



MERKATARITZA TXIKIA SUSPERTZEKO PLAN BEREZIA

TXOSTEN EXEKUTIBOA



AURKIBIDEA



**SARRERA
PROZESUA**

1.fasea

2.fasea

3.fasea

EMAITZAK

Diagnostikoa

Ekintza plana



SARRERA

Herri bateko herritarren bizi kalitatea bermatzea, erronka bilakatu da udalerrri ertain eta txiki askotan. Herriak dituen baliabideak ahalik eta egokien aprobetxatzea, eta agente ekonomiko eta sozial, zein instituzionalen arteko eko-sistema sozioekonomiko bat eraikitzea, herrian lan eta bizitzeko aukeraren pareko bilakatu dira.

Tokiko merkataritza, ongizateak duen dimentsio ekonomikoa bermatzeko ezinbesteko agente dela baieztatu dugu jarraian laburtzen dugun prozesuan, eta hortaz herrian ongizatea lortzeko sektore estrategikoa dela agerian gelditu da. Egunerokotasunean behar ditugun produktu eta zerbitzuak etxetik gertu eskaintzen dizkigulako, konfiantzazko eta elkarrekikotasun harreman batean. Kalitatezko produktuak, gure bizitza hornitzeko aukeran jartzen dizkigulako. Kaleak bizirik mantentzen dituelako, koloreztatuz, argituz eta eguneroko lanarekin kaleak gun

atsegin eginez. Harreman sozialetarako euskarri publiko nagusietako bat ere badelako, ezinbestean, herri bizitza eta merkataritza txikiaren osasuna loturik doazelarik. Beraz, tokiko merkataritza txikia Oiartzun bezalako herri batentzat, tokiko garapena sustatzeko agente beharrezko denaren oinarritik abiatzen da Ekintza Plana.

Ikusiko denez Plan berezia, pausu hauek jarraitu dituen prozesuaren baitan osatu da: Mehatxu eta ahuleziak identifikatu alde batetik, indargune eta aukerak beste batetik, eta horren gainean merkataritza txikia suspertzeko, lan ildo, ekimen eta antolaketa eredu zehatzen proposamena. Ikusiko dugun moduan itxurazko sinpletasun honetatik hurrin egon den hiru hilabetetako prozesu konplexua izan da.

Hurbilpen orokor honekin, sar gaitezen jada merkataritza txikia suspertzea jo muga duen ibilbidea zehaztera.



PROZESUA

Prozesua bi helburu nagusi edukita garatu da.

>Ikuspegi ezberdinetatik eginiko egoeraren argazki bat eta protagonisten esperientzian oinarrituriko balizko etorkizuneko proiektzioak bildu.

>Sektorearen suspertzea udalaren borondatea aski ez dela aurre ikusita, hori eman ahal izateko, gaurtik baldintzak sortu. Horien artean bat ezinbestekoa: merkatarien arteko antolaketa gauzatzea.

Prozesua gobernantza eredu bati jarraiki izan da egina. Alde batetik jendarte inklusibo, parte hartzaile eta demokratikoago bati bideraturiko lan modua dela uste dugulako, eta bestetik, prozesuari jarritako helburuak erdiesteko egokiena izan delako. Gobernantza paradigma hau, hiru puntu nagusien arteko harreman egokian sustengatzen da.

>Ertz instituzionala, publikoa dena kudeatzeko ardura eta zilegitasuna daukan agentea, Oiarzungo udala kasu honetan. Ezinbestekoa da, herritar guztien onura bilatzeko ikuspegia galdu gabe, dituen baliabide tekniko, ekonomiko, material, sinboliko zein informaziozkoak herria osatzen duten sektore ekonomiko zein komunitarioen tokiko garapenera begira jartzea. Hau, ertz komunitario zein ekonomikoarekin, ahal den heinean adostasunetik eta eta alde bakoitzetik konpromisoak betez, konfiantza harremanak eraikiz egin behar da.

>Ertz ekonomikoan, kasu honetan, Oiarzunen merkatal gune handietan ez dauden merkataritza txikiak edukiko genituzke, komertzio, zerbitzu eta ostalariak, herritarrei aurrez aurreko zerbitzu/produktu bat ematen dietenak. Huen arazo nagusia, kontsumoa xurgatzen duten supermerkatu eta merkatalgune handiak dira, eta hortaz, badituzte arrazoi objektiboak

elkartu, egituratu eta denen artean herritik joaten ari den aberastasun guzti hori ekartzen saiatzeko, denak onuradun atereaz. Horretarako, harreman iraunkor bat eduki beharko lukete udalarekin. Sektorea antolatzea eta udalarekin eduki beharko lukeen harremana lantzea izan da prozesuaren oinarrietako bat.

>Ertz komunitarioa: Merkatarien jardura ekonomikoa sustengatzen duten erosleak dira, ezinbesteko agentea. Horrela, herritar eta merkatarien arteko elkarguneak sortu ditugu, zeinetan merkatariak erosleek ikuspegia jaso eta bere negoziara egokitzeko aukerak izan dituzten. Bestetik, herritarrek merkatarien egoeraren berri zuzena izatea, kontzientzia hartzea, merkataritza txikiaren garrantziaz jabetzeko aukerak irekitzen ditu, beren inplikazioa handitu, eta beren kontsumo ohiturak aldatzeko modu da. Gainera ertz komunitarioko sektore antolatuenak diren, herri eragileekin ere hartu emana izan dugu, horrela hiru ertzen arteko harremanak indartuz.

Oiarzungo MSPBa osatzeko prozesuan beraz, udalaren, merkataritza txikiaren eta herritarren arteko harreman eraginkorrak eraikitzean egon da oinarritua. Honek, prozesua eta MSPBaren kalitate eta egokitasuna bermatzeaz gain, aurrera begira burutu beharreko ekintzak burutu ahal izateko oinarriak jartzen lagundu du.

Koordinazio aldetik, egoki joan da dena. Hiritik At eta Aztiker talde tekniko bezala, udalarekin bildu dira maiz, aurre-ikusitakoaren arabera eta behar izan den guztietan. Komunikazio ez presentzial ona eta iraunkorra egon da gainera. Aipatzekoa baita ere, Iturri elkarteko kide bat izan dugula bi koordinazio bileretan, eta hau oso positiboa izan dela.

1.FASEA

DIAGNOSTIKOA

Oiartzungo egoera sozioekonomiko orokorra eta merkataritza txikiaren egoeraren gaineko [argazki zehatza lortzea izan da helburua](#) atal honetan.

