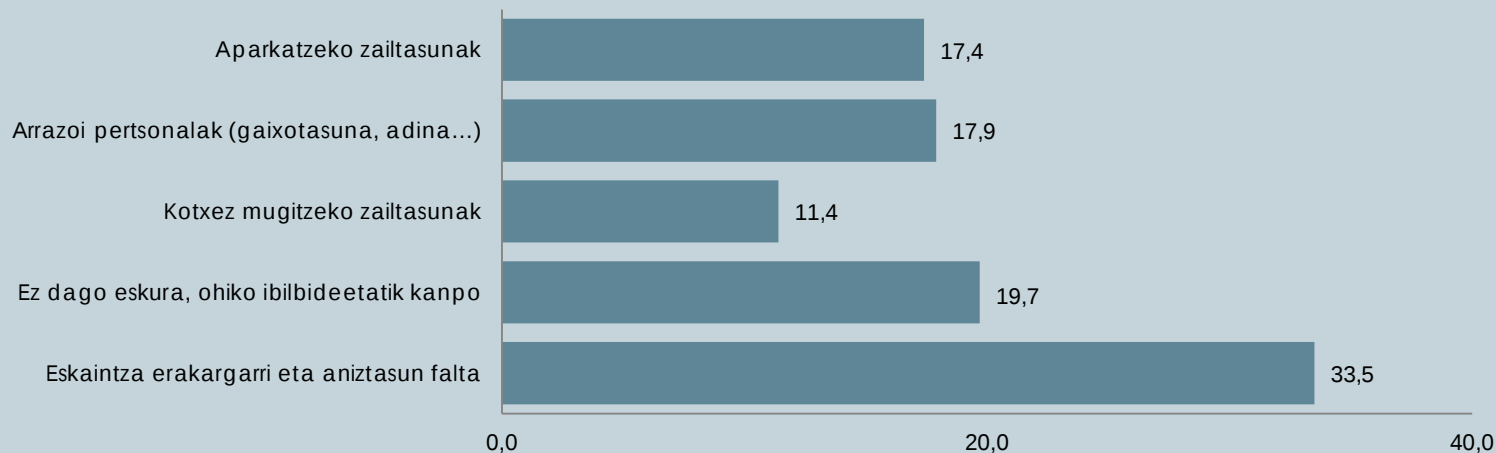
5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.4 BERGARAN EZ EROSTEKO / BERGARA EZ BISITATZEKO ARRAZOIAK

5.4.1. INGURUKO BIZTANLEEK EZ EROSTEKO / EZ BISITATZEKO DITUZTEN ARRAZOIAK

BERGARA EZ BISITATZEKO ARRAZOI NAGUSIENA “ESKAITZA ERAKARGARRI ETA ANIZTASUN FALTA” DA

BERGARAn ez erosteko edo ez bisitatzeiko arrazoiak, BERGARA bisitatzen ez duten ingurukoaren artean (%)



BERGARA bisitatzeiko ohiturarik ez duten inguruko biztanleei, hiru arrazoi nagusiak emateko eskatu zaie:

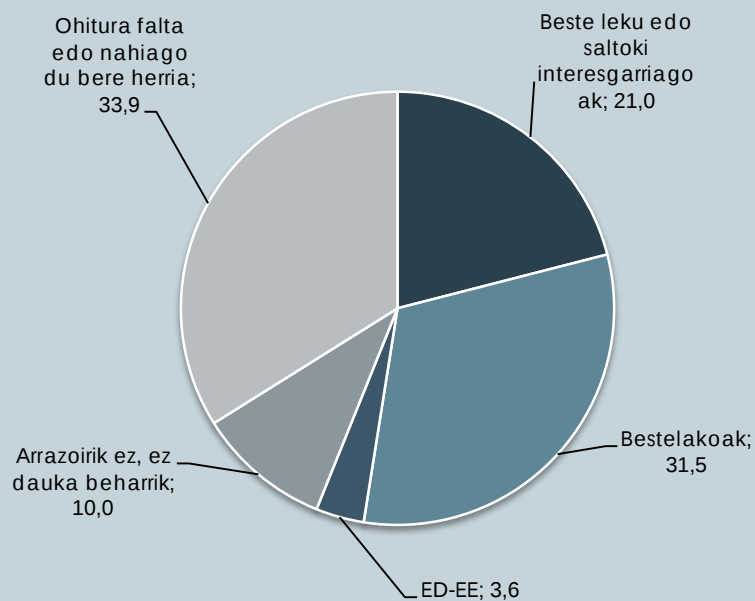
- **Aipamen gehien** jaso dituen BERGARAn **eskaintza erakargarri eta aniztasun falta** dagoela izan da (**erantzunen % 33,5**).
- % 19,7k herria ohiko ibilbideetatik kanpo kokatzearen arrazoia aipatu dute.
- Aparkatzeko zailtasunak eta kotxez mugitzeko arazoak % 17,4 eta % 11,4ko aipamenak jaso dituzte, hurrenez hurren.

5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.4 BERGARAN EZ EROSTEKO / BERGARA EZ BISITATZEKO ARRAZOIAK

5.4.1. INGURUKO BIZTANLEEK EZ EROSTEKO / EZ BISITATZEKO DITUZTEN ARRAZOIAK

BERGARA ez bisitatzeko / BERGARAn ez erosteko dituzten arrazoiak, BERGARA bisitatzeko ez duten inguruko araberak (%)



BERGARAn erosten edo bisitatzeko ez dutenen artean, % **33,9k** "ohitura falta" aipatzen dute, beren herria nahiago izanik. Era berean, % **21ak** beste leku edo saltoki interesgarriagoak aipatzen ditu, bestelako arrazoiak % 31,5eko pisua izanik.

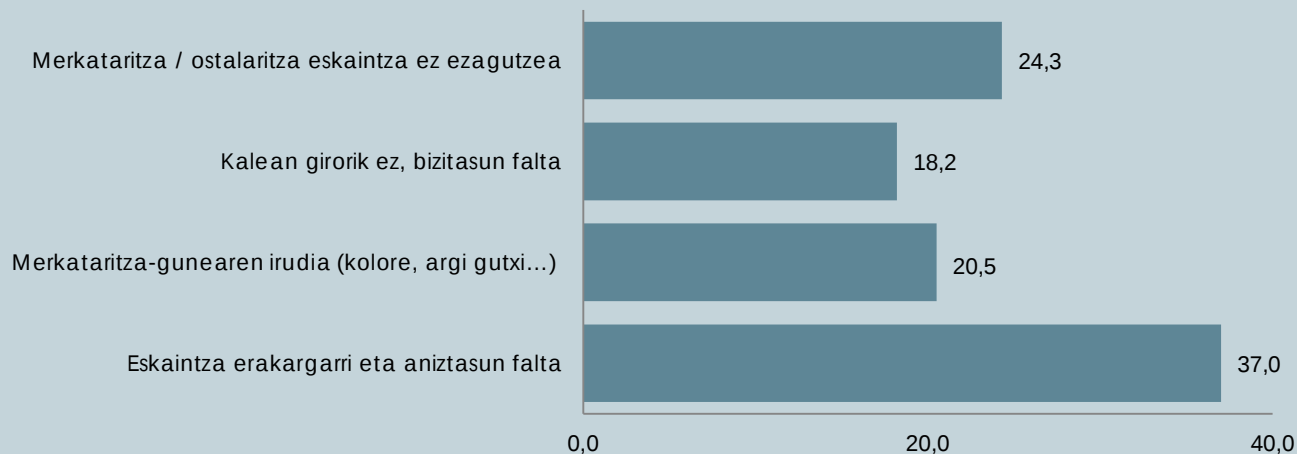
5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.4 BERGARAN EZ EROSTEKO / BERGARA EZ BISITATZEKO ARRAZOIAK

5.4.1. INGURUKO BIZTANLEEK EZ EROSTEKO / EZ BISITATZEKO DITUZTEN ARRAZOIAK

ESKaintza ERAKARGARRI ETA ANIZTASUN FALTA NABARMENTZEN DA HERRIAN EZ EROSTEKO ARRAZOI GISA

BERGARAn ez erosteko arrazoiak, BERGARA bisitatzeko dutenen artean (%)



BERGARA bisitatzeko duten inguruko herritako biztanleei dagokionez, BERGARAn ez erosteko arrazoiak galdetu zaizkie:

- Aipagarria da **% 37k merkataritza- eta ostalaritza-eskaintza erakargarri eta aniztasun falta** dutela arrazoi nagusi.
- Halaber, inkestatutakoen **% 24,3k** eskaintzaren inguruko ezjakintasuna adierazi du, azken bi arrazoiak merkataritza-gunearen irudia (**% 20,5**) eta kalearen bizitasuna falta (**% 18,2**) izanik.

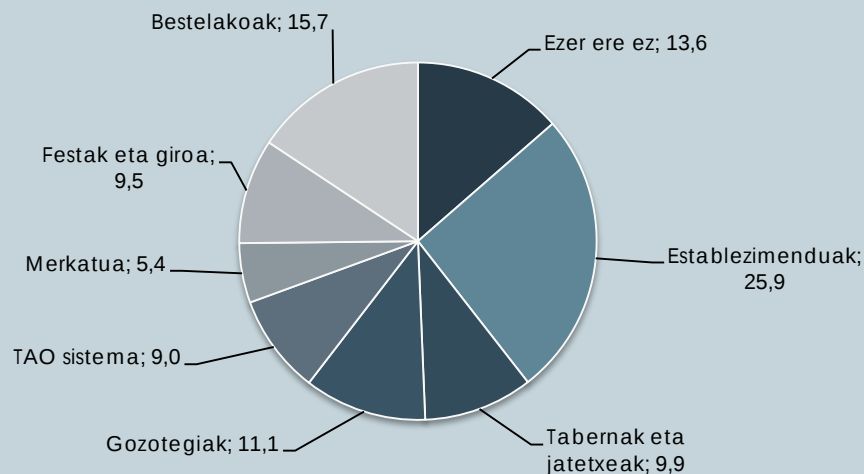
5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.5 BERGARAREN IRUDIA ETA ESKAINTZA

5.5.1. ELEMENTU POSITIBO ETA NEGATIBO AIPAGARRIAK

INGURUKOEN ZATI HANDI BATEK ESTABLEZIMENDUEN KALITATEA ETA GOZOTEGIAK AIPATZEN DITUZTE

BERGARAKo udalerriko elementu positiboak (%)



Inguruko biztanleei BERGARAK eta bertako merkataritzak / ostalaritzak dituzten alderdi positiboaren inguruan galdetu zaie: Jasotako erantzunen artean, aipagarria da % **25,9k nabarmentzen dutela BERGARAKo establezimenduen kalitatea, aniztasuna eta jasotako tratua.**

