



RESPUESTA POR ESCRITO A LA PREGUNTA FORMULADA POR D<sup>a</sup>. MARIAN BEITIA-LARRANGOITIA LIZARRALDE, PARLAMENTARIA DEL GRUPO EH BILDU, AL CONSEJERO DE EMPLEO Y POLÍTICAS SOCIALES, SOBRE LA CAMPAÑA "ABRE TU CASA".  
(10/10/05/03/4136-25007)

**1.- ¿Cuál es la intención de la campaña? ¿Disponer de 400 viviendas más para alquiler? ¿A quiénes va dirigida la campaña?**

El objetivo de esta campaña es la captación de las viviendas deshabitadas para su incorporación al parque de vivienda en alquiler, considerando que 400 viviendas más es una cifra gestionable y va destinado a aquellas personas propietarias de una vivienda vacía o deshabitada.

**2.- Al margen de la realización de dicha campaña y del intento de atraer a los propietarios, ¿se les ofrece a dichos propietarios algo que no se les ofrecía hasta ahora? ¿Establece alguna nueva ventaja o condición la campaña o se limita a dar a conocer las existentes hasta ahora?**

Mediante esta campaña se pretende alcanzar a los propietarios de viviendas vacías y dar a conocer los programas de movilización y captación de viviendas vacías ya existentes: Bizigune y ASAP, que han sido modificados en el año 2013 y 2014 respectivamente.

**3.- ¿Cuánto dinero va a destinar su Departamento a esta campaña? ¿Cuál va a ser su duración? ¿No le parece una cifra excesiva teniendo en cuenta que se trata de conseguir 400 viviendas?**

La campaña tiene un presupuesto inicial de 164.575 euros con una duración aproximada de 6 meses.

El presupuesto se considera ajustado y acorde a las acciones que se van a realizar a lo largo de la campaña que como decimos se desarrollará durante un semestre.

En la campaña se realizarán las siguientes acciones concretas: cuñas de radio, cartelería para la publicidad exterior, un stand en forma de saloncito de una vivienda y folletos informativos, siendo el coste global de las mismas el expuesto.

**4.- ¿Hasta cuándo se va a alargar la campaña?**

Se ha respondido en la pregunta anterior.

**5.- ¿Cómo se va a llevar a cabo? ¿En qué medios y con qué soporte?**

La campaña busca llegar a poblaciones y áreas concretas del territorio de la CAE, por lo que se ha optado por medios no masivos, sino más locales.

Se utilizará la radio, la publicidad exterior, un stand en forma de saloncito de una vivienda y también el marketing directo en forma de folletos.

**6.- ¿Se trata de una mera casualidad el hecho de que algunos de los actos se realicen en vísperas de las elecciones, en febrero o marzo por ejemplo?**

La campaña se ha iniciado una vez han sido modificados los programas Bizigune y ASAP, como hemos expuesto, y es a partir de entonces cuando hay que informar a las personas propietarias de vivienda sobre estas modificaciones.

Como no puede ser de otra manera, el Departamento de Empleo y Políticas Sociales, respetará escrupulosamente la legislación vigente en lo que afecte a esta campaña en período pre-electoral y electoral.

**7.- En la presentación de la campaña usted valoró el hecho de que al propietario se le pague en un período en el que la vivienda está vacía, planteándolo como una garantía para dichos propietarios. Quisiéramos saber, concretamente, ¿cuántas viviendas sin inquilino ha habido mensualmente y qué coste ha supuesto eso para el Departamento?**

El porcentaje de viviendas sin inquilino (dato de noviembre de 2014) supone un 4,98% sobre el total del parque Bizigune.

El 43,67% de las mismas, son viviendas para entregar a propietario que se están poniendo a punto (57.106 € de coste).

El 19,94% de las mismas, son viviendas en proceso de adjudicación (13.306,43€).

El 14,63% de las viviendas sin inquilino, están reservadas para la reubicación de inquilinos (31.047€).

El 15,60% de las viviendas, no están ocupadas porque el vencimiento del contrato con propietario se va a producir en menos de 6 meses desde la permanencia en la misma del último inquilino (11.643,12€).

El 6,16% restante, están sin inquilino por diversas razones (reserva para órdenes de excepción, etc). El coste total asciende a 126.965€.