Lortutako datu eta ondorio guztiak, diagnostikoaren

txostenean bildu dira, [Ekintza planerako oinarri sendoa](#) bilakatuz.

Hau guztia egin ahal izateko, hurrengo lerroetan deskribatuko diren [tresnez](#) baliatu gara.

Galdetegiak

Oiartzunen dauden 128 komertzioetatik 105etan egon gara banan bana. Horietatik [77k bete dute galdetegia](#), diagnosian [merkatarien ikuspegia](#) sartzeko [oinarri ona](#) eskeiniz.

Inkestak

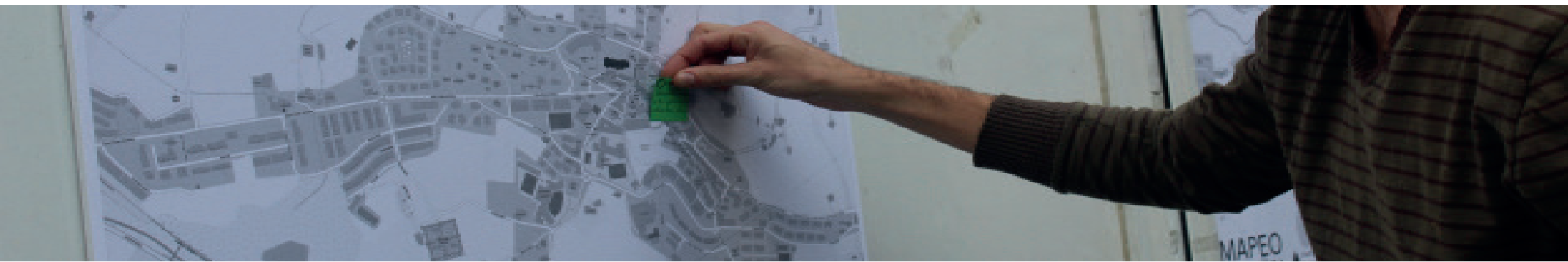
Kontutan hartuta merkataritza txikia suspertzeko, [kontsumitzaileen gastua herrira ber-ekartzea](#) dela oinarrizkoena, ezinbestekotzat jo dugu hauen iritzia integratzea diagnosian. Hori lortzeko, [300 inkesta](#) egin dira telefono bidez kasu honetan.

Mapeo kolektiboa

Komertzianta eta herritarrez gain, agente ezberdinen parte hartzea ahalbideratzeko espazioak ireki izan nahi dira. Hori dela eta, tailer kolektibo bezala planteatu zen ariketa eta Urriaren 22an gauzatu zen udaletxeko plazan.

Bigarren mailako datuen ustiaketa

Oiartzungo zenbat aldagai sozioekonomikoen azterketarekin [osatu da diagnostia](#), hauek iturri ezberdinetatik lortuz.



2.FASEA

FORO SAIOAK

Bi helburu zehatzekin planteatu dira foro saioak hauek. Alde batetik, **ekintza plana hobetzeko**. Egunero bizi dute esparrua herritarrak, eta hilabeteko diagnosiarekin ezinezkoa da hainbat elementuren konszientzia jasotzea. Horregatik, ekintza planerako **ekarpenak egiteko aukera** izan zuten. Bestetik, **ekintza plana aurrera eramateko baldintzak sortzea**.

Herritarrak, komertziantek, agenteak eta oro har elkarlana, planean jasotzen diren ekintzak aurrera eramateko hain garrantzizkoak izango direnak, **prozesuari lotuz**. Hasiera batean bi foro aurreikusita bazeuden ere, azkenik, 4 hitzordu desberdin egon dira, hurrengo lerroetan azalduko direnak.

Ekintza plana definitzeko foroa

Ekintza planean kasik zuzenean isladatu diren **ekarpen ugari jaso genituen** eta honekin batera, hurrengo foroetara ere etorriko ziren merkatari batzuekin **harremana sendotzeko** balio izan zigun.

Antolaketaren inguruko foroa

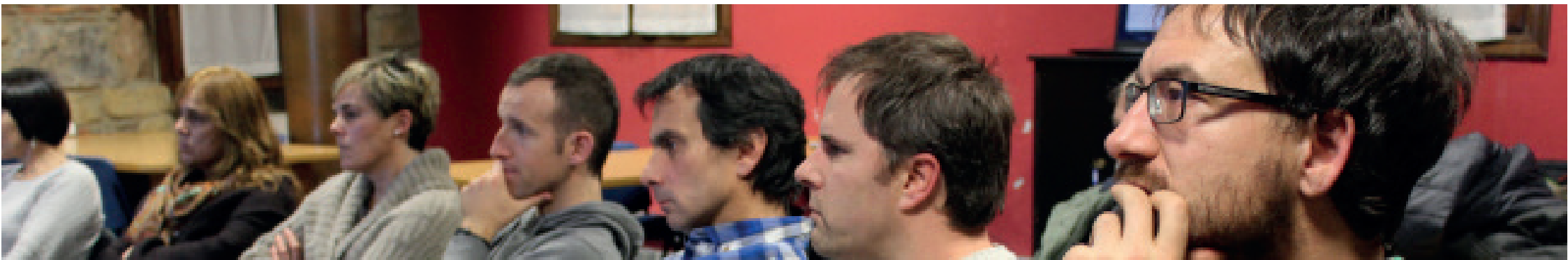
Merkatariak antolatzeko dauden eredu ezberdinen inguruan eztabaidatzen jardun eta gero, beraiek argi ondorioztatu zuten **elkartearen beharra**. Horrela, sektorea elkarte baten bidez egituratze aldera, aurre ikusia ez zegoen **azken bilerarako deialdia** foro honetatik atera zen.

Merkatari txikien elkarte sortzeko azken bilera

Elkartegintzan **parte hartzeko perfla** ikusi genuenei **deialdi berezia** egin zitzaion. Agertutakoen artean etzegon nahi besteko prestutasunik, horregatik, ez da berehalakoan elkarte bir-sortu potente bat egongo, baino bai ekintza planean jasota dauden lan konkretuetan jarduteko prest dauden pertsonak. Hortaz, proiektu hauen gaineko lanketarekin hastea izango dela onena pentsatu zen, eta ekinez, Iturri Elkartearen erreferentzialtasuna indartzen joan.

Herri ekonomia: Burujabetza ariketa bat

Ertz komunitarioaren ekarpena ere jaso nahi izan da herri ekonomiaren inguruko ihardunaldi batzuk antolatuaz. Ekonomia sozial eraldatzailearen inguruko hitzaldi bat eman zen eta ondotik, Oiarzunen beste ekonomi eredu baten alde lanean ari diren Arraztalo, Oarso Labore eta Elikak beren proiektua azaldu zuten.