Era berean, gozotegiek eta **taberna/jatetxeek % 11,1 eta % 9,9ko aipamenak izan dituzte: argi dago BERGARA jan eta edateko leku aparta dela.**

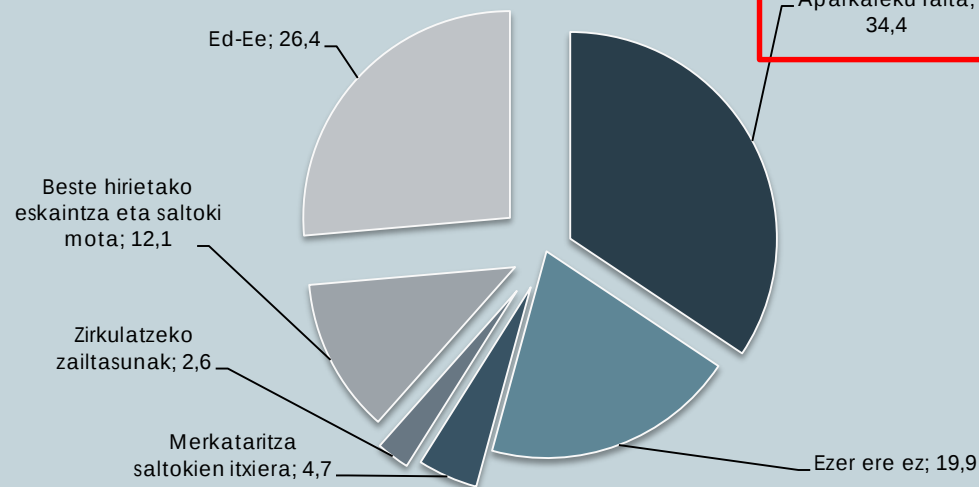
5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.5 BERGARAREN IRUDIA ETA ESKAINTZA

5.5.1. ELEMENTU POSITIBO ETA NEGATIBO AIPAGARRIAK

APARKALEKU FALTA DA INGURUKOEN IRITZIZ BERGARAKO ELEMENTU NEGATIBOENA

BERGARAKo elementu negatiboak (%)



Inguruko biztanleei BERGARAK eta bertako merkataritzak / ostalaritzak dituzten alderdi negatiboen inguruan galdetu zaie: Gehien aipatu dena **aparkaleku falta izan da (% 34,4k zehazki)**. Gainera, % 12,1ek beste hirietako eskaintza eta saltoki motari egiten dio erreferentzia, % 4,7aren arrazoia **merkataritza saltokien itxiera izanik**. Era berean, interesgarria da % 19,9k ez dutela uste elementu negatibo aipagarriarik duenik.

5. ESKAERAREN ANALISIA: INGURUKO BIZILAGUNEI INKESTA

5.5 BERGARAREN IRUDIA ETA ESKAINTZA

5.5.2. ESTABLEZIMENDU EZAGUNAK

Inguruko biztanle guztiei aipamena merezi duten BERGARAKo 1 edo 2 establezimendu aipatzeko eskatu zaie. Honakoak dira jasotako emaitzak:

Jarduera lerroak		Izena	Aipamenak %
Merkataritza	Elikadura freskoa	Larrañaga gozotegia	8,3
	Elikadura ontziratua eta Drog/Lurr/Farmazia	Eroski	4,6
		Ereindajan	0,5
		Mirari (emak. moda)	1,6
	Pertsonaren ekip.	Zubikua (emak. moda)	1,6
		Lombide oinetakoak	0,5
		Galarreta oinetakoak	0,5
	Etxeko ekip.	Mugika jostundegia	3,6
		Garagardotegiak, tabernak eta jatetxeak	24,1
Ostalaritza (tabernak eta jatetxeak)		Lasa jatetxea	24,0
		Zumelaga jatetxea	0,5
Besteak			30,2
GUZTIRA			100

Iturria: BERGARA inguruko herrietan bizi diren herritarrei eginiko inkesta, Ikei

Gehien aipatutako saltokiak, **Larrañaga gozotegia eta Eroski** (aipamenen % 8,3 eta % 4,6, hurrenez hurren) dira, **Mugika jostundegiak % 3,6ren aipamena** eskuratuz.

Ostalaritza-establezimenduen kasuan, gehien nabarmendu dena **Lasa jatetxea (% 24,0)** izan da.

6.

**AMIA ANALISIA: AHULEZIAK, MEHATXUAK,
INDARGUNEAK ETA AUKERAK**

6. AMIA ANALISIA: AHULEZIAK, MEHATXUAK, INDARGUNEAK ETA AUKERAK

6.1. AHULEZIAK

POSIZIONAMENDUA

- MERKATARITZA ESTABLEZIMENDUEN ETA HAUEN ERAKUSLEIHOEN IKUSPEGI URRUNA: Enparantza eta arkupeen tipologia, hesiak eta zuhaixkak, eta baita aparkaleku tipologiak, merkataritza erakusleho ikuspegia oztopatzen dute kaleetan.
- ADN industrial, Bergara ez da bere merkataritzarengatik ezaguna, historikoki industriak izan du errekonozimendu handiagoa.
- MIGUEL ALTUNA: bere kokapen aldaketak, inguruko merkataritzan eragin negatibo nabarmena izan du, eta gainera tamaina handiko eraikin huts bat herriko erdigunean uzten du (merkatal ardatz nagusienean).
- IBARGARAI Ardatza:
 - ✓ irristakorra den zorua, eta berri beharreko espaloiak identifikatu dira bertan.
 - ✓ Miguel Altuna eta Udal Pilotalekuaren kokapenak eta egiturak, ardatza guztiz hozten du, hau zatituz. Honek bere potentzialtasuna gutxitzen du.
 - ✓ Edukiontzien egoera eta irudi negatiboa.
- BERGARAN BIZI ekimena, ez da nahikoa ezagutzen (%58,9) eta hauen artean bitik batek ez du parte hartzen (%50).
- BEDELKAR: Zenbait dinamizazio jarduera, oraindik ez oso ezagunak: Feria Pop up eta Katxalin jaia (% 27-28ak ez du ezagutzen, edo gutxi ezagutzen du edo batere ez).

BIZTANLERIA

- ZAHARTZEN ARI DEN BIZTANLERIA: Bergarako egoiliarak 14.637 dira 2019ko datuen arabera. Hauetatik % 23,7ak 65 urtetik gora dituzte. Zahartze-indize hau eta baita gain-zahartze tasa (%12,2ak 75 urte baino gehiago ditu) Gipuzkoako batz bestekoak baino altuagoak dira (%21,6 eta %10,7).
- BIZTANLERIAREN DISPERSIOA: egoiliarren % 24,1-a LANDA ZONALDEAN bizi da, Bergaratik nahiko urrun eta beste %37,8 erdigunetik kanpoko auzoetan bizi da, hiri-mugikortasun zenbait arazorekin.

ESKAITZA

- HUTSIK DAUDEN LOKALAK BISTAN EGOTEA. Hutsik dauden lokalak biderkatu dira azken urteetan. Bereziki, Alde Zaharrean, (lokalen %40 a hutsik daude: Artekalen %56a, San Pedro %52a).
- TXIKIZKARIEN ESKAINTZAREN GUTXITZEA: Azken hamarkadan merkatal establezimenduen %25a galdu da Bergaran: Etxeko Horniketan (-%50,0) eta modan (%-38,1) bereziki. Eibar (% -21,1) Galdakao (%-18,3), Urretxu (-24,7%), Gipuzkoa (% -22,1).
- KATEEN PRESENTZIA INDARTU: Kate eta marka ezagunen presentzia areagotu, herriko establezimendu txikien eskaintza indartzeko helburuarekin, osagarritasuna bilatuz.
- BATAZBESTEKO ADIN ALTUA ERRELEBORIK GABE. Profesionalen artean, batez besteko adina igotzen ari dela antzematzen da (%30ak >55 urte) eta hauetatik %61ak ez du erreleborik.
- JATETXE ETA OSTATU ESKAINTZA AHULA: Erdigunean, jatetxe eta ostatu eskaintza hobetu daiteke TURISTIKOKI egiten ari den apustua indartu (2 jatetxe eta hotel 1).
- ESKAINTZAREN ANIZTASUN FALTA: kanpotar eta bisitarien artean aipamen gehien jaso dituen BERGARAN eskaintza erakargarri eta aniztasun falta dagoela izan da (erantzunen % 33,5). Bertakoek moda establezimenduak eta mertzeriak eskatzen dituzte.
- INTERNETEN PARTIZIPAZIOA. Interneten erabilera edota presentzia merkatarien artean txikia da (%66,9-ak ez du web-orria eta %91-ak ez du online saltzen).
- AZOKA: eraikin egokia izanik, bertako betetze maila oso baxua da, honek erakargarritasuna ahultzen du (Mugimendua soilik larunbat eta eguaztenetan). Inkestetan, erdigunean kokatutako profesionalek Azokaren eragin baxua.
- ZONALDE ILUNAK: Zenbait guneetan ematen den gehiegizko finantza-erakundearen kontzentrazioak (Ibargarai-Bideberri) arratsaldeetan “itxaltze eta iluntasuna” dakar.
- MERKATARITZA SALTOKIEN IRUDI ZAHARTUA: Alde zaharreko oso nabarmen izan diren zenbait establezimendu, turistikoki erakargarriak izan beharko lirakeenak, ez datoz gaur egungo irudiarekin bat (%51ak ez du zaharberritzerik egin eta 20 urte baino gehiago dituztenen artean % 31ak).

6. AMIA ANALISIA: AHULEZIAK, MEHATXUAK, INDARGUNEAK ETA AUKERAK

6.2 MEHATXUAK

MUGIKORTASUNA

- o **BARNEKO MUGIKORTASUNA.** Auzoen artean eta landa zonaldeak erdigunera hurbiltzeko autoa erabiltzen da mugitzeko eta horrek ingurune merkatatzaile guneetara ihes egitea dakar (Arrasate, Beasain, Donostia edo Gasteiz.). Inkestaren arabera, landa zonaldeko (Elosua, Ubera, Elorregi...) egoiliarak dira Amillaga inguruan, erdigunetik kanpo gehien erosten dutenak.
- o **KANPOKO MUGIKORTASUNA.** Kanpoko mugikortasun ona, kokapen geografiko onargarriarekin eta dituen ahalmen handiko bide konexioek ihesbide erosoak dira eta bertako bizilagunek erabiltzen dituzte (Autobia berria Bergara-Beasain (21')-Zumarraga (14') eta AP-8 Donostia (45') eta AP1 Gasteiz (35') .

