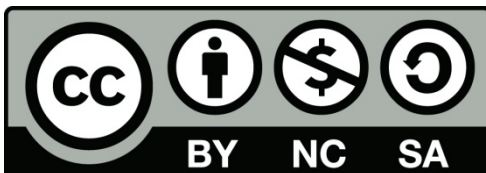


ZERBITZUEN ETA BESTE UKIEZINEN MARKETINA

3. Gaia:

Hirien Marketina

(Marketing of Cities, Regions and Countries)



Unai Tamayo Orbegozo
Jon Charterina Abando

Helburu didaktikoak:

- Hirien marketinaren **agenteak** ezagutu
- Hiri eremuan **marketin erabakien** natura ulertu
- Hiri eremuan erabaki hartze prozesuan talde inplikatuaren interesak ezagutu

Indizea:

3 GAIA: Hirien Marketina

3.1.- Sarrera

3.2.- Hiri marketinaren ezaugarri nagusiak

3.3.- Hiri marketinean dauden erabaki taldeak

3.4.- Hiriaren kudeaketarako Marketin Plan Estrategikoa

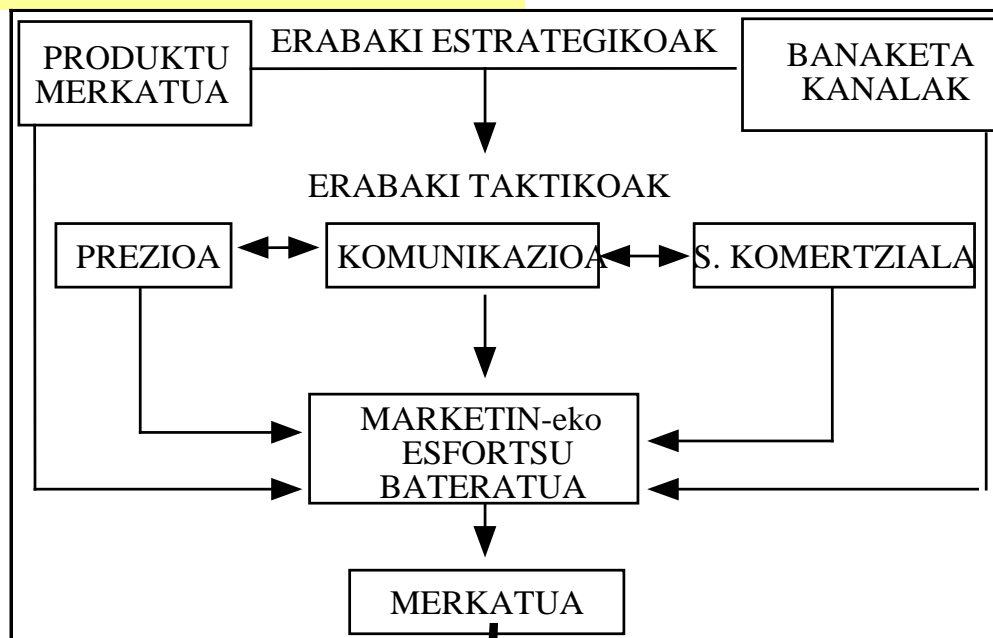
Hirien kudeaketa MARKETIN IKUSPEGITIK

Marketin orokorra:
BEZEROA da aktiborik garrantzitsuena

PRODUKTUA: Hiria



Bezeroaren beharrak ase



HIRIEN MARKETIN-a



Hirien marketin-a **herritarren, bisitarien** eta hirian interes ekonomikodun **enpresen** (komertzio, industria, ...) beharren asebatezea bilatzen du

Elkarturke erlazioa **UDALETXEEK** bideratzen dute

- Erakunde publikoak
- Irabazi asmorik gabe
- Gizarteko talde sozial ezberdinen beharrak (irizpide ez ekonomikoak)
- Kudeatzaileak: kargu politikoak



MARKETIN-a

MARKETIN ENPRESARIALA

HIRIEN MARKETIN-a

Irabazi asmorik gabeko elkarteen marketin-a

Zuzpertzte urbanistikoa
Irabazi asmorik gabeko erakundeek kudeatu

Marketin publikoa

Hiriaren **ondare publikoaren** kudeaketa

Marketin soziala

Ongizate soziala lortu (giza talde ezberdinen beharrak)

Marketin politikoa

Politikariek hirigintza planetan parte hartze aktiboa

MARKETIN-a



Irabazi asmodun
elkarteen marketin-a

MARKETIN ENPRESARIALA

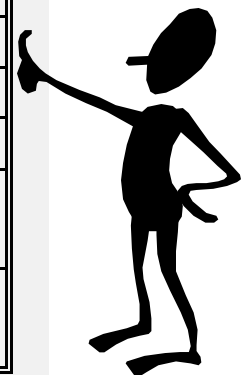
Irabazi asmorik gabeko
elkarteen marketin-a

MARKETIN EZ ENPRESARIALA

ZEINTZUK DIRA ALDE NABARMENENAK ?