3.FASEA

ITZULPENA

Deboluzio iraunkorraren apustua izan da gurea. Ez dago dudarik, bahin lana amaituta, parte hartu dutenen aurrean eta herritarren artean itzulpena egitea ezinbestekoa dela. Zor zaieeta gainera, azken zuzenketak eta ekarpenak jasotzeko baliagarria izan daiteke.

Bestetik, ez dugu uste, itzulpen hau, bukaerara soilik mugatu behar duenik. Hau iraunkorra bada, zuzenketa eta ekarpenak prozesuko fase guztietan jasotzeko aukera zabaltzen bait da, eta gainera, herritarra etengabe informatzeko saiakerarekin, beren inplikazioa handitzeko aukerak handitzen dira.

Ekintza plana adosteko foroan

Bertaratu zirenei, behin behineko diagnostikoaren itzulpena egin zitzaien, presentzialki.

Etengabekoa

Edozein fororen ostean, emaitzak, beren e-mail kontaktua eman duten guztiei helarazi zaizkie. Bestetik, lana amaituta, emaitza nagusiak jasotzen dituen txosten exekutiboa hau ere helaraziko zaie.

Txerri eguna

Prozesua barnebiltze duten eskuorri batzuk egin ziren, eguberri testuinguruan geundela, bertako komertzioan erosteko sentsibilizazioa ere lantzen zutenak. Txerri egunean jende andana ibiltzen dela aprobetxatuz, goizez, postuz postu utzi ziren eskuorriak.

Komunikabideetan

Udal aldizkarian eta Oiartzun Herri Irratian ere egon gara prozesuaren nondik norakoak eta emaitzarik esanguratsuenak azaltzen.





Sartre eta Kierkegaard

S. PONS

EMAITZAK

Prozesuak harreman, elkarrizketa, idazki, komunikazio lan, ilusio, etsipen, bilera, ekarpen,... amaigabe bat bildu bere baitan. Hala ere, kontutan edukita honen helburua merkataritza txikia suspertzea dela, emaitzak bi zatitan sailkatu ditugu:

>**Diagnostikoa:** Hemen, merkataritza txikia suspertzeari begira zein abiapuntu dugun zehaztuko da.

>**Ekintza Plana:** Merkataritza txikia suspertzeari begira hamar urteko epean jorratu beharreko lan ildo nagusi eta lan lerro zehatzak aurkezten dira. Laburpen exekutibo honetan, nahiz eta plan orokorraren proposamena aurkeztuko den, epe motzean martxan jartzea gomendatzen ditugunak sakonduko dira. Besteen zehaztapena memorian jaso dagoelarik.

DIAGNOSTIKOA

DIAGNOSTIKOAREN TXOSTENA

1.fasean egindako lanketa guztiaren ondorio da, Oiartzungo merkataritza txikiaren gaur egungo egoera isladatzen duen diagnostikoaren txostena.

Ondoren, dokumentu horretan barnebildu diren **ondorio nagusienak** adieraziko ditugu.

Komertzio txikia, euskalduna eta batez ere emakumezkoa

- Erantzundakoen hiru laurdenak negozio txikiak dira (50-100 m²) eta 2,4 langile dituzte batazbeste.
- Komertzianteen %91.8-k, euskaraz atenditzeko gaitasuna du.
- Sektore honetan lan egiten dutenen bi heren dira emakumezkoak.

Tokiko komertzioaren egoera 'zaila' eta merkatal gune handien kompetentzia

- Oiartzungo komertzio txikiaren egoera txarra edo oso txarra dela diotenak % 31,2 dira.
- Oiartzungo erdialdean herritarren herena bizi da eta beste bi herenak, beste zazpi auzunetan. Hau da, herria espazialki oso diseminatuta dago.
- Merkatal gune haundiez inguratua
- Merkatal gune berriak irekitzeko dauden planek eta Oiartzungo Udalak hauei emandako baimenek kezka eta haserrea sortzen dute herriko komertzio txikien artean.

Elkartegintza: gremiokoak bai, herrikoa ez hainbeste

- Inkestatuak izan diren komertziantea eta ostalarien heren bat elkarte bateko kide da.
- Gehiengo zabal bat bere gremioaren inguruko elkarteren batean dago izen emanda, normalean Gipuzkoa mailako elkarteetan.
- Oiartzun mailako elkartegintza, ez dago horren zabaldua eta ez zaio horrelako abantailarik ikusten.
- Horren zergatiari buruz galdetzean, erantzun ohikoena da antolaketa esfortzu handia eskatzen duela eta lan horretarako denbora eta indarra jartzea kosta egiten dela-



DIAGNOSTIKOA

DIAGNOSTIKOAREN TXOSTENA

Tokiko komertzioaren eta merkatal gune haundien indargune eta ahulguneak

- Merkatal gune handietan erosteko ohitura zabaltzeak bezeroen jaitziera bat eragin du, batez ere herritar gazteen artean.
- Komertzianten eta ostalarien ustetan, herritarrek Oartzunen erostera bultzatzen dituzten indargune nagusiak, 'produktuen kalitatea', 'bezeroari egiten zaion arreta' eta 'konfiantza eta gertutasuna' dira.
- Ahulguneak berriz, 'prezioa', 'eskaintza aniztasuna' eta 'irekiera ordutegi zabalak' dira.
- Herritarren (eta merkatarien) artean zabaldua dagoen ideia bat da merkatal guneetan dena merkeagoa topatzen dela eta ez da kasu guztietan hala izaten. Komunikazio kanpaina baten bitartez zabaldu beharreko ideia litzakeela aipatu da.

Elikagia galkorrak, herrian bertan gehien kontsumitzen diren produktuak

- Dirudienez, herritarren artean zabaldua dago tokiko komertzioetako jaki galkorrek kalitate handiagoa duela merkatal guneetan aurkitu daitekeenarekin alderatuta (%57,6-k erosten dute kontsumitutako janari freskoaren erdia baino gehiago bertako komertzioetan).
- Bestelako produktuetan aldiz, ez da hainbesteko ezberdintasunik antzematen.

Tokiko komertzioetako kontsumoa: gutxi eta maiz

- Herritar askoren joera nagusia tokiko komertzioetan bolumen txikiko erosketak egitea da. Biztanlegoaren % 71,8-k gutxienez astean behin tokiko komertzioaren batean kontsumitzen du eta % 12,6-k aldiz dio, ez duela ezer kontsumitzen tokiko komertzioetan.
- Oartzuarren gehiengoa (% 84,6) erosketak garrantzitsu bat egitera herriko komertzioetatik kanpo joaten da.