ESKAINTZA

- o **ALDE ZAHARRA ZONALDEAREN PROTAGONISMO GALERA:** Iraunkor eta progresiboa den lokal hustuketa azken urte hauetan, erreferentzia historikoko eta tradizioko zonalde hau ahularaztea ekarri du.
 - ✓ Zhonetako lokalen %40-a hutsik daude (Artekalen %56a, San Pedro %52a).
 - ✓ Aztertu diren bi eremuak kontuan hartuta, dauden lokal huts guztietatik ona (149) , % 52,3a Alde zaharrean kokatzen dira.

INTERNET

- o **ECOMMERCE.** Onlineko merkataritzaren igoera, urtetik urtera ugaritzen ditu (>% 20) salmentak eta kuota adierazgarriekin (>% 10). Honek, hirien erdiguneetan kokatutako aurrez aurreko merkataritza tradizionalarekin lehia handitzen du, ez baita horretarako prestatzen ari.
- o **BERGARAN** bizilagunen % 25,8ek egiten dituen erosketak Internet bidez, eta %42 sare sozialetako partaide aktiboak dira. Aldiz, merkatarien % 91ak ez du online saltzen. Behar berri baten aurrean, egoiliarren esanetan, internet da, produktu edo zerbitzua bilatzeko, lehen aukera.

LEHIAKORTASUNA

- o **ERALDATZEN ARI DEN SEKTOREA.** Etengabe eraldatzen eta aldatzen ari den sektorea da. Merkataritzako formatu berriak, operadore berriak eta kate komertzial berriak jaiotzen ari dira etengabe, saltzeko moduan eta bezeroarenganako sarbidean berrikuntzak ekarriz.

6. AMIA ANALISIA: AHULEZIAK, MEHATXUAK, INDARGUNEAK ETA AUKERAK

6.3. INDARGUNEAK

POSIZIONAMENDUA

- OSTALARITZA. Tabernak/ Kafetegiak BERGARAKO erreferentziazko jarduera dira, bizilagunen % 72ak bertan kontsumitzen du eta bisitarien % 70ak bisitatzeko motibazio hori du (batez ere Arrasatetik etortzen direnak).
- ELKARTEAK. Nabarmetzen diren elkarte kultural eta kirol-elkarteak daude (Xaxau, Musika Eskola, Beart, Erraldoi konpartsa, Musika Banda, Pilota elkarte, ...)
- FIDELTASUNA DUEN BEZEROA DAGO: BERGARAKO biztanlea fidela da eta lehentasuna dute kanpoko establezimenduekin alderatuta.
- ENPRESA-GUNEAK: Enplegu eta eguneroko bisita ugari elkartaritzen dituen Enpresa eta poligono ugari daude Bergaran.
- TURISMOA eta ONDAREA: Bergarak duen balio historikoa, eraikin nagusienak balioan ezarri, estrategia turistikoaren apustuarekin jarraitu.

ERAKARGARRITASUNA /DINAMIZAZIOA

- AISIALDIA eta TURISMOA. Zenbait ospakizun eta musika eta antzerkiarekin loturiko ekintzak udalerriaren erakargarritasun elementu gisa ageri dira: San Martin Jaiak, Danborrada, Musika Eskolako Ekintzak, Zabalotegi aretoa...,
- PRODUKTU NABARMENAK: Okindegia eta Goxotegiarekin loturiko bertako produktu desberdin eta nabarmenak daude Bergaran: Toston eta Errellenuak, Wolframioak... kanpoko bezeroak erakartzen dituztenak eta turistikoki erabili daitezkeenak.

LANKIDETZA

- LANKIDETZA. Elkarte ugari (Kirolak, kulturalak...), elkarren artean lankidetzan izan dezakete ekitaldiak antolatzeke eta merkataritza sustatzeko. Agenda Koordinatua.
- HARREMAN ONA. Udalaren eta sektorearen arteko harremana ona da, eta horrek ekimenak martxan jartzea ahalbidetzen du.

ESKAINTZA

- TXIKIZKARI BALORAZIO ONA: biztanleek eta bisitatiek ondo baloratzen dituzten establezimenduak daude Bergaran eta esperientzia handiko profesionalak lan egiten bertan. Tratu ona eta profesionaltasuna nabarmetzen dute egoiliarrek.
- ERREFERENTZIAZKO SALTOKIAK; Ezagunak diren establezimenduak daude herrian, istorikoki ospea izan dutenak (Lasa, Larrañaga...).
- EMAKUMEEN PRESENTZIA: Emakumeen presentzia nabarmena da, negozioen arduradun eta ekintzaile gisa, eta baita langilearen artean.
- ENPLEGUA SORTZEN DUTEN SEKTOREAK: Bergarako establezimenduen %57ak besteen konturako langileak ditu, hauen batz besteko tamaina 2,53 pertsonetakoa da (Autozerbitzuak kontuan hartu gabe).
- MODA eta ETXERAKO HORNIKETAKO ESTABLEZIMENDUEN IRUDI ONA: establezimendu hauen irudi txukuna eta berritua orokorrean. Gehienak oso zainduta daude.
- BEHAR BERRIEKIKO LEHEN AUKERA eta HONEN ASETZEA: Egoiliarrek behar berri bat dutenean, informazioa bilatzeko eta produktu edo zerbitzua lortzeko bertako merkataritzak lehentasuna du, batez ere 55 urtetik gorakoentzat. Adin gazteagotan ez da neurri berean ematen.

6. AMIA ANALISIA: AHULEZIAK, MEHATXUAK, INDARGUNEAK ETA AUKERAK

6.4. AUKERAK

POSIZIONAMENDUA

- o **MARKA.** Eskuragarri dauden baliabideak eta hiriaren balio aitortuak aprobetxatzea BERGARA marka indartzeko eta komunikatzeko, eta ingurunearen sustapen aktiboa egitea (Artisau produktuak, elikadurarekin batez ere okindegia-gozotegiarekin loturikoak).
- o **LIDERREN PRESENTZIA HANDITU:** Enpresa liderren presentzia berezitasun ezaugarri bat da, eta frankiziaren bat herrira erakartzea aukera ona izan daiteke Arrasate eta beste erosketaguneen erakargarritasuna apur bat murrizteko.
- o **MIGUEL ALTUNA ERAIKINA APROBETXATU:** Aurrekoari lotuta, Miguel Altuna bezalako eraikin bat hutsa edukitzeak aukera desberdinak ekarri ditzake: Tamainagatik eta kokapenagatik.
- o **AZOKA;** Eraikin egoki eta berritua, bai tamaina bai zerbitzu aldetik edukitzeak, bertako merkataritzaren sustapena ahalbidetzen du. Betetze maila areagotu, operadorei irekiera baldintza gogorragoak ezarri. Taberna/ Kafetegiaren batekin eskaintza osatu.
- o **ANTZUOLAKO BEZEROA:** Antzuolako egoiliarren %90-a Bergarara dator, jarduera lerro guztietan erostera: Errepide konexio ezin hobearekin (GI632-A636). Kanpaina espezifikoak egitea aukera ona da, bezeroaren jatorria kontuan hartuta.

ERAKARGARRITASUNA /DINAMIZAZIOA

- o **ERAGILE KULTURALAK ETA KIROLAK:** Jarduera kulturalak eta askotariko elkarte eta kirol elkarteak izateak hiria dinamizatzeko erabili daitezke, urte osoan koordinatutako agendaren bidez.
- o **ESKURAGARRI DAUDEN HIRI ESPAZIO ERAGILEAK.** Ekitaldiak egiteko hiri-espazio ugari daude, ingurune komertzialen dinamizazioa ahalbidetzeko lokomotora urbanoak bilakatu daitezkeenak. (San Martin, X. Munibe, D.Irala, Ibargarai Parkea...)

LANKIDETZA

- o **ANIZTASUNA.** Elkarte desberdin ugari daude BERGARAn (Musika eskola, Xaxau...) batera lan egin dezaketenak, jarduerak antolatu eta merkataritzari lagundu.
- o **HARREMAN ONA.** Merkataritzako, ostalaritzako eta zerbitzuetako sektorearen eta gainerako elkarten harremana (kirol-elkarteak, kulturalak...) ona da, lankidetzarako aukerak daude.

INTERNET

- o **KONEKTATUTAKO EROSLEAK.** BERGARAn bizilagunen %26ak Internet bidez erosten du hilean behin, eta %42a sare sozialak erabiltzen ditu aukerak ikusteko eta aholkua bilatzeko.

7.

BERGARAKO MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

7.1. ILDO ESTRATEGIKOAK

7.2. EKINTZA PLANA

7.3. ADIERAZLEAK

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

7.1. JARDUERA ILDO ESTRATEGIKOAK

PROFESIONALAK BABESTU, BISITARIAK ERAKARRI, EGOILIARRAK MANTENDU, HIRIA APAINDUZ ETA GIROTUZ

1. ILDOA. UDAL LAGUNTZA (EKONOMIKO-FINANTZARIOA ETA BESTELAKOA)

1. DIRU-LAGUNTZAK
2. ZERGA ETA TASEN MURRIZTEA (HOBARIAK)
3. AHOLKULARITZA ZERBITZUA
4. ESKARIAREN SUSTATZEA (BONOAK ETA SENTSIBILIZAZIO KANPAINAK)

2. ILDOA. DIGITALIZAZIOA

1. ESTRATEGIA: PLATAFORMA DIGITALAK
2. ETXERAKO BANAKETA ZERBITZUA

3. ILDOA. LOKAL HUTSAK/ TRANSMISIOA

1. HUTSIK DAUDEN LOKALAK BETE ETA IRUDIA HOBETU
2. TRANSMISIO ZERBITZUA

4. ILDOA. SEKTOREEN SUSTAPENA

1. AZOKA, BERTAKO PRODUKTUAK, KM 0.
2. OSTATU ETA JATETXEAK. TURISMOA

5. ILDOA. MERKATAL HOBEKUNTZA URBANISTIKOAK

1. ESKAINTZAREN IKUSGAITASUNA ETA KALEKO PAISAIA
2. ERAIKIN HUTSAK (MAI)

6. ILDOA. BEDELKAR: JARDUERA ETA PARTAIDETZA

1. ELKARTEAREN BALORAZIOA
2. KIDE BILAKETA
3. FIDELIZAZIOA
4. BERGARAN BIZI EKIMENA

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

7.1. JARDUERA ILDO ESTRATEGIKOAK

PROFESIONALAK BABESTU, BISITARIAK ERAKARRI, EGOILIARRAK MANTENDU , HIRIA APAINDUZ ETA GIROTUZ

1. LDOA. UDAL LAGUNTZA (EKONOMIKO-FINANTZARIOA ETA BESTELAKOA)

2. ILDOA. DIGITALIZAZIOA

3. ILDOA. LOKAL HUTSAK/ TRANSMISIOA

4. ILDOA. SEKTOREEN SUSTAPENA

5. ILDOA. MERKATAL HOBEKUNTZA URBANISTIKOAK

6. ILDOA. BEDELKAR: JARDUERA ETA PARTAIDETZA

AHULEZIAK	JARDUERA ILDOAK					
	1	2	3	4	5	6
LEHIAKORTASUNA						
MERKATARITZA ESTABLEZIMENDUEN ETA ERAKUSLEIHOEN IKUSGAITASUNA					X	
IBARGARAI ARDATZA ETA MIGUEL ALTUNA	X				X	
NABARMENTASUN DIGITAL AHULA		X				
BELDEKAR ETA BERGARAN BIZI EKIMEN ETA JARDUERAK	X					X
BIZTANLERIA						
ZAHARTZEN ARI DEN BIZTANLERIA ETA PROFESIONALAK			X			
BIZTANLERIAREN KOKAPENA; LANDA ZONALDEA		X			X	
ESKAINTZA						
HUTSIK DAUDEN LOKALEN IRUDIA HOBETZEA	X		X			
TXIKIZKARIEN KALE ESKAINTZAREN GUTXITZEA	X		X	X	X	
ESKAINTZA ANIZTASUN FALTA	X					X
JATETXE ETA OSTATU ESKAINTZA AHULA				X		
PROFESIONALEN BATEZBESTEKO ADIN ALTUA ETA ERRELEBORIK GABEKOA			X		X	
AZOKARI BUELTA EMAN, INADRTZEA ETA BETETZE MAILA AREAGOTZEA				X		
INTERNET-EN PARTE-HARTZEA		X				X
MERKATARI SALTOKIEN IRUDI ZAHARKITUA	X		X			