**8.- Le parece correcto al consejero utilizar la frase “¿Quieres ganar 450 euros sin hacer nada?” ¿Por qué se ha elegido ese lema?**

El lema de campaña es “Abre tu casa. Ganas Seguro. Zabaldu zure etxea. Irabazi segurua”. Esa frase está recogida en los panfletos informativos y no deja de ser una frase que intenta captar la atención de personas propietarias de vivienda vacía dentro de un contexto publicitario.

**9.- El objetivo de la campaña es atraer más viviendas. Pero, ¿qué está haciendo su Departamento para no perder a los propietarios comprometidos de antes con el programa? ¿Cuántos propietarios y viviendas se han perdido anualmente durante estos últimos años y a qué cree que se ha debido? ¿Qué más piensan hacer para no perder a medio plazo a los propietarios que logren atraer mediante la campaña?**

El Departamento, a través de su Sociedad Aiokabide, cumple puntualmente con los compromisos adquiridos con los propietarios de viviendas incorporadas a los respectivos programas de vivienda vacía.

- En el año 2011 causaron baja en el programa 291 viviendas. No disponemos de información sobre motivos de no renovación.

- En el año 2012 causaron baja en el programa 214 viviendas. No disponemos de información sobre motivos de no renovación.

- En el año 2013 causaron baja en el programa 283 viviendas. No disponemos de información sobre motivos de no renovación.

- En el año 2014 han causado baja en el programa 526 viviendas.



Motivos:

BAJA POR INHABILIDAD	10
BAJA POR MUTUO ACUERDO	16
BAJA POR NECESIDAD DISPONIBILIDAD DE VIVIENDA	26
NO RENOVACION POR DISCONFORMIDAD CONDICIONES DE CONTRATO	77
NO RENOVACIÓN POR ORDEN NO RENOVACION EN GASTEIZ	149
NO RENOVACION POR SOLICITUD PROPIETARIO RECUPERACIÓN VIV	36
NO RENOVACION POR VIVIENDA NO APTA	73
NO RENOVACION POR DISCONFORMIDAD IMPORTE RENTA	139

En Vitoria-Gasteiz, a 22 de diciembre de 2014



El Consejero

**Juan María Aburto Rique**  
**CONSEJERO DE EMPLEO Y POLÍTICAS SOCIALES**



**EH BILDU TALDEKO MARIAN BEITIALARRANGOITIA LIZARRALDE ANDREAK ENPLEGU ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILBURUARI «ZABALDU ZURE ATEAK» KANPAINARI BURUZ EGINDAKO GALDERAREN IDATZIZKO ERANTZUNA.**

**(10/10/05/03/4136-25007)**

**1.- Zer asmo du kanpainak? 400 etxebizitza gehiago jartzea alokairuan? Nori zuzenduta dago kanpaina?**

Kanpainaren helburua etxebizitza hutsak alokairuko etxebizitzan parkera gehitzea da, kontuan hartuta 400 etxebizitza kudeatzeko moduko kopurua dela, eta etxebizitza huts edo inor gabekoen jabeek zuzenduta dago.

**2.- Kanpaina bera egiteaz eta jabeak erakartzeko ahaleginaz gain, orain arte eskaintzen ez zitzaizen zer eskainiko zaie? Kanpainak abantaila edo baldintza berriren bat dakar edo orain artekoak jakinaraztera mugatzen da?**

Kanpainaren bidez, etxebizitza hutsen jabeak erakarri nahi dira, hala nola etxebizitza hutsak mobilizatu eta atzitzeko indarrean dauden programak jakinarazi: Bizigune eta ASAP, 2013an eta 2014an aldatu direnak, hurrenez hurren.

**3.- Zenbat diru bideratuko du zure sailak kanpaina honetara? Zenbateko iraupena izango du? Ez al da kopuru gehiegia, 400 etxebizitza lortzea izaki asmoa?**

Kanpainaren hasierako aurrekontua 164.575 eurokoa da eta 6 hilabeteko iraupena izango du, gutxi gorabehera.

Aurrekontu egokia iruditzen zait, sei hileko kanpainan egingo diren ekintzen arabera.

Kanpainak iraun artean, honako ekintza hauek egingo dira: irati-iragarkiak, kaleko publizitate-kartelak, etxebizitza baten egongela itxuratuko duen standa eta eskuorri informaziozkoak. Horien guztien kostua aipatu dugu lehenago.

**4.- Noiz arte iraungo du kanpainak?**

Aurreko galderan erantzun dugula uste dugu.

**5.- Zer-nola gauzatuko da? Zein komunikabide eta euskarri erabiliko dira?**

Kanpainaren jomuga EAEko udalerrri eta eremu jakin batzuk direnez, ez dira masa-komunikabideak erabiliko, tokikoak baizik.