Diskurtsoa eta praktikaren arteko distantzia

- % 97k tokiko komertzioaren aldeko iritzia du.
- Praktikan, inkestaren datuen arabera herritarren % 10a baino gutxiago da dena edo gehiena bertan erosten duena.
- Distantzia hau txikitzeko neurrien artean herritarren gustokoenak; 'Tokiko produktuen eskaintza jartzea dendetan', Merkataritza txikiaren garrantziaz kontzientziatzeko kanpaina iraunkorrak egitea, 'Herriko komertzianten azoka bat egitea maiztasun batekin' eta 'Bertako komertzianten artean etxeetara banaketa zerbitzua jartzea'.



EKINTZA PLANA

LAN ARDATZ NAGUSIAK

LAN LERRO ESPEZIFIKOAK

HIRIGINTZA

SENTSIBILIZAZIOA

PROMOZIOA

FIDELIZAZIOA

EKINTZA

ANIMAZIOA

PLANA

INTERKOOPEAZIOA

MERKATARITZA TXIKIAREN

BERRIKUNTZA

KOORDINAZIOA

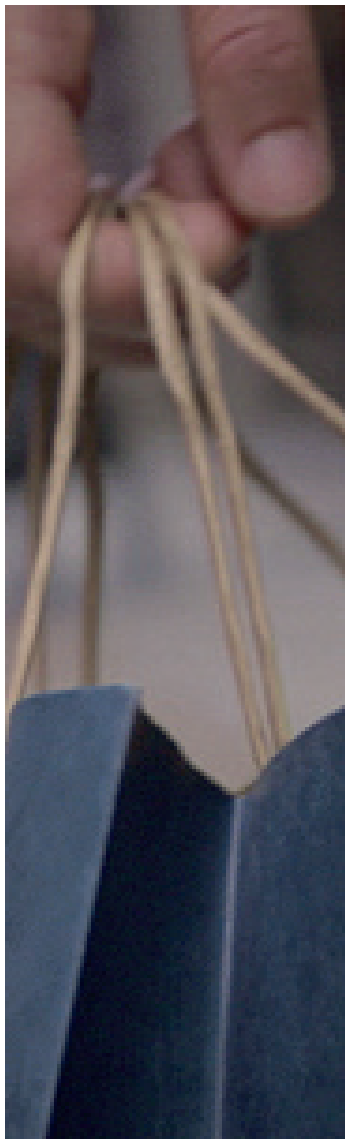
- > Herri antolamendua
- > Hiri espazioaren hobekuntza
- > Bezeroentzako harreta sistema
- > **Sentsibilizazio kanpaina**
- > **Interneteko agertoki komun bat**
- > **Merkataritza txikiaren katalogoa**
- > **Merkataritza txikiaren mapa**
- > **Azoka (k)**
- > Tematika berezitako kanpainak
- > Bonoak
- > Tokiko merkataritzaren txartela
- > Historia/nortasun/ondareari loturiko egun tematikoak
- > Kulturaren ikuskizunari loturiko ekimenak
- > Gastronomiari loturiko egun edo asteburuak
- > **Lehen sektorea eta merkataritza**
- > Artisautza
- > Denden berrikuntzarako programa
- > Iharduera ekonomikoa sustatzeko programa
- > Berrikuntzaren azterketa (IKT)
- > Gertuko tokiko merkataritza txikia laguntzeko programa
- > Lokal hutsen zentsu eta kudeaketa aztertu
- > Aholkularitza iraunkorra
- > **Merkatarien artekoa**
- > **Merkatariak eta erakundeak**
- > **Merkatari udal eta herritarrak**

*Beltzez adierazi ditugu lehentasun haundieneko lan lerroak eta honenbestez hurrengo orrietan landu ditugunak horiek izan dira.

SENTSIBILIZAZIOA

SENTSIBILIZAZIO KANPAINA

ARDURADUNA/K	ELKARTEA UDALA
KOLABORATZAILEA	ESKUALDEKO TEKNIKARIA



HELBURUAK

- Jendearengan ideia hau errotu: Merkataritza txikia Oiartzunen duinik bizi ahal izateko ezinbestekoa da eta zure kontsumo erabakietaz bizi da.
- Sektoreko merkataria kontzientziatu: Elkar-lanak bakarrik indartuko gaitu honen nagusitasunaren aurrean.
- Oiartzuarren erosketa erabakietan eragin. Tokiko merkataritzaren alde egitea balantzak, eta progresiboki gero eta gastu gehiago Oiartzunen gelditzea lortu.

EDUKIAK

- Merkataritza pertsonalizatu, aurpegiak, lokalen irudiak, historiak gehitu behar dira, sektorea historiaz eta emozioz jantzi.
- Herriko komertzioa, herriko bizitza aukerarekin lotu behar da.
- Merkataritza txikiak sortzen eta mantentzen dituen harreman pertsonalei pisua eman.
- Kalitateari erreparatuz gero, prezioa ez dela garestiagoa argi utzi behin eta berriz.
- Komertzio txikiak ematen duen erraztasuna eta gertutasuna azaleratu.

EMAN BEHARREKO PAUSUAK

- Urtero kanpaina zehatzak behar direla barneratu. Bakoitzean ezaugarri eta bitarteko ezberdinak erabiliko direlarik.
- Merkatarien elkarte eta Udalaren artean, urtero zehaztu urteko kanpainaren egutegia. Eduki hauen gainean zehaztu zer egingo den espreski (txosten luzean zehaztuta daude egin daitezkeen ekintza zehatzak).
- Supermerkatu handien ereduari argiki kontrajartzen direla azaleratu: ereduaren tala adierazi eta kontsumitzailea interpelatzeko ekimenak: bideo forum, triptiko, kartel, elkarrizketa, datuak ezagutzera eman, etab.
- Herriko agenteekin elkarlana bilatu (txosten luzean zehaztuta daude egin daitezkeen ekintza zehatzak).
- Zerbait egingarria planifikatu, merkatarien aldetik dauden pertsonen perfil eta prestutasunaren arabera.

JARRAIPENA

- Maiztasun batekin merkataria eta udaletxeak hartu emana eduki beharko lukete jarraipena egiteko.
- Beti gogoratuko bi ezaugarri hauek: elkarlana eta planifikazioa.