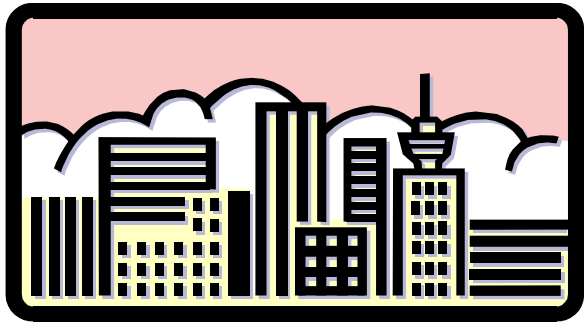
BATERAGARRIAK
Elkartruke erlazioa
Behar eta Desioen asebetetzea
Kontzeptu eta tekniken aplikazioa
Analisi, ebaluazio eta aukeren hautaketa prozesua
Komunikazio kanalak

BAT EZ DATOZENAK	
<i>IRABAZI XEDEDUN MARKETINA</i>	<i>IRABAZI XEDERIK GABEKO MARKETINA</i>
Helburu ekonomikoak	Helburu politiko eta sozialak
Garrantzi publiko eskasa	Garrantzi publiko altua
Merkatu presioak	Merkatu presiorik ez
Baldintzatzaile legal orokorrak	Baldintzatzaile legal espezifikoak
Produktu eta zerbitzuak	Idea, produktu eta zerbitzuak
Errendimenduaren neurketa (irabaziak, ...)	Neurketarako zailtasunak
Salmentetatik eratorritako sarrerak	Beste iturrietatik eratorritako sarrerak: zergak, subentzioak, dohaintzak, ...

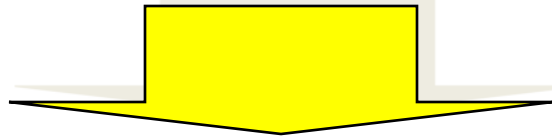


ZEINTZU DIRA ALDE NABARMENENAK ?

HIRIEN MARKETIN-aren EZAUGARRIAK



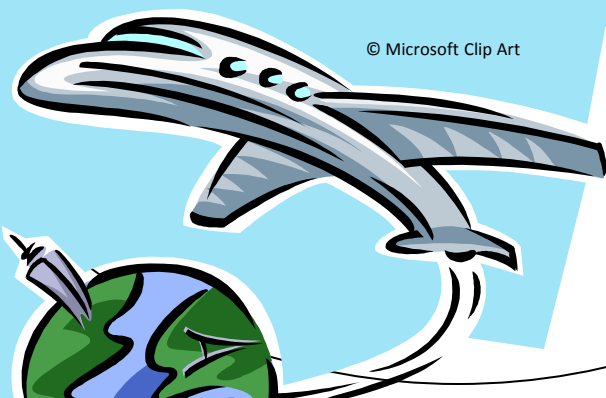
Helburuak: hiriaren zuzpertzak helburu nagusi bezela biztanleriaren bizitza kalitatearen hobakuntza izan behar du



- hiriko egituren garapenaren bitartez (kultur gune, kirol instalakuntza etab.-etan oinarituta) eta baita,
- hiri-irudiaren hobakuntza bultzatu.

MARKETIN TURISTIKOA

Ondartzak
Parke naturalak
Monumentuak
Hiriak ...



HIRIEN MARKETIN-a

Biztanleak
Biztanle potentzialak
Inbertitzaile potentzialak



Turistak

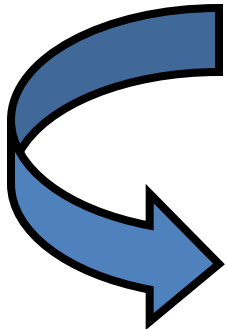
BILBAO bisitari zein biztanleriari "saldu" behar zaion produktu/merkantzia da"

Aisialdi Ikerketen Institutoko Zuzendaria (DEUSTOKO UNIBERTSITATEA)

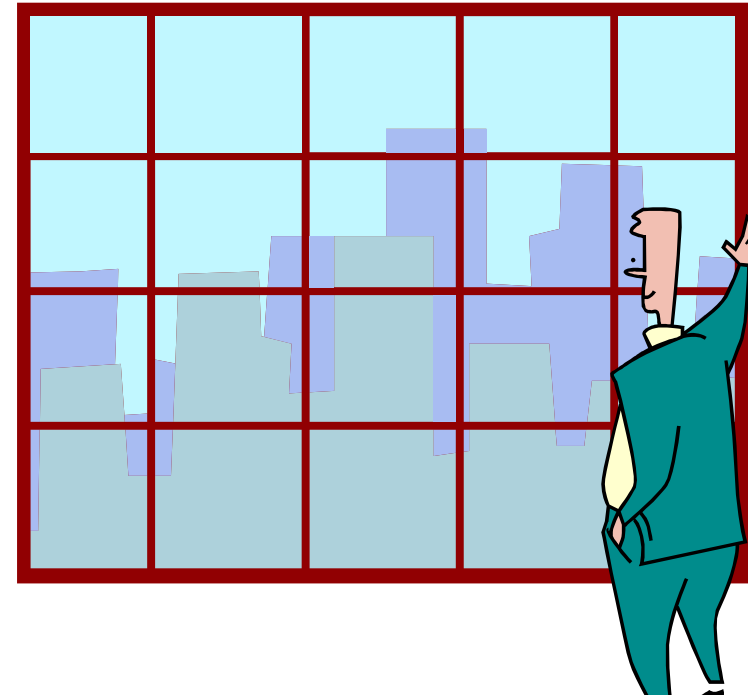
Munduko populazioaren % 80 inguru hiri ala populazio handitan bizi da