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA. UDAL LAGUNTZA (EKON-FIN ETA BESTELAKOAK)

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.1.1 Diru-laguntzak

HELBURUA:

COVID-a eta bizi dugun egoera gainditzeko diru laguntza zuzenak ematea, enpresa eta establezimenduek bat bateko finantzazioa lortu dezaten.

JUSTIFIKAZIOA:

Covid19 birusak hainbat gizabanako, negozio eta enpresari eragindako kalteak saihesteko asmoz, hainbat erakunde enpresa txiki, merkataria eta autonomoei zuzendutako diru-laguntza lerro berriak sortzen ari dira.

Ildo horretan, Debagoieneko Mankomunitateak onartutako diru-laguntza horien guztien jarraibidea egiteko websitea sortu du, bailarako udal eta erabiltzaile guztien esku jarri duena. Gainera, Mankomunitatearen website horretan batuta daude baita ere erakunde guztietako diru-laguntza guztiak uneoro eguneratuz eta baita Udaletakoak ere.

**ENPRESA TXIKI, MERKATARI
ETA AUTONOMOENDAKO
LAGUNTZAK.**



EKINTZAK:

MARTXAN JARRI DIREN DIRU LAGUNTZA MOTA DESBERDINAK:

1. Herriko komertzio, ostalaritza negozio eta zerbitzuei diru-laguntza zuzenak emateko 300.000 euroko partida. Negozioa berriz martxan jarri eta berraktibatzen laguntzera bideratuta dago. Laguntza horrek balioko du hemendik aurrerako ibilbidean negozio bakoitzak ikusten dituen beharrei aurre egiteko.

2. Herriko ostalaritza negozioei terrazak handitzeko eskaintza eta tasetan aldaketak. Terrazak handitzeko eskaerak banan-banan aztertuko dira Hirigintza departamentuan .

3. Bertako turismoa indartzeko 30.000 euroko partida onartu da. Bergarak erakusteko asko dauka, altxorrez beteta dago, eta Udalak ahalegin gehigarri bat egin nahi du bisitari gehiago erakartzeko. Eta, horren bidez ere, gure negozioei beste bultzada gehigarri bat emateko.

4. Herriko komertzio, ostalaritza negozio eta zerbitzuetan gastatzeko 44.000 euro bideratu ditu Udalak, Kuttuna.org plataformaren bonuen bitartez. Kuttuna.org plataformaren bitartez Udalak herriko negozioei aukera eman die bere produktu edo zerbitzuak eskuragarri jartzeko; eta herritarrek aukera dute %80ko kostuarekin produktuak eskuratzeko. Erosketa bakoitzaren %20 Udalak finantzatu du. 44.000€ bideratu ditu ekimen horretara: 40.000 erosketak finantzatzeko eta 4.000 transakzio gastuak ordaintzeko.

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA. UDAL LAGUNTZA (EKON-FIN ETA BESTELAKOAK)

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.1.2 Zerga eta tasak (Hobariak)

HELBURUA:

COVID-19ren ondorioz bizi dugun egoera jasateko, bat bateko laguntza ekonomikoa eta finantzarioa eskaintzea, Bergarako enpresa eta establezimendu txikiei.

JUSTIFIKAZIOA eta EKINTZAK :

Covid19 birusak eragindako krisiaren ondorioz bergarar askok bizi duten egoera ekonomiko zailaren aurrean, Bergarako Udalak udal tasa eta zerga ezberdinen ordainketak eten egingo ditu, gutxienez alarma egoera bukatu bitartean. Modu horretan, kaltetueenei lagundu nahi die Udalak.

Ogasun batzordeak, honako erabakiak hartu ditu:

-**Ura eta zaborraren tasen ordainketa gutxienez uztailaren 30era arte etetea.** Honek ur tasetan 36.000 euroko inpaktua izango duela aurre-ikusten da, eta 10.000 eurokoa hondakinetan. Neurri guzti horiek, terrazen tasetan izango diren moldaketak kontuan hartu barik, 581.000 euroko eragina izango dute herriko merkataritzan, ostalaritzan eta zerbitzuetan.

- **Ostalaritzari terrazen tasarik ez kobratzea alarma egoerak irauten duen bitartean.**

-**Trakzio Mekanikoko ibilgailuen gaineko zerga ordaintzeko epea abenduaren 30era arte zabaltzea.**

-**Ondasun Higiezinaren Gaineko Zerga ordaintzeko epea irailaren 15era arte zabaltzea.**

-**Azoka eta azoka txikiko postuen tasarik ez kobratzea alarma egoerak irauten duen bitartean** (1. hiru-hilabeteko ordainketa uztailaren 30era arte zabaltzea).

-**Agorrosin kiroldagiko abonua eta ikastaroetako tasarik ez kobratzea apirilaren 1etik eta itxita dagoen bitartean** (urteko abonatupei parte proportzionala itzuliko zaie).

-**Udalak alokairuan dituen tabernei (Agorrosin eta Labegaraieta) alokairurik ez kobratzea alarma egoerak irauteen bitartean eta derrigorrean itxita dauden bitartean.**



7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA. UDAL LAGUNTZA (EKON-FIN ETA BESTELAKOAK)

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

7.1.3 Aholkularitza zerbitzua

HELBURUA:

COVID-19ren ondorioz bizi dugun egoeraren ondorioz, enpresa eta establezimenduak babesteko eta bizi duten egoera larrian lagunduta sentitzeko, aholkularitza zerbitzua antolatu da.

JUSTIFIKAZIOA:

Gaur egun bizi dugun egoera larria dela medio, COVID-19ren ondorioz, enpresa eta establezimendu ugari, bere negozioen itxiera edo salmenten jaitsiera zorrotza bizi izan dute.

Errekuperazio ekonomikoa iristen den bitartean, bidea arinago egiteko, Bergarako udaletik aholkularitza zerbitzua martxan jarri da, diru-laguntza eta hobari guztien berri emateko, eta baita deseskalada prozesuaren inguruan egon daitezkeen zalantza guztiak argitzeko.



EKINTZAK:

• AHOLKULARITZA ZERBITZUA MARTXAN JARRI DA:

- Webgunetik (bergara.eus)
- Telefonotik
- Arreta presentziala.
- Kezka eta zalantza indibidualak edo puntualak erantzuteaz gain, aholkularitza zerbitzuaren jarduera nagusia, informazio orokorra biltzea izan da. Egoiliarrek, eta profesionalak eskuratu ditzaketen laguntza guztiak barneratuz; bai udal, bai eskualde, edo eta lurralde mailakoak.
- Mantendu zerbitzu hau COVIDen egoera gainditu ondoren Udalerriko saltokiei salmentarako eta publizitaterako bide berriak erraztea eta horiei buruz aholkatzea, prestakuntza- eta teknologia-baliabideen bidez.



7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA. UDAL LAGUNTZA (EKON-FIN ETA BESTELAKOAK)

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.1.4 Eskariaren sustapena (Bonoak eta sentsibilizazio kanpainak)

HELBURUA:

Eskariaren sustapena eta herriko establezimenduak laguntzeko bertako kontsumoa areagotzea.

JUSTIFIKAZIOA:

Covid-19ren ondorioz, enpresa eta establezimendu txikien salmentak beheraka egin dute, eta bertako kontsumoa areagotzeko, martxan jarri dira zenbait ekimen:

1)Bono kanpaina: Kanpaina hau, maiatzean hasi da, eta Udalak 20.000 euroko hasierako poltsa sortu zuen www.kuttuna.org webguneak bultzaturiko erosketa bonuen bitartez herriko merkataritza, ostalaritza edo zerbitzu sektoreko negozioak laguntzeko. Astebeteko epean agortu ziren 100.000 euro balioa zuten erosketa bonoak, eta beste 20.000 euro gehitu ditu Udalak ekimenara. Hala, epe labur honetan herritarrek primeran erantzun dute eta dagoeneko agortu da kuttuna.org plataformaren bidez bertako negozioetan produktuak eta zerbitzuak eskuratzeko aukera. Horrela, herritarron eta udalaren laguntzarekin 200.000 eurotako bultzada jaso dute Bergarako establezimenduek.

2)Sentsibilizazio kanpaina:Herriko komertzio, ostalaritza negozio eta zerbitzuei babesa eman eta herritarrak kontzientziazteko sentsibilizazio kanpaina martxan dauka Udalak 5.000 euroko partidarekin. Bideo indibidualak grabatu dira, berrogeialdia bizi izan dugun epean, bertako saltokiak agertu dira. ARTEMAN-enpresaren eskutik. Bideo hauen helburua, eskariari hurbiltzea eta mezu solidario bat bidaltzea izan da.