PROMOZIOA

INTERNETEKO AGERTOKI KOMUN BAT

ARDURADUNA/K	ELKARTEA
KOLABORATZAILEA	UDALA TEKNIKARIA

HELBURUAK

- Merkataritza txikiak duen eskaintza era erraz eta grafiko batean aditzera eman. Bai Oiertzuarrei baita kanpotarrei ere.
- Kontsumitzaileari berehalako informazio erabilgarri eta errez bat eskaini.
- Kontsumitzailearenganako intzidentzia gaitasuna haunditu, dituzten aurre iritzi batzuk gainditzeko modua izan daiteke.
- Komertzio txikia laguntzeko (diru laguntzak, ikastaroak, proiektuak,...) dauden bitartekoak agertu.
- Sektorea egituratzeko tresna. Elkartean dauden merkatariaik soilik agertuko dira, eta tresna eraginkorra izaterakoan, merkataritza txiki gehiagok nahiko dute agertu.

EDUKIAK

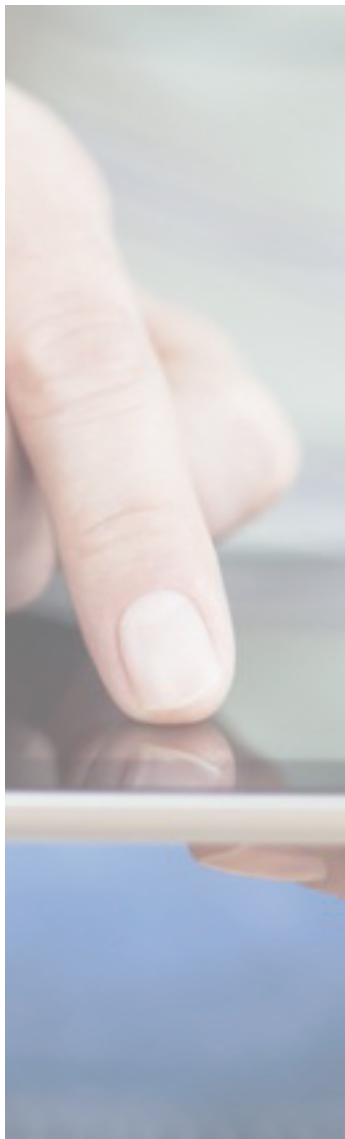
- Agertzen diren negozioen datuak (izena, ordutegia, kokalekua, eskaintza, etab.)
- Web gune propioa duten negozioen esteka.
- On-line salmentarako aukera aztertu baliagarria den negozioetarako.
- Elkartearen informazioa eta erreferentzialtasuna lantzeko edukia.
- Dauden promozio (deskontuak, etab.) kanpaina (sentsibilizazio, etab.) eta ihardueren (azoka(k), etab.) informazioa.
- Informazio instituzionala: MSPBaren ingurukoa, laguntzak, formakuntza, etab.
- Bezeroen eta merkataritza txikiaren arteko komunikazio zuzena errazteko kanalak foro bat birtual bat.

EMAN BEHARREKO PAUSUAK

- Merkataritza txikiaren datu basea eguneratu.
- Merkataritza elkarteak, bertan ez daudenei zuzenduriko informazioa zabaldu, egitasmoan agertu nahi badute, Elkartean egoteko beharra helaraziz.
- Elkarteak, udalarekin partekatu proiektua eta pertsona bat web-gunea egitera bideratzeko dauden baliabideak aztertu.
- Datu basea eskuan, eta edukia argi (sentsibilizazioan agertzen direnak), teknikoarekin web-gunearen estetika, informazio antolaketa, etab., zehaztu eta web gunea egin.
- Web-gunea egina dagoenean sozializazio kanpaina bat martxan jarri hori aurkezteko.

JARRAIPENA

- Web gunea eguneratuta egotea ezinbestekoa da. Honetarako, web gunea egin duen pertsonak, orria eguneratzeko sistema erraz bat utzi beharko du, Elkarteko kide batzuei erakutsiz.



PROMOZIOA

MERKATARITZA TXIKIAREN KATALOGOA

ARDURADUNA/K	ELKARTEA
KOLABORATZAILEA	UDALA TEKNIKARIA

HELBURUAK

- Merkataritza txikiak duen eskaintza era erraz eta grafiko batean aditzera eman. Bai Oiertzuarrei baita kanpotarrei ere.
- Internet erabiltzeko ohiturarik ez duen jendearentzat Kontsumitzaileari informazio erabilgarri eta errez bat eskaini.
- Sektorea egituratzeko tresna (interneteko agertoki komun bat atalean idatzi den berdina).
- Merkataritza txikiak urtean zehar eskaintzen dituen promozio eta kanpainak agertu daitezke katalogoan.
- Kontsumitzailearenganako intzidentzia gaitasuna hazi, dituzten aurre iritzi batzuk gainditzeko modua izan daiteke.

EDUKIAK

- Web gunearen kasuan idatzi moduan, agertzen diren negozio guztien datuak.
- Elkartearen informazioa eta erreferentzialtasuna lantzeko edukia, baita ere honekin erlazioa duten beste agente batzuen ere.
- Merkataritza txikia zuzenean edo zeharka lagundu dezaketen gertakarien informazioa; azoka(k), jai eta ekintza kulturalen difusioa, etab.
- Merkatarari edo hauei loturiko pertsona eta gertakarien elkarrizketak edota berriak.

EMAN BEHARREKO PAUSUAK

- Web gunerako egindako datu baseak duen informazioaz baliatu, katalogorako beharko den informazioa biltzeko.
- Merkatarari elkarteak, bertan ez daudenei zuzenduriko informazioa zabaldu, egitasmoan agertu nahi badute, Elkartearen egoteko beharra helaraziz.
- Elkarteak, udalarekin partekatu proiektua eta katalogoa bideratzeko baliabideak aztertu.
- Datu basea eskuan, eta edukia argi, teknikoarekin estetika, informazio antolaketa, etab., zehaztu eta katalogoa egin.
- Katalogoa aurkezteko modua pentsatu eta honen difusiorako puntuak zeintzuk izango diren zehaztu.