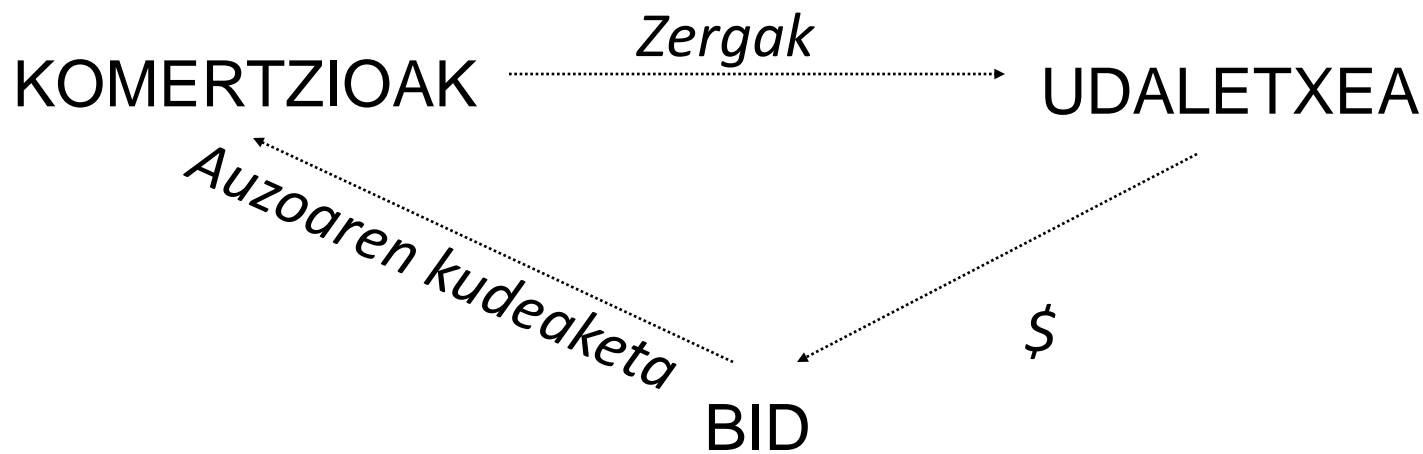
- **hiriak erabaki eremu nazional bilakatu dira**
- **hiriatarako diseinatutako marketin planak inportantzia handikoak dira**
 - hurbiltasunetik eraikiak
 - dinamismo, malgutasun handiagoa



Lekuen antolaketarako metodo eta modelo berriak
(**Hirien Marketin-a**)



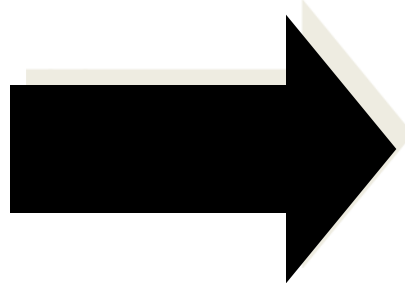
AEB-tan hirietareako kudeaketa estilo pribatua (BID)



HELBURU DEN BIZTANLERIAREN DEFINIZIOA



Hirien Marketina: pertsona - bizilagun ala turistak-, inbertsio eta enpresak erakartzeko prozesu estrategikoa, hiriaren zuzpertzera helburu bezela duelarik.



HELBURU DEN BIZTANLERIAREN DEFINIZIOA

Bilbao-ko udaletxea



----- Bilbaoenet ----- Netscape

Archivo Editar Ver Ir Marcadores Herramientas Ventana Ayuda

http://www.bilbao.net/WebBilbaonet/home_e.jsp?idioma=e Ir Buscar

Correo Inicio My Netscape.es Buscar Marcadores

Bilatu **NEW!**

Kategoriak

BILBAO
Bilboko hiria Udalaren Web Ofiziala

27/5/2004 12:05
Eguraldia Trafikoa

Castellano English

GOMENDIOAK

Berriak

Bilbo berria

Udala ON-LINE

Udaleku Irekiak Zozketa

Bilbao Digital

4. Argazki lehiaketa

Udalaren argitalpenak

Enplegu Publikorako Eskaintza

Beste batzuk ...

Parte hartu honetan:
Iradokizun eta kexa Buzoia

ASTEKO ARGAZKIA

GAIAK

Bisitariak	Bilbao Convention
Informazio-Bulegoak	Udalaren Bulegoak
Agenda	Bistariarentzako oinarritzko informazioa
Plano turistikoa	Nola iritsi
Hiriaren Planoa	Kale zerrenda
Joan-etorriak eta garraioak	Ostatuak
Ezagutu Bilbo	Gastronomia
Denbora-pasa	Kulturtegiak
Bilbao Ekimen	
Turistikoak	
Bertakoak	
Udala zure zerbitzura	Udalak jakinarazten du
Bizi ezazu Bilbo	Bilbo denontzat
Herritarrentzako informazio-bulegoak	Ezagutu Udala / Udaletxea
Datu Garrantzitsuak	
Bilbo, negozioien uria	
Ekonomiko berriak	Adierazle ekonomikoak
Bilboko enpresak	Bilbon inbertitzea
Enpresak laguntzea	Sortu zeure enpresa Bilbon
Burtsa	Azokak eta Biltzarrak
Merkataritza	Bilbao Emprende / Bilbao Ekinean
Sarbideak eta uri barruko joan-etorriak	
Trafiko Kamarak	Hiriaren Planoa

UR ETENA GAUR, EGUENA, MAIATZAK 27
Bilboko Udalak jakinarazi nahi du, Juan de Garai kalea eta Gifa estartaren arteko izkinean kokatutako 400 mm-ko hodi baten pitzaduraren eraginez, ur homidura eten egin beharko dela gaur, 2004ko maiatzak 27, 10:00etatik 14:00etara bitartean gutxi gora-behera, konponketa lanak bideratzeko.