EKINTZAK:

- **BONO KANPAINA:**
 - **HASIERAKO 20.000€KO UDAL DIRU LAGUNTZA ETA EPE LABURREAN BESTE 20.000€KO PARTIDA GEHITU DU UDALAK EKIMENERA.GAINERA 4.000€ TRANSAKZIO GASTUENTZAT.**
 - **GUZTIRA KONTSUMOAN 200.000€KO BULTZADA IZAN DUTE HERRIKO ESTABLEZIMENDUEK (%20 udalak jarri du).**
- **SENTSIBILIZAZIO KANPAINA:**
 - **BIDEO INDIBIDUALAK ESKARIARI ETA EGOLIARREI HURBILTZEKO (Hurrengo diapositiban sakontzen da).**

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA. UDAL LAGUNTZA (EKON-FIN ETA BESTELAKOAK)

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.1.4 Eskariaren sustapena (Bonoak eta sentsibilizazio kanpainak)

SENTSIBILIZAZIO KANPAINA: “HERRIKO KOMERTZIOA BERGARAREKIN, BERGARA, HERRIKO KOMERTZIOAREKIN”

HELBURUA:

Sentsibilizazio kanpainaren helburua, eskariari hurbiltzea eta mezu solidario bat bidaltzea izan da. Apirila erdian abiarazi zuen Udalak, ‘Herriko komertzioa Bergararekin, Bergara herriko komertzioarekin’ izeneko sentsibilizazio kanpaina. Herriko negozio guztiei aukera eman eta Bedelkarrekin elkarlanean, 23 negozioren ahotsa jaso eta zabaldu du Udalak sare sozialetan dituen kanalen bitartez, hor daudela eta jarraituko dutela gogoratuz. Kanpainak ekintza desberdinak batzen ditu, batez ere ikus-entzunezko formatuan eta sare sozialak erabiliz. Horren baitan kokatzen da, baita ere, Oxirondo azokako saltzaile eta ekoizleen ikusgarritasuna handituko duen ekimena.

EKINTZAK:

• **KANPAINAREN MEZUA ZABALDU: Facebook, Twitter, Instagram eta Whatsapp-en zabaldu.**

Irudi bat sortu da. ‘Herriko komertzioa Bergararekin, Bergara herriko komertzioarekin’

Jarri balioan daukaguna,

Jarri balioan aberasten gaituena.

- **BIDEO INDIBIDUALAK** herriko komertzianteez etxean egindako bideo motzak Facebook, Twitter, Instagram eta Whatsapp-en zabaldu. Segundu gutxitako edo minutu eskaseko **bideo kaseoak**, etxean grabatuta...
Mezua: “..... XX urte daramagula herriari zerbitzua ematen, garai desberdinak pasatu ditugula eta orain ere guztion artean lortuko dugu....” Negozio mota partaide desberdinak ahalik eta gehienak, banaka, binaka nahi den bezala.
Inplizituki adierazi nahi diren mezuak: “Hemen gaude, Gutaz akordau”. “Lanean jarraitu dogu dendak itxita egon arren, jarrera proaktiboa, aurrera begira”. “Danon artean egin behar dogu aurrera.”
Euskaraz eta gazteleraz egin dira.
Bideoek kanpainaren irudia eraman dute eta sare sozialetan zabaldu dira.
- **PUNTUAZIOAK EMAN NEGOZIOEI:** Herritarren eta bezeroen partaidetza bilatu, Bergarako negozioei elkartasun mezua eta herriko negozio bakoitzari 5 izarreko puntuazioa emateko deia egin da . Erabilitako tresna: Googlemaps.
- **KANPAINA AMAITZEKO:** bideo bat egingo da herriko komertzianteez jasotako elkartasun mezuak batuta, etxean grabatutako bideo motzekin, eta herriko komertzioa babesteko arrazoi horiekin. Mezua: guztion artean batera aurrera egingo dugu!

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA. DIGITALIZAZIOA

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.2.1 Plataforma digitalak

HELBURUA:

Komertzio eta Ostalaritza establezimenduen produktuak eskaini, online munduan mugitzen den publiko zabalago bati.

JUSTIFIKAZIOA:

Gaur egun egoiliarren %35a online erosten duela esan du Bergaran 2020ko otsailean egindako inkestetan, ehuneko hori, gero eta altuagoa izango da datorren hilabete eta urteetan. Gainera, COVID-19ren ondorioz, kontsumitzaileen portaera eta joera hau, bizkortu besterik ez da egin:

Alde batetik, saltokiak itxita egon dira, eta plataforma digitalak eta establezimenduen webguneak izan dira “gune bakarrak” produktuak lortzeko. Orain eszenatoki berri baten aurrean gaude, kontsumitzaileak eta kontsumitzeko era, guztiz aldatu dira: deseskalada faseekin, distantziamendua, ordutegiak, higiene neurri berriak direla eta...produktuak lortzeko mundu digitalak oraindik pisu handia edukiko du.

Bestetik, bertako kontsumoak, jasangarritasunak eta konpromisoak, indar handia hartu du gizartearen, beraz aukera ona da, herrietako saltokiak digitalizaziorantz abiatzeko, egoiliarrek online erosi nahi dutelako, baina, norbere herrietako komertzio eta ostalaritzan.

EKINTZAK:

- **AUKERA DESBERDINAK PLANTEATZEN DIRA:**
 1. Alde batetik: PLATAFORMA DIGITAL PROPIOA EGIN/GARATU.
 2. Bestetik: EXISTITZEN DEN BESTE PLATAFORMA BATEKO PARTAIDE IZAN. (Bonoekin egin den bezala Kuttuna.org). Hemen adibide desberdinak daude Estatu mailan, plataforma berean hiri desberdinetako komertzioak bateratuz.).
- **ONLINE KOMUNIKAZIO ESTRATEGIA SENDOTU:** Egiten diren ekintzak komunikatu, batez ere sare sozialak erabiliz.



Propioak:



Partekatuak:



7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA. DIGITALIZAZIOA

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.2.2 Etxez etxeko banaketa zerbitzua

HELBURUA:

Plataforma digital desberdinetan saltzen diren produktuak, bezeroari gerturatu. Etxez etxeko banaketa zerbitzua

JUSTIFIKAZIOA:

Kontsumitzaileak eta retail sektoreak bizi duen egoera aldakorrek, online mundura eta erosotasunera begiratzen du.

Momentuan kontsumitu, erosi eta jaso nahi ditugu produktu eta zerbitzuak, era eroso batean, etxetik mugitu gabe. Gainera, COVID-19ren ondorioz, kontsumitzaileen portaera eta joera hau, bizkortu besterik ez da egin, berrogeialdia eta konfinamenduarekin batera, herrietako establezimenduetara joateko aukera kendu zaigu, beraz, online erostea eta etxean jasotzea, izan da saltzeko bide bakarra establezimendu askorentzat.

EKINTZAK:

Aukera desberdinak egon daitezke:

1. Etxez etxeko BANAKETA PROPIOA egin, Durango edo Donostiaren esperientzia jarraituz.

2. HIRUGARRENGO BATEKIN GARATU (Correos, Globo...) edo antzerako enpresa batekin (kosteak ondo kalkulatu eta aurrera egin) .



DURANGO

Durangkoko DENDAK BAI Merkataritza elkartearen bitartez, udalaren laguntzarekin, banaketa zerbitzu propioa ezarri da. 2013 urtetik dago martxan zerbitzua, pertsona bat kontratatuz, asteko hiru egunetan, zerbitzua herrian emateko. 2019ko abendutik aurrera, bizikleta elektriko baten laguntzarekin, zerbitzua handitu da: astelehenetik ostiralera 10:00etatik 14:00etara eta larunbatetan 17:00etatik 20:00etara erabiltzeko aukera dago.



DONOSTIA

Donostian, FOMENTO SS-en eskutik TXITA enpresa jasangarriarekin kontratatatu da etxerako zerbitzu berria. Ezaugarriak:

- Paketeak (fruta, elikadura eta loreak barne).
- Ez dira izoztuak edo elikagai beroak banatuko.
- 5€ko tarifa egun batetik besterako banaketan (beza barne) 15kilorainoko paketeetan.
- Goizeko 9htatik gaueko 21hra astelehenetik larunbatera.
- Zerbitzu jasangarria, ibilgailu elektrikoekin egiten dena.

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA. LOKAL HUTSAK / TRANSMISIOA

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.3.1 Lokal hutsen irudia eta okupazioa hobetzea lehentasunezko kaleetan

HELBURUA:

HIRI-BILBEAREN BERRESKUPERAPENA ETA LOKALEN DINAMIZAZIOARI LAGUNTZEA, BEREZIKI IPARRAGIRRE-ALDE ZAHARRA INGURUNEAN.

JUSTIFIKAZIOA:

LOKAL HUTSEK HIRI-PAISAIA ETA GAINONTZEKO TXIKIZKARIEN ESKAINTZA GIROAN ERAGINA DUTE

- Lokal hutsen hedapena, hiri eta udalerri askotan etengabe ematen ari den fenomeno da. Hau dela eta, badira, Tolosa, Ordizia, Urretxu edo Barakaldo bezala, esku-hartze publikoa ematen ari den beste hiri eta udalerriak (Apainketa Artistikoa, Lokal Hutsetarako Udal-Alokairuak...)
- Erreferentzia.** Bergarak, eskualdean, aurrea hartzeko eta erreferentzia bihurtzeko aukera du.
- Proiektzioa.** Ekintza honek, eskualde mailako komunikabideetan eragin nabarmena izateko aukera.
- Erakartzen du.** Garatuko diren jarduera berritzaileek hauek ezagutzeari buruzko jakin-mina sortzen dute.
- Ekintzaileak.** Jarduera ekonomikoa sustatzen du, auto-enplegua sortzen du ekintzaileen artean, eta era berean, lokal hutseko jabeek bere lokalen ikusgaitasuna handituta ikusten dute.
- Indartzen du.** Erdigunea eta merkataritza-gunea indartu, dinamizatu eta zabaltzen ditu, lehentasunezko kaleetako eta alboko establezimenduen irudia hobetuz.

Ardatzak	Lokal hutsak	Eskaintza		Hutsik daudenen %	Lehentasuna	
		Jarduera dutenak	Guztira			
1.EREMUA: ERDIGUNEA	76	153	229	%33,2	2	
Ibargarai (15-45, 32-56)	25	19	44	56,8%	1	
Fraiskozuri	7	17	24	%29,4	1	
Simon Arrieta	6	10	16	%37,5	1-2	
Zurradero	5	10	15	%33,3	1-2	
2 EREMUA: ALDEZAHAR	78	129	207	37,7%	1-2	
Barrenkalea	10	39	49	20,4%	2	
Bidekurutzeta	13	28	41	31,7%	1-2	
Pedro Deuna	13	12	25	52,0%	1	
Artekalea	14	11	25	56,0%	1	

EKINTZAK:

- LOKAL HUTSEN DINAMIZAZIO PLANA. (DEFINIZIOA, ESKATUTAKO IRIZPIDEAK, INBERTSIOAK, KUDEAKETA, ETA ERANTZUNA)
- LOKALEN OKUPAZIORAKO BULTZADA PUBLIKOA. (FISKALA ETA EKONOMIKO-a)
- PRESTAKUNTZA-ZENTROEKIN, ARTISAUEKIN ETA EKINTZAILEEKIN ELKAR LANA.
- LANTALDEA.

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA. LOKAL HUTSAK / TRANSMISIOA

4. ILDOA.

5. ILDOA.

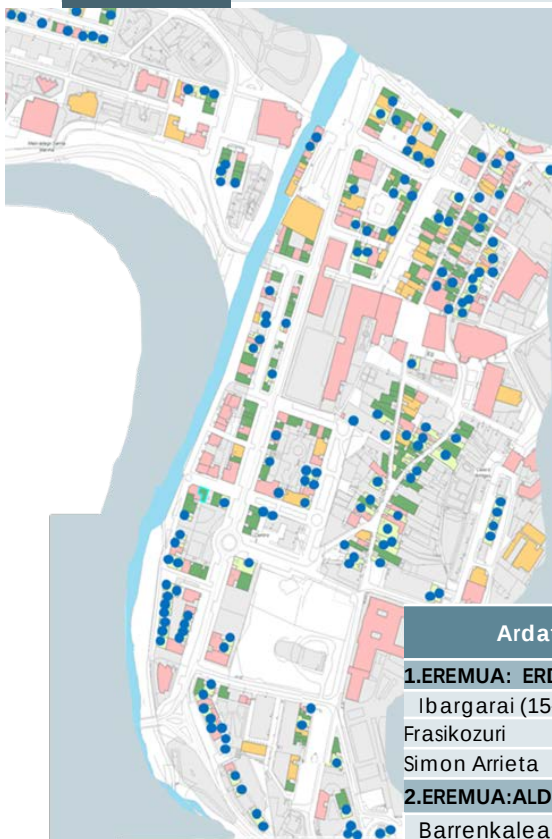
6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.3.1 Lokal hutsen irudia eta okupazioa hobetzea lehentasunezko kaleetan

HELBURUA:

HIRI-BILBEAREN BERRESKURAPENA ETA LOKALEN DINAMIZAZIOARI LAGUNTZEA



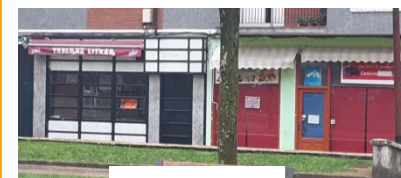
ARTEKALE



IBARGARAI



IRIZAR



FRAISKOZURI

Ardatz	Lok. hutsak	Hutsik dauden %	Lehentasuna
1.EREMUA: ERDIGUNEA	71	%31,6	● ● ●
Ibargarai (15-56)	25	%56,8	● ● ●
Frasikozuri	7	%29,4	● ● ●
Simon Arrieta	6	%37,5	● ● ●
2.EREMUA:ALDEZAHARRA	78	%37,7	● ● ●
Barrenkalea	10	%20,4	● ● ●
Bidekurutzeta	13	%31,7	● ● ●
Pedro Deuna	13	%52,0	● ● ●
Artekalea	14	%56,0	● ● ●



PEDRO DEUNA



BIDEKURUTZETA



7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA. LOKAL HUTSAK / TRANSMISIOA

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.3.2 Negoioen transmisio zerbitzua

HELBURUA:

Negoio-transmisioa erraztea, ekintzailatza sustatuz eta negozio-itxiera saihestuz.

JUSTIFIKAZIOA:

NEGOZIO BAT IXTEA ETA BERRIZ IREKITZEA KOSTU ALTUA DU HIRI BATEKO EREDU SOZIOEKONOMIKOAN

Bergarako merkataria, ostalari eta zerbitzu sektoreko profesionalen ehuneko nabarmen batek (% 30,4ak), 55 edo urte gehiago ditu, eta erretiroko adinetik hurbil dago edo erretiroan pentsatzen ari da.

Profesional hauetatik, 5 urte edo gutxiagoko epe batean, erretiratzeko planak dituen profesional kopurua, %44,4ra iristen da.

Egoera honek epe laburrean, establezimendu itxiera garrantzitsu bat eragin dezake, beraz, halako ondorioa aintzen saiatu behar da.

Erakargarriak diren eta etorkizuna duten negozioak

Prozesuan lagunduko duten profesionalen konpromisoa

Profesional berriak interesarekin.



Prestakuntza-zentroak eta ekintzailatza sustatzeko ekimenak

Erakundeetatik bideratutako ekintzak, negozioen transmisioa sustatzeko.

EKINTZAK:

- NEGOZIOEN TRANSMISIO ZERBITZUA
- EKINTZAILEEKIN HARREMANA, IKASKETA-ZENTROEN BIDEZ, BERRITZEGUNE, ...

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA. SEKTORE ESPEZIFIKOEN
SUSTAPENA

5. ILDOA.

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.4.1 Azoka, bertako produktua, Km.0

HELBURUA:

- Azoka sustatzea eta bezero eta saltzaileen arteko harremana indartzea
- Bertako produktuak eta kontsumo jasagarria bultzatzea
- Ekoizle txikiak laguntzea

JUSTIFIKAZIOA:

Hiri eta udalerrietan, Merkatu Plazak, indar handia behar du izan, bertako txikizkako merkataritzaren lokomotora gisa. Bai barneratzen dituen negozio txiki eta autonomoen artean, baita kanpoaldean ezartzen den saltoki eta establezimenduen jarduera indartuz.

Diagnosian jaso den bezala, Azokaren eraikina baliabide ona da, baina ez dago guztiz aprobetxatuta, ez zaio behar bezalako etekina ateratzen ari.

Postu erdiak baino gehiago hutsik daude, eta asteazkenetan eta larunbatetan ez ezik, jarduera gutxi dago. Honek, eragin negatiboa du, bai azokan, bai herriko saltokietan ere. Gainera Bergara, nahiz eta udalerri industrialia izan, baditu lehen sektorean dabilzan ekoizle txikiak (jarduera osoaren %5 –era iristen dira).

COVID-19 egoera dela eta, Bergarako Azokan, mugimendu gehiago egon da, bezero gehiago hurbildu da beharrezkoak ziren elikadura/janarien bila, beraz, momentu ona da, joera hau mantendu eta Azokari buelta bat emateko.

Inguruko beste herrietan Azoka Plazen alde apustua egiten ari da: Azpeitia eta Eibar adibidez. Bi udalerri hauetan: km0 produktuak, baserritarrak eta kontsumo arduratsua eta jasagarritasuna ardatz estrategikoak dira.



EKINTZAK:

AZOKA BERGARATZEN MUGIMENDUAREN ESKUTIK, MERKATU PLAZAREN SUSTAPENA:

- AZOKAKO POSTUEN ESLEIDUNEI EGUNERO JOATEA/IREKITZEA BEHARTZEA.
- BASERRITARREN ETA INGURUKO EKOIZLE TXIKIEN PRESENTZIA AREAGOTZEA.
- AZOKAREN MIX-KOMERTZIALARI BUELTA BAT EMATEA, DISEINU BERRI BATEKIN: JARDUERA OSAGARRIEKIN BETETZEA (KAFETEGIA, ZERBITZU DESBERDINAK, EREIN DA JAN...).
- BEHEKO SOLAIRUARI (LEHEN BM SUPERMERKATUA) ERABILERA BERRIA EMAN. ELIKAGUNEAREKIN LOTUTA (AZPEITIKO EREDUA JARRAITU EREIN DA JAN-PROIEKTUAREKIN LOTURA BILATUZ .



7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA. SEKTORE ESPEZIFIKOEN
SUSTAPENA

5. ILDOA.

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.4.2 Ostatu eta jatetxeak. Turismoa

HELBURUA:

- Turismoa sustatzeko erronka mantendu eta indartu. (Diru partida espezifikoa)
- Ostatu eta jatetxeen kopurua handitu (Establezimenduak eta eskainitako plazak).
- Ostatu eta jatetxeen kalitatea eta zerbitzu ona bermatu, turismo estrategiarekin lotuta.

JUSTIFIKAZIOA:

Bergaran, turismo estrategia landu bat garatzen ari da azken urteetan, bai erakunde publiko zein pribatuetatik. Horregatik, turismo estrategia horri indarra emateko, jatetxe eta ostatu baliabideak areagotzeko premia ikusten da.

Diagnosi fasean jaso den moduan, ostatu eta jatetxeen balorazioa ona da, eta inguruko bezeroak erakartzen ditu: Arrasate (%83,4) eta Antzuolatik (%66,7), batez ere. Hala nola, establezimendu kopurura baxua da, horrelako eskariari aurre egiteko, hare gehiago, turistikoki estrategia indartsu eta eraginkor bat bultzatu nahi bada.

EKINTZAK:

- OSTATU ETA JATETXEAK IREKITZEKO LAGUNTZA ESPEZIFIKOAK MARTXAN JARRI.
- PRESTAKUNTZA ESKAINI, ESTABLEZIMENDUEN PROFESIONALITASUNA AREAGOTZEKO. KALITATE ZIURTAGIRIAK LORTZEKO TRESNAK SUSTATU.
- ERDIALDEAN DAUDEN LOKAL HUTSAK APROBETXATU OSTALARTITZAKO NEGOZIO BERRIAK IREKITZEKO.
- BEHARREZKOAK DIREN BAIMENAK ETA ARAUDIA BERRIKUSI ETA BALDINTZAK LEUNDU.
- EKINTZAILEEKIN HARREMANETAN JARRI, DEBAGOIENAREN BIDEZ, ETA PRESTAKUNTZA ESKAINI, OSTALARITZAN SARTZEN ANIMATZEKO.
- NEKATUR ETA BESTE ELKARTEEKIN HARREMANETAN JARRI ETA ELKAR-LANA SUSTATU.
- TURISMOA INDARTZEKO 30.000 EUROKO PARTIDA.



nekatur



CALIDAD TURISTICA



7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA. MERKATAL HOBEKUNTZA
URBANISTIKOAK

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.5.1 Eskaintzaren ikusgaitasuna eta kale paisaiaren harmonia hobetzea

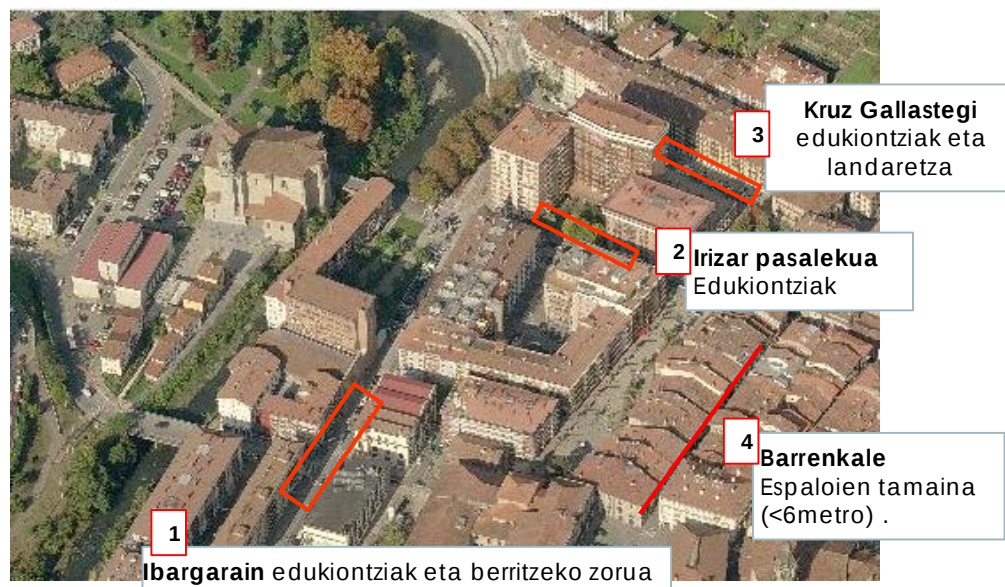
HELBURUA:

Eskaintzaren ikusgaitasuna eta kale paisaiaren harmonia hobetzea zenbait ekintzekin (zabor edukiontzia, landaretza-lorezaintza, espaloiak, merkataritza-lokalak, argiztapena...)