JARRAIPENA

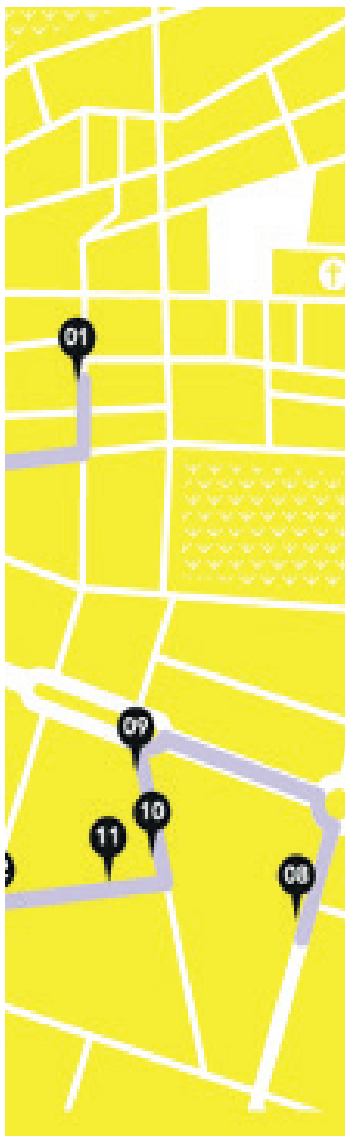
- Katalogoak ze motatako erabilera duenaren jarraipena egin.
- Aurreko puntuaren arabera erabakitzea, baina erabilera ona baldin badu, urtero katalogoa eguneratzea izango litzaiteke egokiena.



PROMOZIOA

MERKATARITZA TXIKIAREN MAPA

ARDURADUNA/K	ELKARTEA
KOLABORATZAILEA	UDALA TEKNIKARIA



HELBURUAK

- Herrian merkataritza txikiak duen eskaintza era bateratu batean ondo ikusiarazi herritarrei: bertan beharrezko guztia dago.
- Herritarrari tokiko merkataritza vs supermerkatu handiak ideia grafikoki ikusaraziko luke.
- Berehalako informazio praktikoa eskaini bezeroari bertan kontsumitzeko erraztasuna eskainiz.

EDUKIAK

- Oiartzungo mapa bisual eta erakargarria, bertako komertzio guztien lokalizazioa zehatza adieraziko duena.
- Promozio eta eskaintza berezien informazio laburbildua.
- Elkartearen inguruko informazioa laburbildua

EMAN BEHARREKO PAUSUAK

- Merkatariekin gida eta bisibilizazio estrategia partekatu. Elkartean egotearen beharra azalatu proiektuan egon nahi badute.
- Merkataritzaren datu basea eguneratu. Hau, lehen esan bezala, web orrirako eta katalogorako erabiliko zen datu base berdina izango litzateke. Elkarteak kudeatuko beharko luke honen egoera gaurkotua.
- Elkarteak, udalarekin partekatu proiektua eta pertsona bat mapa egitera bideratzeko dauden baliabideak aztertu.
- Datu basea eskuan, eta edukiak argi (sentsibilizazioan agertzen direnak), teknikoarekin maparen estetika, informazio antolaketa, etab. Zehaztu eta mapa egin.
- Maparen erabilera zehaztu: Birtuala web-gunean integratua, Udalaren web-gunean banner bat, mobil aplikazio baten formatuan, fisikoa, herrian barrena (kotxetik ikus daitekeen seinalizazioa edota plaza, eta merkatal gune estrategikoe-tan jarri daitezkeen panelen bitartez). etab.
- Mapa egina dagoenean sozializazio kanpaina bat martxan jarri hori aurkezteko.

JARRAIPENA

- Web orria eta katalogoarekin azaldu moduan, mapak ze harrera izan duen jarraipena egin, eta honen arabera baloratu urteko eguneratzea merezi duen edo ez.

PROMOZIOA

AZOKA

ARDURADUNA/K	ELKARTEA UDALA
KOLABORATZAILEA	TEKNIKARIA



HELBURUAK

- Herriko komertzioek daukaten zerbitzu eta produktuen eskaintza zabala ikusgarri egin. Egunerokotasunerako beharrezko guztiak bertan erosi daitezkeela kontura daitezela Oiartzuarrak.
- Herritarrak etxetik mugiarazteko aitzakia sortu, herri bizitza areagotuz. Kontutan hartu behar da kaleetan barrena jendea badabil, errezagoa izango dela bertako komertzioetan hauek sartzea.
- Udaletxe plazatik, beste plazetara herri bizitza mugiaraztea.

EDUKIAK (eduki ezberdineko bi azoka mota planteatu dira)

- Maiztasun iraunkorreko azoka. Astero edota bi astetik behin antolatuko litzateke azoka mota hau. Bertara, inguruko zein herriko artisau eta ekoizleak gonbidatuko ziren, eta gai edo garai zehatz bati lotura eginez antolatuko litzateke.
- Herriko komertzianteen azoka, urtaroen bat antolatua. Komertzio guztiak ekintza honetan kabida izan dezaten, gremioka antolatzea ikusten dugu egokien.

Edozein delarik ere planteamendua bi eduki hauek bermatu beharko ditu azokak:

- Azoka ibiltaria izan beharko litzateke, aldiro plaza ezberdin batean antolatuz. Herriko ekimen gehienak udaletxeako plazan burutzen dira, hori dela eta, komenigarria ikusi da herri mugimendua deszentralizate aldera beste plazetara mugitzea azoka.
- Festa baten moduan antolatzea, bertako eragile kulturalak inplikatur.

EMAN BEHARREKO PAUSUAK

- Dauden ereduaren artean zein den egokiena aukeratu, kontutan hartuta ze baliabide dauden (lan egiteko prest dagon jendea, ekonomikoak, etab.).
- Datu base bat eraiki, bertako merkatarien kasuan web guneara erabili eta artisau eta ekoizleen kasuan, berri bat egin.
- Data, leku eta formatuaren inguruan zehaztapenak egin.
- Elkarteak, udalarekin partekatu proiektua eta hau kudeatzeko udalak eskura izan ditzazkeen baliabideak aztertu.
- Behin ia dena lotuta dagoela, komunikazio kanpaina indartsu bat abian jarri.

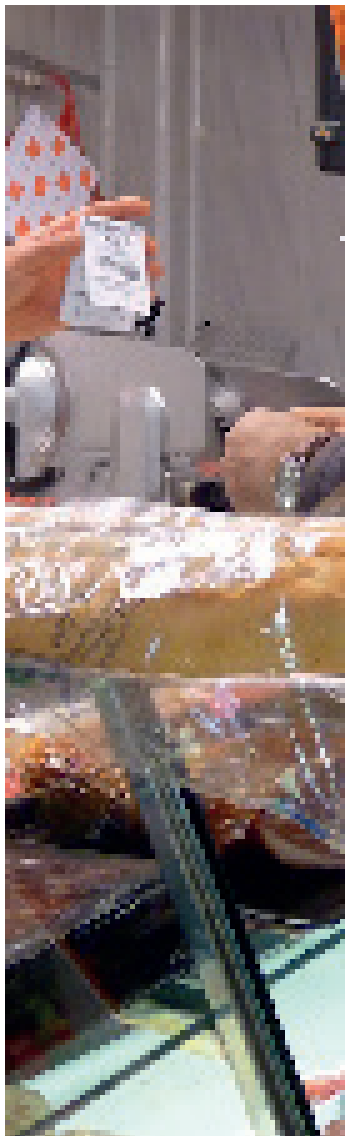
JARRAIPENA

- Maiztasun batekin merkataria eta udaletxeak hartu emana eduki beharko lukete jarraipena egiteko.

FIDELIZAZIOA

ERAKARRI ETA FIDELIZATU

ARDURADUNA/K	ELKARTEA
KOLABORATZAILEA	UDALA TEKNIKARIA



HELBURUAK

- Egun merkataritza txikian erosteko ohitura pixkat duten kontsumitzaileak fidelizatzen jarraitu, bere beharrak gero eta gehiago merkataritza txikian ase ditzaten.
- Kontsumitzaile berriak erakarri, eta merkataritza txikiko kontsumitzaile ohikoak bilakatzea lortu.

EDUKIAK

Ekintza lerro honekin, kontsumitzaileen kontsumo ohituretan eragitea izango da helburua. Berpentsatzea nola indartu/mantendu dezakegun egungo kontsumitzaileen konfidantza eta nola gehitu gehiago nahikoa ez den kopuru horri.

ERAKARPEN ETA FIDELIZAZIO KANPAINA KONKRETUAK

- Zonakako merkatal sustapena indartu: Altzibar-Iturriotz ardatza, Aialde-Larreskularre, etb. herriko merkatal gune berezitueterako ekimenak pentsatu, bertan kontsumitzen dutenek bertan egiten jarraitu dezaten eta guneak kontsumitzaile potentzialen aurrean ikusgarritasuna irabazi dezaten.
- Kontzeptukako lanketa espezifikoak landu: Kontzeptu baten baitan, horri loturik agertzen diren merkatal guneak elkartu eta kanpaina berezitua egin. Adibide bat "gorputza" kontzeptu bezala hartu eta horrekin loturiko merkatarien arteko (estetika, ile-apaindegi, janari denda batzuk, etb.) fidelizazio eta erakarpen tresnak pentsatzea da.
- Garaikako promozioan pentsatu: Elikagaietan (garaiko produktuak), eguberritan sari bereziak, etab.
- Bonoak atera: Bertako kontsumoa saritzeko tresnak sortzea da erronka. Erosketa langa batetik gorako bezeroentzat sariak eskaintzea da horretarako modu bat.
- Tokiko merkataritzaren txartela: Duela hamarkada bat merkataritza fidelizazio estrategietan asko erabili zen arren, egun ez da asko erabiltzen ari. Galdetegietan ere ez du interes handirik sorrarazi. Hala ere, momenturen batean positibo ikusiko balitz (ez dugu uste orain komeniko litzatekeenik), aukera aztertu beharko litzateke Elkartearen eta instituzioen aldetik.
- Kasu bakoitzean sustatzaileen artean erabakiko dira eman beharreko pausu zehatzak.

ANIMAZIOA

ANIMAZIOA

ARDURADUNA/K	ELKARTEA UDALA HERRI ERAGILEAK
KOLABORATZAILEA	TEKNIKARIA



HELBURUAK

Merkataritzak herri bizitza behar du. Jendea kaleak alboratzen baditu sozializatorako gunen moduan, ez bait dago kontsumitzaile potentzialik kalean. Beraz, zeharka edo zuzenki merkataritza txikiari onurak ekarriko dizkion kale animazio ekimenak sustatzea lan ildo iraunkor bat izan behar du, helburu hauekin:

- Oiartzungi kale bizitza sustatu, adostutako edukia duten ekimenak sustatuz.
- Kontsumitzaile potentzialak merkatal gunetara hurbiltzea erraztu, ekimenez erakargarriago eginez.

EMAN BEHARREKO PAUSUAK

- Herri bizitza suspertzeko mahai sustatzaile bat osatu: Hemen udalak eta merkatarien ordezkariak egon behar badu ere, beharrezkoa da herriko beste agente sozio-kultural batzuk ere bertan egotea.
- Oiartzunek landu nahi duen proiektua zehaztu: baloreen jarri nahi den ondare material eta ez materiala definitu.
- Hori nola landuko den ebatzi: Jada dauden egun seinalatuak kontutan edukiko dituen egutegi bat osatu urtean zehar egingo diren ekimen sozio-kulturekin. Denak jakitea zaila izango den arren, ziurak direnak jaso eta kale animazioan merkataritza txikiak nola parte hartuko duen adostu.
- Merkatarien ekarpena definitu: Egund seinalatu bakoitzerako, merkataria ezberdinek zer promozio edo eskaintza berezitu egin dezaketen pentsatu, beren negozioetan kontsumoa sustatzeko.
- Prozesu honetan kontutan hartu behar da: Jada emanak datozen ekimenak, agenteen arteko koordinazio egokia, baliabide publikoen erabileraren sustapena eta batez ere oreka espaziala.

BALIZKO TEMATIKAK

Abiapuntu moduan proposatzen da:

- Oiartzungo historia/ondarea/nortasunari loturiko egun tematikoak.
- “Kultur ikuskizunari” loturiko ekimenak: kontzertuak, antzerkiak, bisita gidatuak, etab.
- Gastronomiari loturiko egun edo asteburuak (ostalaritza).

INTERKOOOPERAZIOA

LEHEN SEKTOREA ETA MERKATARITZA [bertako]²

ARDURADUNA/K	ELKARTEA UDALA
KOLABORATZAILEA	TEKNIKARIA GARAPEN AGENTZIA



HELBURUAK

Oiartzunen dagoen lehen sektoreko ekoizpena eta elikagaiekin lan egiten duten merkatarien arteko inter-kooperazioa bilatu.

- Lehen sektoreko ekoizleentzat eta merkataritxikientzat onuragarri izango den kooperazio eredu bat diseinatu eta gauzatu.

EDUKIAK

Merkataritza inter-kooperazio paradigmarara hurbiltzea da idei nagusia. Herrian dauden sektore ekonomikoen arteko elkar lana bilatzea, bi aldeentzat onuragarria izango den moduan. Kasu honetan, lehen sektorearen eta elikagai dendariaren arteko inter-kooperazioa bilatzen da, esperientzia eredugarri baten bila.