807 TELEFONOEN BIDEZ EGITEN DIREN IRUZURREI BURUZKO OHARRA
Bilboko Udalak, Kontsumitzailearen Udal Informazio Bulegoaren (KIUB) bitartez, jakinaran gainean jarri nahi ditu Uriko biztanleak, telefonoz dei egiten duten indibiduo batzuen pikareskaz. Etxeetara deitzen dute, partikularren izenean presazko pakete bat dagoela esanez, bidalketa pastu guztiak ordainduta, baina ezin izan dela entregatu banatzailea iritsi gabean etxetik kanpo zegoelako. Balizko pakete hori eskuratzeko, 807 zuzenbakiak hasten den telefono zenbaki batera deitu behar dela esaten dute. Emandako telefono horretara deituz gero, partikularri iraxroteko eskatzen diote deia mantentzeko, harik eta asper-asper eginda, telefonoa eskegitzen duen arte.

ESTUTU EGINGO DUGU ALDI BATERAKO ZUMALAKARREGI ETORB.
Bilboko Udalak jakitera ematen du datorren martitzenetik, hilak 18, aurrera eta ekaineko lehenengo astera arte, gutxi gorabehera, estutu egingo dugula Zumalakarregi etorbidea, Erkoreka plazaren eta Kristo kalearen artean eta, hartara, karril bakarra egongo da zabalik

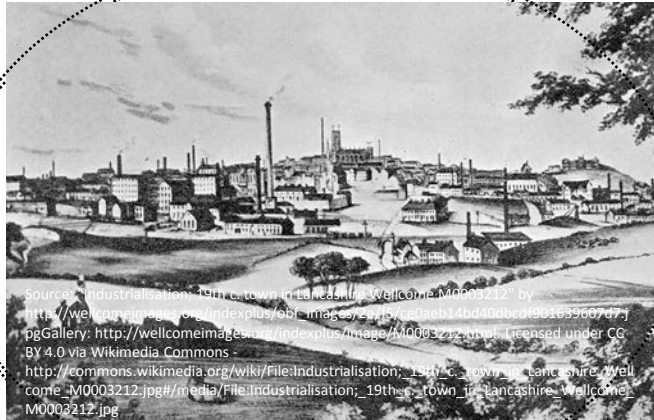
Documento: Terminado

Inicio LED HOTKEY KEYBO... TRASPAK TRASPAK Bilbaoenet - N... Microsoft PowerPoin... ES 12:04

HIRIEN MARKETIN-a

ANTOLAKETA ESPAZIAL BERRIA

(70. Hamarkadaren bukaera, 80.eko hasiera)



*Gune residentzialak
-hiritik kanpo-*

*Merkatal zentru handiak
-hiritik kanpo-*

Eraispen industrialak

ONDORIOAK

Populazioaren joatea eta hirien bizitza kalitate mailaren jeitsiera

Hirien egoera:

- krisialdi ekonomikoa
- populazioaren murriztapena
- bizitza kalitatearen murrizpena



Populazio fluxua: Hirietatik inguruko herrietara

Ondorioak:

- * herrien sarrera gutxiago
- * diru laguntza instituzional gutxiago (Europa, Estatuak, Diputazioa, ...)
- * gastu sozial gutxiago (kaleen garbiketa, iluminazioa, ...)
- * abandonurako tendentzia

Hirien kudeaketan planifikazio eskaza

Ondorioak: KAOS-a

- * gune berdeen gabezia
- * errepide publikoen trazaketa hiri erditik eta trafiko arazoak
- * hiri segurtasun falta
- * kontaminazioa (zarata, masifikazioa, ...)
- * zaborkeria
- * hiri altzairuen egoera latza

EUROCITIES: EUROPAKO HIRIEN ELKARTEA



Hirien zuzpertzeko planik adierazgarrienak saritu
("praktikarik hoberenen adibideak")

GAIEN ZERRENDA:

- Plangintza estrategikoa
- Garapen ekonomikoa
- TIC-ak (informazio eta komunikazioen teknologiak)
- Garapen soziala (kultura, baztertzeko soziala, ...)
- Administrazio publikoaren modernizazioa
- Bizitza kalitatearen hobakuntza

KONTUTAN HARTZEN ZENA

- Emaizak
- Planen garapen prozesua
- Metodologia
- Difusioa (komunikazioa)

HIRI BATEN PLAN ESTRATEGIKOA

CULTURA DE LA CONVIVENCIA, LA COHESIÓN SOCIAL Y LA COOPERACIÓN

La **CULTURA DE LA CONVIVENCIA, LA COHESIÓN SOCIAL Y LA COOPERACIÓN** constituyen el tercero de los vectores del Plan. Integra las propuestas relacionadas con los tres grandes retos del momento actual: los flujos migratorios y la diversidad, los cambios demográficos y los cambios en las estructuras familiares y en las relaciones familia-trabajo. Incluye un tema suficientemente importante como es el bajo nivel de formación, así como las medidas necesarias en los campos de la enseñanza y de la formación profesional integral.