Iratia, kaleko publizitatea, etxebizitza baten egongela itxuratzen duen standa eta marketing zuzena – eskuorriak – erabiliko dira.

**6.- Kasualitatea da ekintzetako batzuk hauteskunde bezperan egitea, otsailean edota martxoan, kasu?**

Kanpaina Bizigune eta ASAP programak aldatu ondoren abiarazi denez, horren berri eman behar zaie etxebizitzan jabeek.



Bestela ezin daitekeenez, Enplegu eta Gizarte Politiketako Sailak indarreko legedia zorrotz beteko du kanpainak hauteskunderen aurreko aldiari eta hauteskunderi beraiei eragin diezaiokeen guztian.

**7.- Kanpainaren aurkezpenean esan zenuen jabeari etxebizitza hutsik duen aldian ordaintzea jabearen beraren berme gisa hartu daitekeela. Kopuru zehatza jakin nahi genuke, zenbat etxebizitza egon dira hutsik hilerro eta zenbateko kostua eragin dio horrek Sailari?**

Maizterrik gabeko etxebizitzak Biziguneko parke osoaren % 4,98 dira (2014ko azaroan).

Horietatik % 43,67 jabeari emateko etxebizitzak dira, prestatzeko lanak egiten ari direnak (57.106 euroko kostua).

% 19,94 esleipen-prozesuan dauden etxebizitzak dira (13.306,43 euro).

Maizterrik gabeko etxebizitzaren % 14,63 maizterrak birkokatzeko erreserbatuta daude (31.047 euro).

Etxebizitzaren % 15,60 hutsik daude, jabearekin egindako kontratuaren epemuga 6 hilabete baino lehenago beteko delako, azken maizterra joan denetik (11.643,12 euro).

Gainerako % 6,16 maizterrik gabe daude hainbat arrazoi direla medio (salbuespen-aginduetarako erreserbatuta, etab.).

Kostu osoa 126.965 eurokoa izango da.

**8.- Egokia iruditzen al zaio sailburuari «Ezer egin gabe 450 euro irabazi nahi dituzu?» esaldia? Zergatik aukeratu da lelo hori?**

Kanpainaren leloa «Zabaldu zure ateak. Irabazi ziurra». Esaldia eskuorri informatiboetan dator eta ez du beste asmorik etxebizitza hutsen jabeen arreta erakartzea baino, publizitate-hizkuntza erabiliz.

**9.- Kanpainaren helburua etxebizitza gehiago erakartzea da. Alabaina, zer ari da egiten zure saila lehendik programan izena emandako jabeei eusteko? Etxe jabeen eta hauen etxeen galera zenbatekoa izan da azken urteotan, urtez urte, eta zergatik gertatu dela esango zenuke? Orain kanpaina egin eta erakartzea lortzen duzuen etxe jabeak epe ertainera ez galtzeko zer gehiago egingo duzue?**

Sailak, Alokabide sozietatearen bidez, etxebizitza hutsen programa guztietara atxikitako etxe jabeekin hartutako konpromisoak zorrotz betetzen ditu.

- 2011. urtean, 291 etxebizitza irten ziren programatik. Programa uzteko arrazoen gaineko informaziorik ez dugu.

- 2012. urtean, 214 etxebizitza irten ziren programatik. Programa uzteko arrazoen gaineko informaziorik ez dugu.

- 2013. urtean, 283 etxebizitza irten ziren programatik. Programa uzteko arrazoen gaineko informaziorik ez dugu.

- 2014. urtean, 526 etxebizitza irten ziren programatik.



Arrazoiak:

BAJA POR INHABILIDAD	10
BAJA POR MUTUO ACUERDO	16
BAJA POR NECESIDAD DISPONIBILIDAD DE VIVIENDA	26
NO RENOVACION POR DISCONFORMIDAD CONDICIONES DE CONTRATO	77
NO RENOVACIÓN POR ORDEN NO RENOVACION EN GASTEIZ	149
NO RENOVACION POR SOLICITUD PROPIETARIO RECUPERACIÓN VIV	36
NO RENOVACION POR VIVIENDA NO APTA	73
NO RENOVACION POR DISCONFORMIDAD IMPORTE RENTA	139

Vitoria-Gasteiz, 2014ko abenduaren 22a



Juan María Aburto Rique  
ENPLEGU ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILBURUA