



## Donostiako tokiko merkataritzari laguntzeko kanpaina amaitu da, 20.000 erosketara bonu baino gehiago saldu

Covid-19 pandemiak sortutako krisi ekonomikoa dela-eta Donostiako Udalak Donostia Sustapenaren bidez aktibatutako PREKen (Ekonomia Suspertzeko Plana) barnean, amaitutzat jo da maiatzaren 27an hasi zen bonuak saltzeko kanpaina, herritarren eskura jarritako 29.000 erosketara bonuen % 70 saldu. Horrela, kanpainaren ondorioz, atxikitako dendetan 405.280 euroko salmentak izan dira. [www.donostiamarketplaza.eus](http://www.donostiamarketplaza.eus) plataforma e-commerce plataforma bilakatzeko bigarren fasean dago, non Donostiako enpresa txikiek beren merkataritza gunea izango duten.

Sustapen ekonomikorako zinegotzi Enrique Ramosek hau adierazi du: “Kanpaina honetan herritarrek erakutsi dute parte hartzen dutela tokiko komertzioa sustatzen, sektore hau babesten duten kontsumo erabaki indibidualak hartzen baitituzte, tokiko komertzioa babesteko plataforma global handien bidez jarduten duen merkataritza elektronikoaren

mehatxuaren aurrean. Badakigu lokalean, dendan edo tabernan ematen den arreta fisikoak lehenasuna izango duela beti, baina egoera hau aukera ona da Interneten beren presentzia izateko edo indartzeko –dagoeneko presentzia dutenen kasuan–; izan ere, azken hilabeteetan ikusi dugu Interneten presentzia izatea ezinbestekoa dela".

Pandemiak sortutako krisi honetan sektore ekonomiko ahulenei arreta berezia emateko asmoz, merkataritza enpresa txikiek, ostalaritzak eta hiriko turismoak beren jarduera ekonomikoa mantentzea eta enplegua lehenasunezko helburuekin, Donostiako Udalak hainbat neurri eta laguntza aktibatu zituen. 'Donostia Market Plaza' online plataforma martxan jartzea izan zen tresna horietako bat. Etorkizuneko bokazioa duen plataforma hori erosketa bonuen sistema batekin eta produktuak edo zerbitzuak etxez etxe eskaintzen dituzten establezimenduen direktorio batekin estreinatu zen.

Horren bidez, 28.960 erosketa bonu jarri ziren zirkulatzen. Herritarrek online erosi ahal izan zituzten bonu horiek, eta Donostian ezarritako eta plataformari doan atxiki zitzaizkion tokiko komertzioan, ostalaritzan, turismoan eta zerbitzu pertsonaletan trukatu ahal izango dituzte. Kanpainaren amaierarako 20.264 bonu saldu dira.



Bonu bakoitzak 20 euroko balioa zuen, baina erosleak 14 euro bakarrik ordaintzen zituen. Bonu bakoitzeko sei euroko diferentzia hori Donostia Sustapenak ordaindu du. Plataformari 366 establezimendu atxiki zitzaizkion. Horietako bakoitzak gehienez 80 bonu merkaturatu ahal izan ditu eta kanpainaren amaierarako bonu guztiak 173 establezimenduk saldu dituzte. Bonuak trukatzeko epea 2021eko martxoaren 14an amaituko da.

Moda sektoreak saldu ditu bonu gehien, ondoren ostalaritza eta edertasuna eta osasuna sektoreek. Auzoz auzo, Erdialdea eta Gros izan dira bonu gehien saldu dituztenak; Parte Zaharra hirugarren tokian dago

'Donostia Market Plaza' webguneak arrakasta izan duela bisiten kopuruak ere adierazten du; izan ere, webgunea ireki zenetik 918.959 bisita izan ditu.

## MERKATARITZA EREDUA BERRITZEA

Udala eta Donostia Sustapena 'Donostia Market Plaza' plataforma e-commerce plataforma bilakatzeko bigarren fasean ari dira lanean. Plataforma horretan, Donostiako enpresa txiki guztiek beren merkataritza gunea izango dute. Erakunde hauek ezarri duten helburu bat da hori, Donostiako enpresa sarea digitalizatzen eta berritzen laguntzeko, zeren aldaketa handiak izan dituzte kontsumo ohitura berriak direla-eta. Online merkataritzari esker, besteak beste, hiritik harago beren merkatu naturala zabaldu dezakete, ustiapen kostuak murriztu ditzakete, sustapena batera egin dezakete, ordutegien eta egunen mugarik ez duen jarduera izan dezakete, eta hori guztia aukera bat da berritzeko eta ezaugarri propioarekin lehiatzeko gero eta sofistikatuagoa den merkatu batean.



*Hiri berri zailea*  
*Ciudad innovadora*

[fomentosansebastian.eus](http://fomentosansebastian.eus)