DESARROLLO ECONÓMICO, BASADO EN CRITERIOS SOSTENIBLES Y OCUPACIÓN

Un primer vector, **DESARROLLO ECONÓMICO BASADO EN CRITERIOS SOSTENIBLES Y OCUPACIÓN**, recoge todas estas propuestas más directamente relacionadas con el desarrollo económico y la ocupación y con el proceso de transformación hacia modelos más avanzados: plataformas tecnológicas, ciencia, iniciativa emprendedora, capital humano, modalidades organizativas del trabajo, infraestructuras, trabajo de calidad, sostenibilidad... son algunos de los conceptos que incluye este apartado.

CONDICIÓN
NECESARIA

MODELO
DE GESTIÓN

MODELO TERRITORIAL Y MOVILIDAD

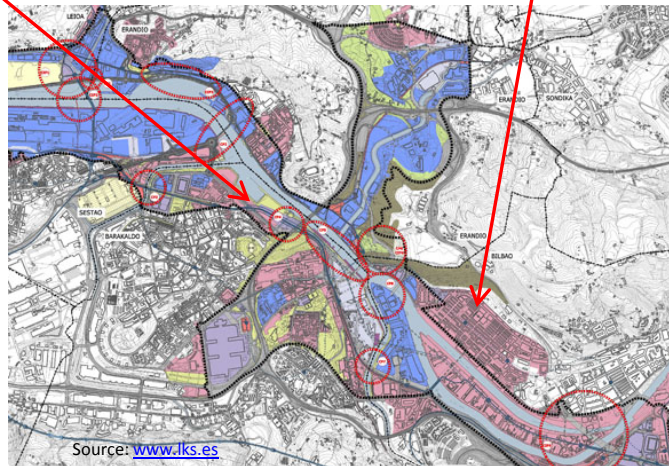
El segundo vector, **MODELO TERRITORIAL Y MOVILIDAD**, agrupa, como es lógico, una serie de objetivos y de propuestas relacionadas con el territorio y con el despliegue de algunos de sus elementos de ordenación, principalmente la vivienda, el transporte y la preservación del territorio y el medio ambiente.

HIRI ARKIPELAGO-aren MODELOA

Bilbao-ko adibidea



Source:
<http://lau-haizetara-gogoan.blogspot.com.es/2012/09/el-gran-bilbao-franquista-tuvo-unas.html>



SUELO URBANIZABLE EN LA CAPV

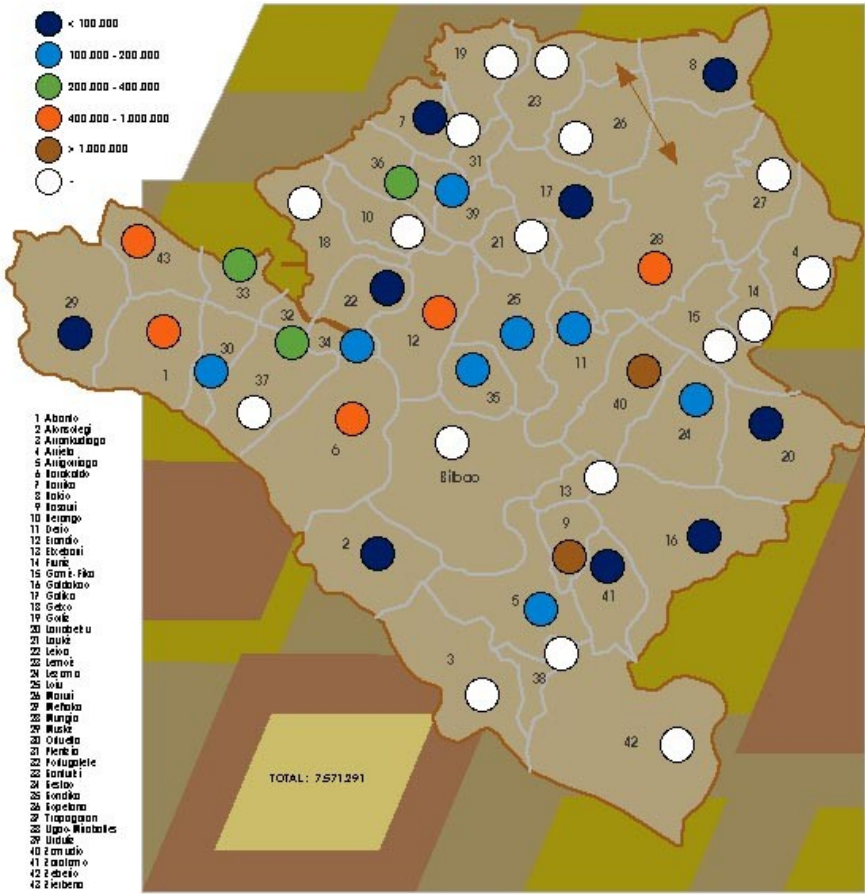
Año 1997. Ratio de Suelo Vacante Urbanizable sobre Suelo Vacante Total en porcentaje por áreas funcionales