EMAN BEHARREKO PAUSUAK

- Ekoizpenaren datu basea osatu: Eguneratua eta produktuen komertzializazio ezaugarriak kontuan edukiaz.
- Merkatal datu basea osatu: Zeinek saltzen duen tokiko produktua jada eta zeinek saldu zezakeen.
- Ekoizle eta merkatarien arteko harremanak egonkortu eta planifikazio minimo bat egin: Ze produktu egongo dira noiz eta dagoen salmenta gaitasuna ebaluatu. Bestetik produktuen banatze sistema ere zehaztu.
- Bertako produktuak bereizteko estrategia marraztu: Edukia, sentzibilizazioa, zigilu propioa eta beharrezko bitartekoak zehaztu.
- Martxan jarriko diren beste proiektuei (mapeo web gunea, etb.) arreta jarri eta elkar nola indartu daitezkeen pentsatu.

JARRAIPENA

- Datu basearen eguneraketa, ekoizle-dendariaren harremanak, sentzibilizazio kanpainaren eguneraketa eta dagoen planifikazioaren berrikustea izango dira egiteko nagusiak. Honen funtzionamendua partaideen artean erabakiko da.
- Martxan jarriko diren beste proiektuei (mapeo web gunea, etb.) arreta jarri eta elkar nola indartu daitezkeen pentsatuko da jarraipen taldetik.

KOORDINAZIOA

KOMERTZIANTEEN ARTEKOA



EZINBESTEKOA

Nahiz eta zeharkako puntu bat izan koordinazioa oiartzungo sektorearen egoera kontutan izanda, atal berezi bat eskaini nahi izan diogu.

Agenteen arteko elkar lan bat egon ahal izateko, dudarik ez, agente kolektibo horiek antolatuak egon behar dute. Interes komunen baitan biltzea lortu eta erabakiak kolektiboki hartzeko, eta eragiteko gaitasuna emango dien ordezkartzan maila batean antolaturiko egitura bat behar-beharrezkoa du. Horrela, sektorearen ordezkari moduan jokatu duen elkarte bat egotea ezinbestekoa izango da.

Guk Iturri ber-indartzearen apustua hobesten dugu, nahiz eta merkataria izango diren hori eta elkarte berri baten sorreraren artean erabaki beharko dutenak. Ezer ez balego, udalak etengabeko ahalegina egingo du merkatal sektorea antolatzeko, aholkularitza batzar baten bitartez.

FUNTZIOAK

- Oiartzungo merkatarien ordezkartza adostu eta zabala izatea lortu behar du. Sektorearen erreferentzia bai herritarrentzako baina baita merkataritza txikiarentzako ere.
- Politika publikoetan merkataritza txikiaren interesak presente egongo direla ziurtatu.
- Merkataritza txikiaren eta interesgarriak izan daitezkeen beste agenteen arteko bitartekaria.
- Finantziario kanalak sektorea indartzeko planetara bideratu
- Merkatariek eduki ditzaketan formazio beharrak kudeatu.
- Informazio joan etorri egokia kudeatu: bai merkatal sektoretik jendartera doana, bai Oiartzungo merkatal sektore txikiarentzat interesgarria izan daitekeena eta baita merkatarien artekoa ere.
- Udal eta teknikariarekin adosturiko barne komunikazio (merkataritzaren sektoreari begira) eta kanpo komunikazio (kontsumitzaileari begira) kanpainak aurrera eraman.
- Merkataritza txikia suspertzeko, planteatzen diren lan leku guztietan sektorearen ordezkartza izan, eta garapenaren jarraipena egin.

Dena den, Oiartzunek alor honetan duen esperientzia kontutan izanik Memorian zehazten diren hainbat irizpide kontutan edukitzea gomendatzen dugu egituraketa prozesu honetan kontuan edukitzeko.

KOORDINAZIOA

MERKATARIAK ETA ERAKUNDEAK



Instituzio publikoek, hasieran batez ere, elkartetik eragiteko gogoia duten merkatarien gida papera izan beharko duela uste dugu, hauek ikasi eta mugimendu propioa hartu arte. Kasu honetan, bi agente publiko ditugu kontutan hartu beharrekoak:

Udala: Oiarzungo udalak, pertsona bati lan kargab hau jarri beharko liokeela uste dugu. Bi funtzio nagusi edukiko lituzke:

- Ekintza Planaren aplikazioaren jarraipena egin udalaren ordezkari moduan.
- Elkarteari behar duen informazio eskura jarri, hastapenetan ahalik eta erraztasun gehien jarritz.

Jaurlaritzak jartzen duen eskualderako komertzio teknikaria:

- Informazio eta sektorearen jakintza sakona duenez, Elkarteari laguntzeko egongo da, informazio, planifikazio eta edozein dudatarako irisgarri egonez.

Elkartea sortuta, Ekintza Planaren aplikazioaren lehen urtean, 3 hilabeteko maiztasunarekin Elkartea, Udala eta teknikaria presente egongo diren koordinazio bilerak egingo dira, zeinetan Ekintza Planaren jarraipena izango den egiteko nagusia.

MERKATARIAK, UDAL ETA HERRITARRAK



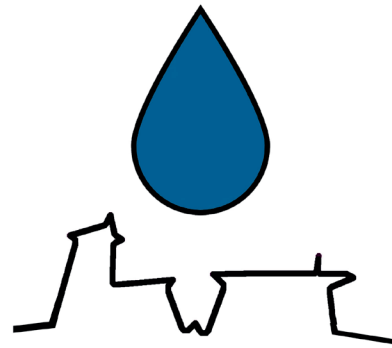
Merkataritza txikia ez da Oiarzungo errealitatetik isolaturik dagoen sektore ekonomiko bat. Guztiz dago lotua herriaren egoera ekonomikoarekin, ekonomia elkar-dependentsia baita.

Kontziente gara azken puntu hau merkataritza gainditzen duen proposamen bat dela, baina, merkaritzarentzako onura izango litzatekeela iritzita, gehitu egingo dugu.

Hau, Oiarzunen Tokiko Garapenaren ikuspegitik, herriko garapen ekonomikoarekin konprometitu nahi duten enpresa, instituzio eta agente sozialak, ekonomia gai izanda elkartzeko foro bat osatzea litzateke. Honen helburu nagusiak liratzeko.

- Oiarzungo egoera ekonomikoaz jabetu eta honi kolektiboki ekin ahal izateko elkargune bat sortzea.
- Esparru instituzional, enpresarial eta komunitariotik dauden baliabide eta proposamenak artikulatzeko gune bat sortzea, Oiarzungo tokiko garapena sustatzeari begira.

MERKATARITZA TTIKIA
INDARTUZ



HERRI BIZITZA
UREZTATU

O I A R T Z U N G O
M E R K A T A R I T Z A S U S P E R T Z E K O
P L A N B E R E Z I A