JUSTIFIKAZIOA:

KALEKO ESKAINTZAREN IKUSGAITASUNA
TXIKIZKARIEN LEHIAKORTASUNAREN FAKTORE
KRITIKO BAT DA.

- Merkataritza-ardatzetan landaretza, zabor edukiontzia eta aparkamenduak merkataritza-eskaintzaren ikusgaitasuna gutxiagotzen duten guneak antzeman dira.
- Eskaintzaren ikusgaitasuna galtzeak, honen erakargarritasuna murrizten du eta hortaz, salmentetan eragin negatiboa du.



7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA. MERKATAL HOBEKUNTZA
URBANISTIKOAK

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.5.1 Eskaintzaren ikusgaitasuna eta kale paisaiaren harmonia hobetzea

HELBURUA:

Eskaintzaren ikusgaitasuna eta kale paisaiaren harmonia hobetzea zenbait ekintzekin (zabor edukiontzia, landaretza-lorezaintza, espaloiak, merkataritza-lokalak, argiztapena...)

JUSTIFIKAZIOA:

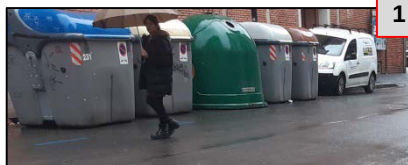
KALEKO ESKAINTZAREN IKUSGAITASUNA TXIKIZKARIEN LEHIAKORTASUNAREN FAKTORE KRITIKO BAT DA.

– Zenbait guneetan, batez ere Alde zaharrea, espaloiek ez dituzte merkataritza-fluxu egokirako gomendagariak diren 6 metroak betetzen.

– Merkataritza ardatz nagusietako zenbait espaloiek, zoru irristakorra dute, eta honez gain, honen narriadura nabarmena da.

EKINTZAK:

- LANDARETZAREN ALTURA KONTROLATZEA GEHIEGIZKO MAILA GAINDITU EZ DEZAN.
- EDUKIONTZIAK LURPERATU EDO LEKUALDATU KALE PAISAIA HOBETZEKO.
- ZORU IRISTAKORRA ETA ZULATUA DUEN ESPALOIETAN ESKU HARTZEA.



1



Ibargarai ardatz nagusian, edukiontzia eta zoru irristakorra eta narriatua.



2

Kruz Gallastegin Edukiontzia, eta landaretza, aparkalekuen eraginari gehitzen dira, erakuslehioen ikuspegia trabatuz.



3

Irizar pasalekua Edukiontzia, aparkaleku eta eraikuntza morfologiari gehitzen dira, negozioen ikuspegia trabatuz.



4

Barrenkale Espaloiaaren zabalera alden neurrian handitu(>6m).

Gaur egun Ibargarai ardatzean martxan dauden obra eta hobekuntza urbanistikoak direla medio, aldaketa positibo garrantzitsua eratorriko da, Bergarako erdigunean.

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA. MERKATAL HOBEKUNTZA
URBANISTIKOAK

6. ILDOA.

7.2. EKINTZA PLANA

L.5.2 Eraikin hutsak

HELBURUA:

Erdigunean kokatutako eraikin hutsei konponbide bat eman, jarduera eta erabilera berriak ezarriaz.

JUSTIFIKAZIOA:

- Miguel Altuna eraikina, erdigunean kokatutako 5.000m² inguruko eraikin itzela da, Bergarako merkataritza ardatz nagusienean, Ibargarai kalean, hain zuzen ere.
- 1996 urtetik, eraikin hau Lanbide Heziketako Zentro Integral Publikoa izan da, eskualdean erreferente bat izanik. Zentro honek, 2019an kokapen berri batera mugitzeko beharra ikusi zuen, eta geroztik, eraikina hutsik dago.
- Hutsik egotearen eragina handia da, bai ardatzaren irudirako baita ondoko merkataritza eta zerbitzu establezimenduetarako.
- Dena den, eraikinaren jabetasuna publikoa izanik, ez da Bergarako Udalarena ehuneko ehunean, beraz, konponbidea, Eusko Jaurlaritzako Hezkuntza Sailarekin, landu beharko da.
- Elkarriketetan jaso dira, proposamen batzuk, beraz, lantzeko aukerak daude, partaidetza prozesu bat ireki, eraikinari konponbidea emateko.



EKINTZAK:

- ERAIKINA BETETZEKO IDEIAK JASO.
- BIZTANLERIAREKIN ETA BERGARAKO AGENTE SOZIAL ETA ELKARTEEKIN PARTAIDETZA PROZESU BAT IREKI.
- MERKATARITZAREKIN LOTURIKO JARDUEREI LEHENTASUNA EMAN.

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA. BEDELKAR: JARDUERA ETA PARTAIDETZA

7.2. EKINTZA PLANA

L.6.1 Elkartearen balorazioa

HELBURUA:

Bedelkarreko kideen balorazioa eta partaidetza prozesuaren sustatzea, jarduera plan berri bat bultzatuz.

JUSTIFIKAZIOA:

Diagnostiko fasean, egin diren inkestatan Bedelkarreko kideek balorazio ona egiten dute Elkarteari buruz, %73ak ona dela dio.

Gainera, diagnostikoan, bere jardueraren bidez Bergara sustatzeko aukerak existitzen direla esaten dutenak %59ra iristen dira.

Hala ere, %20 batek, bere jarduerarekin gauza gutxi lortu daitezkeela adierazten du eta beste %20bategi ez daki edo ez du erantzun nahi, ehuneko hau, nabarmena d.

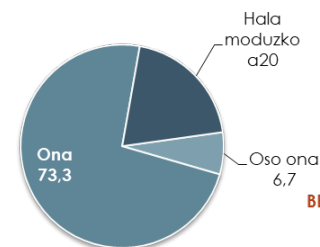
Beraz, badirudi, Bedelkarren gaur egungo jarduerari eta ekintza desberdinei buelta bat ematea komeni dela.

Gainera, COVID-aren ondorioz, bizi dugun egoera berri honek, lan-talde eta elkarte desberdinen erronkak eta bere lanaren ondorioz espera dena aldatu ditu, lidargo firme baten beharra azaleratuz.

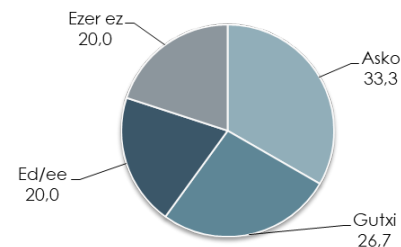
EKINTZAK:

- ELKARTEAREN BARRUAN PARTAIDETZA PROZESU BAT IREKI.
- ELKARTEKO KIDEAK TALDE TXIKIETAN ELKARTU ETA ELKARTEAREN JARDUERAK ALDATZEKO PROPOSAMENAK EGIN.
- DENON ARTEKO URTEKO JARDUERA PLANA ADOSTU.
- INGURUKO BESTE ELKARTEKIN HARREMANETAN JARRI, ZER NOLAKO JARDUERAK EGITEN ARI DIREN IKUSTEKO ETA HAUEN EGOKITASUNA BALORATU.

Nola baloratzen duzu BEDELKAR (%)



BEDELKAR-en bitartez Bergarako merkataritza sustatzeko aukerak daude (%)



7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA. BEDELKAR: JARDUERA ETA PARTAIDETZA

7.2. EKINTZA PLANA

L.6.2 Kide bilaketa

HELBURUA:

Elkartea indartu, kide berriak erakarri eta hauen lotura sendotu.

JUSTIFIKAZIOA:

Elkarte bateko indarra eta sendotasuna, bere kideen arteko harremanek adierazten dute.

Diagnosi fasean eta elkarriketetan atera da, kide bilaketa ez dela oso proaktiboki egin, badaude saltokiak, kide izateko bisitatu ez direnak, ez ireki zutenean, ezta orain ere. Beraz lan egiteko marjina dago.

Covid-19 dela medio, Bedelkar bezalako elkarte bateko parte izateko garrantziak indarra hartu du.

Bergaran elkarte kultural eta kirol elkarte ugari daude, eta hauekin batera, Beldekar sendotzeko aukera ona izan daiteke.

EKINTZAK:

- KIDE BERRIAK LORTZEKO KANPAINA:
 - ESTABLEZIMENDUETARA BISITAK (establezimendu berriak eta urteak daramatzatenak, iraganean elkarte kide izan zirenak)
 - PARTE HARTZEKO HOBARIAK ESKAINI.
 - UDAL LAGUNTZAREN GARRANTZIA AZALDU, ELKARTE BATEKO KIDE IZATEAGATIK.
 - LAGUNTZA PUBLIKOA ETA BERGARAKO UDALAREN BABESA.



7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA. BEDELKAR: JARDUERA ETA PARTAIDETZA

7.2. EKINTZA PLANA

L.6.3 Fidelizazioa

HELBURUA:

Establezimenduetara hurbiltze iraunkor bat sustatzea, bezeroaren fideltasunera laguntzen duten hitzaldien bidez.

JUSTIFIKAZIOA:

BEZEROA ESTABLEZIMENDURA GERTURATzea

Merkatarien eta sektoreko profesionalen arteko erlazioa sustatzea.

Bezeroen fidelitasuna bermatzeko modu bat da, eta bezero berriak sortzeko aukera ere bai, establezimendua ezagutzen ez duten pertsonak gerturatzea lortu dezakezulako.

Gainera, promozioa eta publizitatea hobetzen da ezagutzen ez dutenen artean.

DISFRUTA Y APRENDE CON CHARLAS GRATUITAS DE PROFESIONALES ENCANTADOS DE COMPARTIR SU CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA EN DIFERENTES ÁMBITOS.