Fuente: GOBIERNO Vasco: Banco de Datos Territoriales 1997
Mapa: mapas

SUELO URBANIZABLE INDUSTRIAL EN EL BILBAO METROPOLITANO

Año 1997. Datos en m²



Fuente: D.FUNCIÓN FORAL DE EREKA

Mapa: mapas

80's -etako egoera latzari aurre egiteko



HIRIEN KUDEAKETA ESTRATEGIKO eta PLANIFIKATUA

Hirien garapenerako **SOZIETATE MISTOAK** sortu

Hirien garapenerako
sozietate mistoak



Bilbao Metr poli 30



Merkatu eredua

HELBURUAK

- Kanpo inbertsioen erakarpena
- Hirien berregituraketa



Marketin-a hirira aplikatuta

Hiria, bere naturagatik,
"produktu berezia da"



Bilbao-ko Metropoliarentzako PLAN ESTRATEGIKOA (1989)

- Euskal Gobernuak, Diputazioa eta Udaletxea
- Ardura sozial eta ekonomikoak bateratu
- 300 pertsona inplikaturik, 180 ekintza



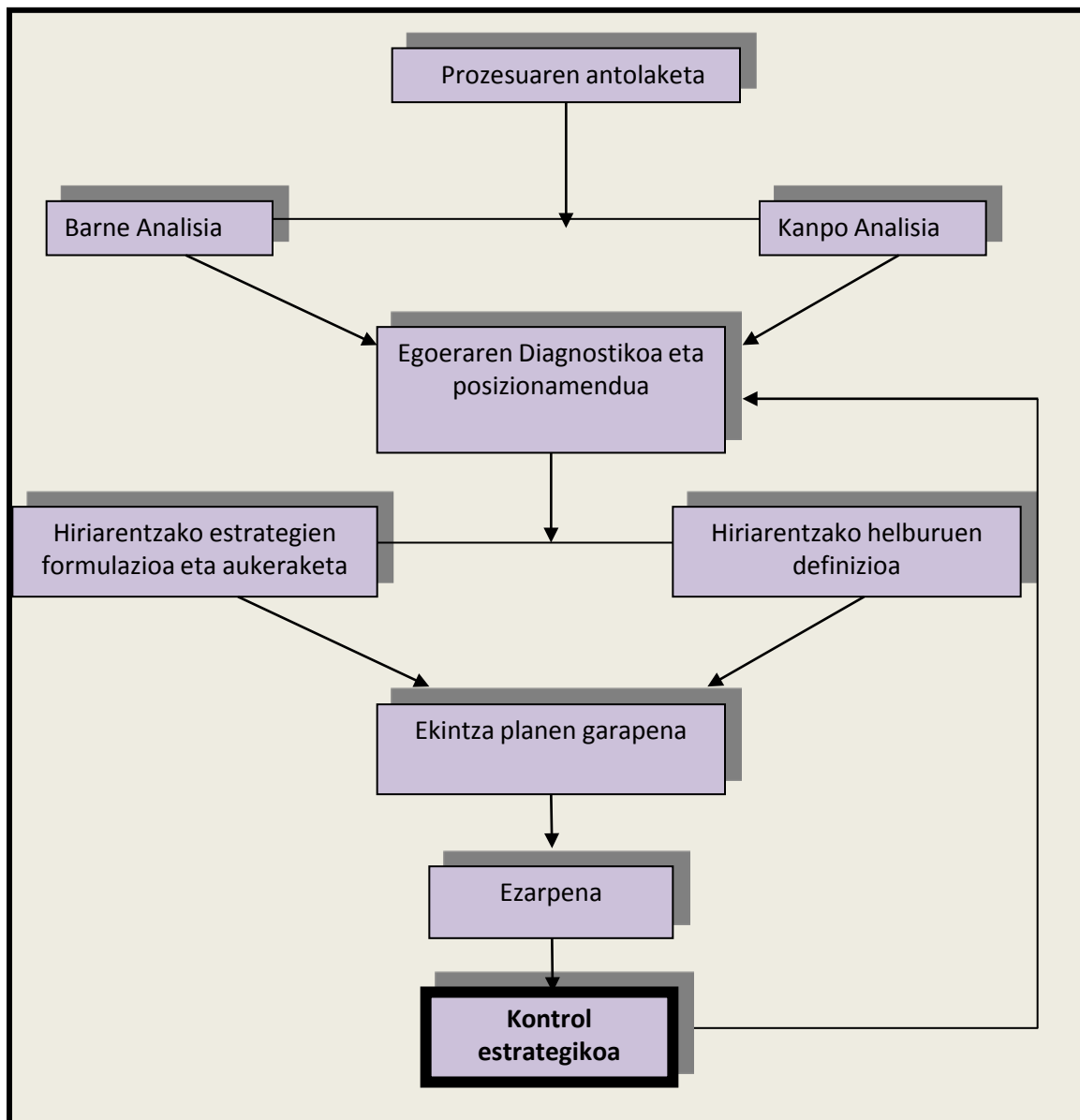
- 8 GAI TEMATIKO:

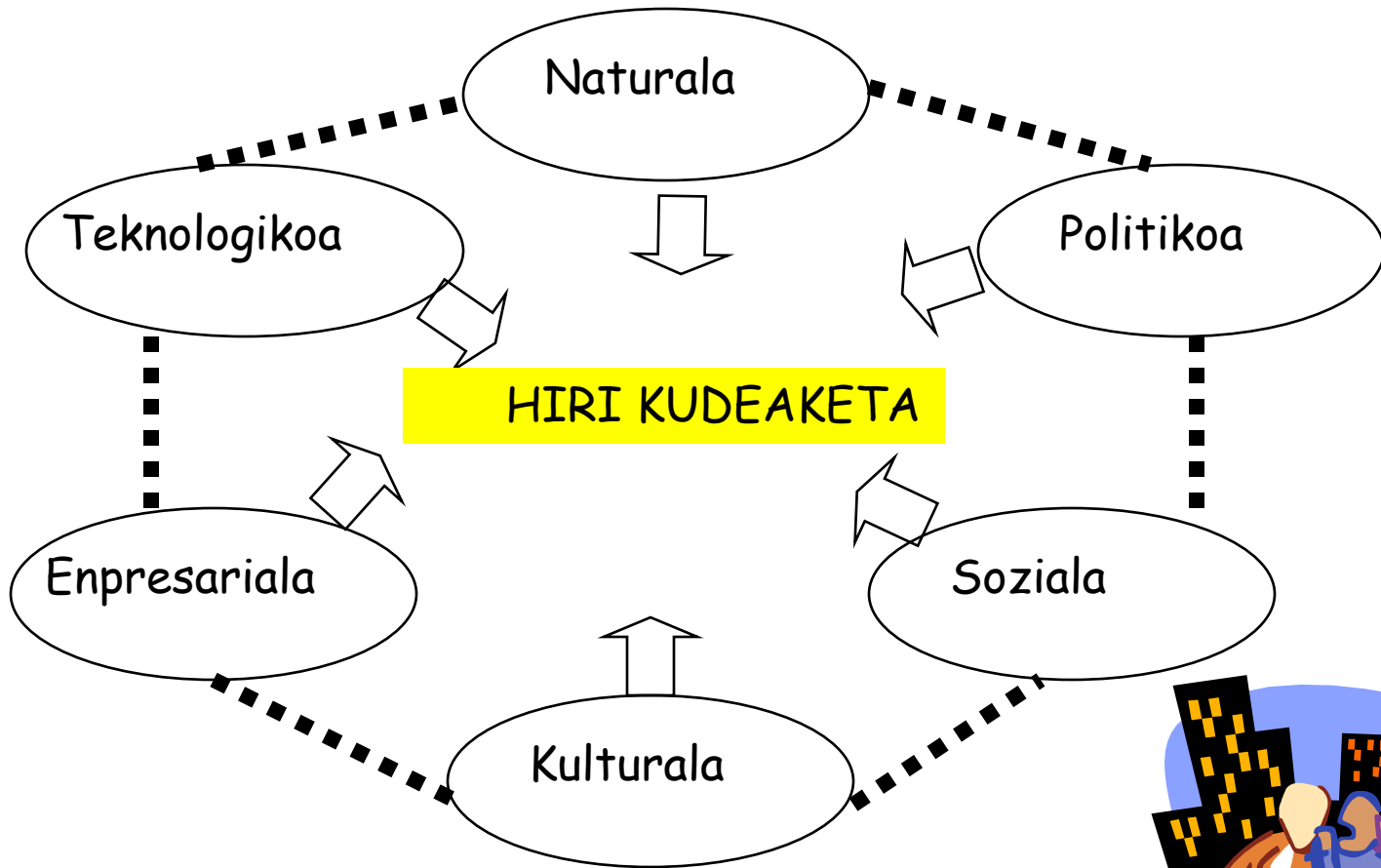
- giza baliabideak
- industria modernoari egokitutako zerbitzuak
- mugikortasuna eta airegierretasuna
- ingurumena
- kultura
- hiriaren eraberritzea (regeneración urbana)
- ekintza soziala
- agente publiko eta sozialen arteko kolaborazioa