PROGRAMAS DE ENCUENTROS

Más información en: www.bidashop.org



EKINTZAK:

- SALTOKIETAN INTERESEKO GAIK JORRATZEN DITUZTEN HITZALDIK, MERKATARITZA-ORDUTEGITIK KANPO ANTOLATZEA.
- BEZEROEKIN EDO HERRIKO PERTSONAIA OSPETSUEKIN HARREMANETAN JARTZEA (MUSIKA, IKERKETA, HAURTZAROA, GAZTERIA...) ISTORIO ETA GAI DESBERDINAK IZAN DITZATELA.
- ASTEROKO HITZALDI-EGUTEGIA EGIN, UDALERRIAREN ESTABLEZIMENDU DESBERDINETAN LANDUKO DIRENAK.
- BEZEROEN ARTEAN HITZALDIETAKO AURREZ IKUSITAKO AGENDA BANATU, KOMUNIKAZIO PLANA EGIN, BEZERO BERRIAK ERAKARTZEKO.

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

1. ILDOA.

2. ILDOA.

3. ILDOA.

4. ILDOA.

5. ILDOA.

6. ILDOA. BEDELKAR: JARDUERA ETA PARTAIDETZA

7.2. EKINTZA PLANA

L.6.4 Bergaran Bizi ekimena

HELBURUA:

Bergaran Bizi ekimena bultzatzea, partaideak gehituz eta Bergarako dinamizazioa sustatuz

JUSTIFIKAZIOA:

Bedelkar elkarteak, Udala eta herriko beste saltoki eta establezimenduen elkar-lana eta arduragatik sortu zen Bergaran Bizi Ekimena, eta bere sloganean jasotzen den bezala, herrian erosteak denontzat da onuragarria.

Ekimen honen baitan, dinamizazio ekintza desberdinak antolatu izan dira, ezagunenak moda desfilea eta gabonetako kanpainak izanik.

Gaur egun COVID-19 egoera dela eta, bere jarduera indartu da, eta udalarekin elkarlanean ibili dira Bergara Biziko kideak berrogeialdian, bideo-bilerak eginez, sektorearen zalantzak eta jarduera desberdinak diseinatzeko. Hala nola, bilera hauetatik, sentsibilizazio kanpaina eta digitalizazioaren inguruko prestakuntza garatu dira.

Izan ere, egoera berri honek, lan-talde eta elkarte desberdinen betebeharreko paperaren itxaropenak handitu ditu, lidergo firme baten beharra azaleratuz.

Bergara
Bizi



EKINTZAK:

- BERGARAN BIZI EKIMENA SUSTATZEKO JARDUERAK:
 - DINAMIZAZIO JARDUEREI JARRAIPENA EMAN (ESKARIAN ZUZENKI ETA KALEKO GIROAN ERAGIN)
 - UDALAREKIN ELKAR-LANA MANTENDU (HITZARMENAK)

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

7.3 ADIERAZLEAK

JARDUERA-ILDOAK Garatu beharreko ekintzak	Exekuzio-epea	ADIERAZLEA 2020/2021	Inplikaturako eragileak
1. ILDOA. UDAL LAGUNTZAK (EKON-FIN ETA BESTELAKOAK)			
1.1 Diru laguntzak			
COVID-19ren ondorioz, bat bateko laguntza ekonomikoa eta finantzarioa eskaintzea.	Laburra/Ertaina	Diru laguntzak (kopurua eta €)	Udala
1.2 Zerga eta Tasak			
COVID-19ren ondorioz, bat bateko laguntza ekonomikoa eta finantzarioa eskaintzea.	Ertaina	Murritu diren zerga eta tasak (kopurua eta €)	Udala
1.3 Aholkularitza			
Posta bidez, telefono bidez edo presentzialki kontsultak.	laburra	kontsulta kopurua	Udala
Informazio orokorraren bilketa	laburra	web gunean sartu den informazioa (kopurua eta baliogarritasun maila)	Udala
1.4 Bonoak eta Sentsibilizazio Kanpaina			
Bono kanpainaren balorazioa	laburra	bono salmenta (kopurua)	udala
	laburra	Saltokien salmentak (bataz besteko diru sarreraren handitzea %)	saltokiak
parte hartu duten saltokiak	laburra	Kanpainan parte hartu duten saltokiak (kopurua)	saltokiak
Sentsibilizazio kanpaina	laburra	Egoiliarren erantzuna (bataz besteko gastuaren handitzea %)	udala / saltokiak
2. ILDOA. DIGITALIZAZIOA			
2.1 Estrategia Digitala: Plataforma digitala			
Plataforma propioa edo bestelako plataforman parte hartzeko erabakia. Diseinua.	Laburra/Ertaina	Zerbitzu berrian parte hartzen duten establezimenduak (Kopurua)	Udala / Bergaran Bizi/ Bedelkar
Martxan egon daitezkeen inguruko plataformekin kontaktua.			
2.2 Etxerako Banaketa Zerbitzua			
Zerbitzu berriaren Diseinua	Laburra	Zerbitzu propioa edo azpi-kontratua izango denaren erabakia.	Udala/ Bergaran bizi/Bedelkar
Zerbitzu berriaren ezartzea eta martxan jartzea.	Ertaina	Zerbitzu berrian parte hartzen duten establezimenduak (Kopurua)	Udala / Bergaran Bizi/ Bedelkar
Ibilbideak eta auzo eta kaleen kokapenak kontuan hartu ordutegiak definitzeko			

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

7.3 ADIERAZLEAK

JARDUERA-ILDOAK Garatu beharreko ekintzak	Exekuzio-epea	ADIERAZLEA 2020/2021	Inplikaturako eragileak
3. ILDOA. LOKAL HUTSAK ETA TRANSMISIOA			
2.2 Hutsik dauden lokalak bete eta duten irudia hobetu			
Lan-talde bat sortzea, Lokal Hutsak betetzeko programa bat diseinatzeko. (Kudeaketa, Espazioen definizioa, Irizpideak, Aurrekontuak.	Laburra	Lan-talde bat sortu eta plan bat garatu	Udala / Bergarn bizi /Bedelkar
Hutsik dauden lokalen identifikazioa, berrikuntza eta egokitzea.	Ertaina	Bete diren lokal hutsak (kopurua)	Udala / lokal hutsen jabeak
2.2 Transmisio Zerbitzua			
Erretirorako prest dauden profesionalen, prestakuntza-zentroetako arduradunek, garapen agentzien eta ekintzaileez osatutako lan-talde bat sortzea, hauen arteko harremanak sendotzeko.	Ertaina	Lan-talde bat sortu eta protokolo bat garatu	Udala/Prestakuntza zentroak/Ekintzaileak/ Garapen Agentzia
Transmisio Zerbitzuaren diseinua. Aholkularitza profesionala.	Ertaina	Aholkularitza profesional baten zerbitzuen kontratazioa. (Esleipena eta egindako bitartekaritzak)	Udala/ Aholkularitza
Transmisio Zerbitzuaren inplantazioa	Luzea	Transmisio prozesu bat hasi duten negozioak (kopurua)	Udala
4. ILDOA. SEKTORE ESPEZIFIKOEN SUSTAPENA			
2.2 Azoka, Bertako produktuak Km0			
Azokaren Betetze maila hobetzea	Laburra/ertaina	Postu finko berrien irekiera (kopurua)	Udala
Azokaren sustapena	Ertaina	Azokaren bisitarien kopurua handitzea (%)	Udala /bertako profesionalak
	Ertaina	Kontsumitzaile bakoitzeko batz besteko gastua handitzea (€)	Udala /bertako profesionalak
2.2 Ostatu eta Jatetxeak. Turismoa			
Ostatu eta Jatetxeak irekitzeko laguntza	Ertaina	Diru laguntzak (kopurua eta €)	Udala / Beste eragile publikoak
Prestakuntza profesionaltasuna bermatzeko	laburra / ertaina	Tailer eta jardunaldi kopurua	Udala / Beste eragile publikoak / ostalaritza eta turismo elkarteak
Ekintzaileekin harremana, Debagoienaren bitartez.	Ertaina	Debagoienarekin kontaktua, bilera kopurua. Ekintzaile berrien identifikazioa eta kopurua	Udala / Beste eragile publikoak / ekintzaileak
Turismorako diru laguntza espezifikoak	laburra / ertaina	Diru laguntzak / Partidak (kopurua eta €)	Udala

7. MERKATARITZA SEKTOREKO ILDO ESTRATEGIKOAK ETA JARDUERA PROPOSAMENAK

7.3 ADIERAZLEAK

JARDUERA-ILDOAK Garatu beharreko ekintzak	Exekuzio-epea	ADIERAZLEA 2020/2021	Inplikaturako eragileak
5. ILDOA. MERKATAL HOBEKUNTZA URBANISTIKOAK			
5.1 Eskaintzaren ikusgaitasuna eta kaleko paisaia			
•Mailaka edukiontzien, lorezaintzaren eta aparkalekuen diseinuan jardutea.	Laburra/Ertaina	Berritutako espazioak (kopurua)	Udala
5.2 MAI Eraikinari Konponbidea eman			
Eraikina betetzeko ideiak jaso. Partaidetza prozesua ireki (Bilerak, parte-hartze tresnen garapena).	Ertaina	Ideiak (kopurua)	Udala eta herriko elkarteak
Eraikina betetzeko ideiak jaso. Partaidetza prozesua ireki (Bilerak, parte-hartze tresnen garapena).	Laburra/Ertaina	Bileren antolaketa eta lan taldeak.	Udala, herriko elkarteak, biztanleria
6. ILDOA. BEDELKAR: JARDUERA ETA PARTAIDETZA			
6.1 Elkartearen Balorazioa			
Balorazioa, ideia eta lan-ildo berrien jasotzea. Partaidetza prozesu orokorra martxan jarri.	Laburra/Ertaina	Bilerak, ideia eta lan-ildo berriak (kopurua)	Bedelkar/ Udala
6.2 Kide berrien bilaketa			
Kide berriak bilatu: establezimenduetara bisitak	Laburra/Ertaina	Bisita kopurua	Bedelkar /Udala
Parte hartzeko hobariak	Laburra/Ertaina	eskaintako hobariak (kopurua eta €)	Bedelkar /Udala
6.2 Fidelizazioa			
Saltokietan hitzaldiak bezeroaren eta saltokien haremana estutzeko.	Ertaina	Hitzaaldi kopurua Fidelizazio Tresnen azterketa	Bedelkar /Udala
6.2 Bergaran Bizi			
Dinamizazio jarduerari jarraipena eman	Laburra/Ertaina	Martxan jarri diren jarduerak (kopurua eta balorazioa)	Bergaran bizi taldea
Udalarekin elkarlana (Bilerei jarraipena eman)	Laburra/Ertaina	Bilera (kopurua)	Bergaran bizi taldea