Hiri batentzako PLAN ESTRATEGIKOA



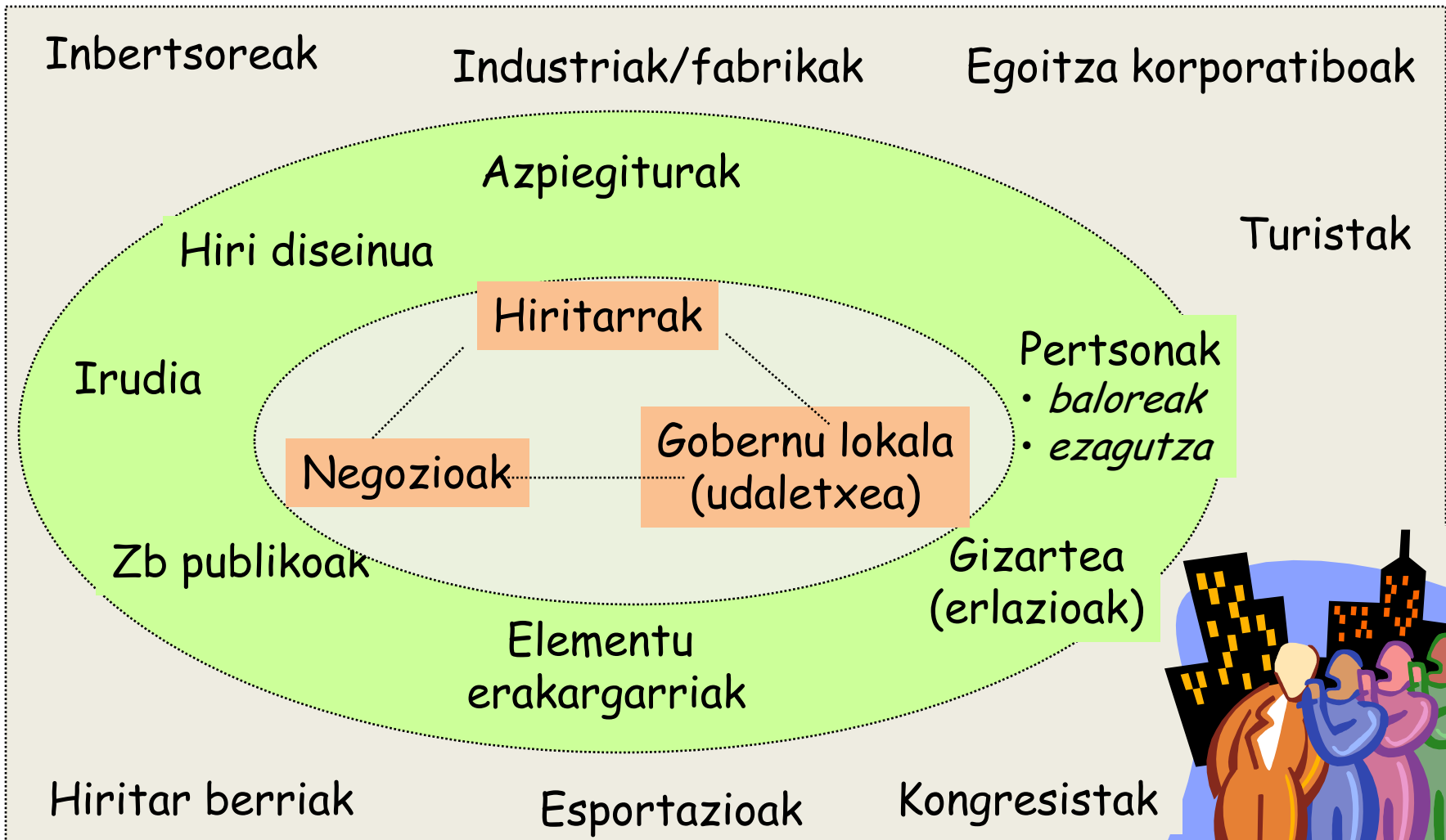
- Planifikazioa "ad-hoc"





HIRIAREN KUDEAKETAN MAILA EZBERDINAK

- 1.- PLANEAZIO TALDEA
- 2.- MARKETIN ELEMENTUAK
- 3.- HIRIAREN MARKETIN MAILAK



HIRI BATENTZAKO MARKETIN ESTRATEGIAREN PLANIFIKAZIOA

PLANIFIKAZIO ESTRATEGIKOA

- Oraingo egoeraren analisisa
 - Barne analisisa
 - Kanpo analisisa

• PLANIFIKAZIOA: prozesu jarraia

- Hiriaren irudia eraiki

Hiri batentzako PLAN ESTRATEGIKOA

1) ORAINGO EGOERAREN ANALISIA

A) Barne analisia

- Puntu sendoak
- Puntu ahulak

B) Kanpo analisia

- Mehatxuak
- Aukerak

2) HELBURUEN FINKAPENA

3) ESTRATEGIAREN FINKAPENA

UKIGARRIETAN OINARRITUTAKO KUDEAKETA

- Hiri diseinua
- Egituren hobekuntza
- Zerbitzu publikoen hobakuntza
- Hiriko elementu erakargarrien hobakuntza

UKIEZINETAN OINARRITUTAKO KUDEAKETA

- Hiritarren baloreak
- Hezagutza eta informazioa
- Hiriaren aspektu soziologikoak
- Hiriaren irudia

4) HIRIAREN IRIDUA

5) KONTROLA

- INDIKATZAILEAK ERAIKI

6) HIRITARREN PARTAIDETZA

BIBLIOGRAFIA:

- AGIRRE, M^a S. (2000): *Marketing en sectores específicos*, Ed: pirámide, Cap. 8.
- AMENDOLA, G (2000): *La ciudad postmoderna*. Celeste Ediciones, Madrid, 2000, p. 285.
- ASOCIACIÓN BILBAO METRÓPOLI 30 (1999): *Indicadores socioeconómicos de ciudades*. Bilbao.
- BARREDO, I (2001): "competitividad de las ciudades", *Curso de Gestión Estratégica de Ciudades*, Asociación Bilbao Metrópoli 30, Bilbao.
- EIZAGUIRRE, A. Y LAKA, J.P (1996): "Competencia entre ciudades. Medición de la imagen comprada de 7 metrópolis españolas". *Boletín de estudios económicos*, Vol. LI, nº 157, Abril. Pp. 67-88.
- ELIZAGARATE V. (2003): *Marketing de ciudades*. Ed: Pirámide.
- ESTEBAN, M. S. (2000): *Bilbao, luces y sombras del titanio. El proceso de regeneración del Bilbao metropolitano*. Servicio editorial de la UPV/EHU, Bilbao.
- GOMEZ, RODRÍGUEZ, P (2001): *Marketing de ciudades, una propuesta para la integración de la participación ciudadana en la planificación estratégica de las ciudades*. TESIS DOCTORAL.
- KOTLER, P.; HAIDER, D. H. y REIN, I. (1993): *Marketing places*. The Free Press, New York.
- LECORBUSIER (1987): *The city of tomorrow and its planning*. Dover Publications
- www.eurocitles.org
- www.bcn.es
- www.bizkaia.net
- www.bilbao-city.net
- www.bm30.es
- www.cities21.com/europractice