

# DONOSTIAKO ENPRESA IKASKETEN UNIBERTSITATE ESKOLA

**GRADU AMAIERAKO LANA:**

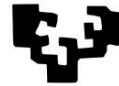
**GAZTA DENDA BATEN NEGOZIO PLANA**



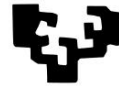
**Ikaslea: Iera Ondarra Zubeldia**

**Zuzendaria: Anjel Errasti**

**Urtea: 2016**



<b>GAZTA DENDA BATEN NEGOZIO PLANA.....</b>	<b>4</b>
<b>1. SARRERA, HELBURUAK ETA LANAREN .....</b>	<b>4</b>
1.1 SARRERA.....	4
1.2 ZERGATIK HORRELAKO DENDA BAT? .....	5
1.3 HELBURUAK .....	6
1.4 METODOLOGIA ETA EGITURA.....	7
<b>2. ENPRESA PROIEKTUAREN DESKRIBAPENA.....</b>	<b>8</b>
2.1 NEGOZIOAREN IZENA ETA DESKRIBAPENA .....	9
2.2 EZAUGARRI BEREIZGARRIAK .....	10
2.3 BEZERO POTENTZIALA .....	10
2.4 ENPRESAREN XEDEA ETA IKUSPEGIA .....	13
<b>3. MERKATUA.....</b>	<b>14</b>
3.1 INGURUNE GEOGRAFIKOA .....	14
3.2 ESKARIAREN ANALISIA.....	14
3.3 SEKTOREAREN ANALISIA .....	16
3.4 LEHIAKIDEEN ANALISIA.....	19
3.5 SALMENTEN AURREIKUSPENA .....	20
3.6 AMIA ANALISIA .....	22
3.7 MARKETING PLANA .....	27
<b>4. IKERKETA TEKNIKOA.....</b>	<b>38</b>
4.1 ERREKERIMENDU FISIKOAK.....	38
4.2 LOKALAREN DESKRIBAPENA.....	40
<b>5. NEGOZIOAREN ERAKETA .....</b>	<b>41</b>
5.1 EGITURA JURIDIKOA .....	41
5.2 NEGOZIOA MARTXAN JARTZEKO TRAMITEAK .....	45
5.3 LANPOSTUAK ETA BAKOITZAREN DESKRIBAPENA .....	46
<b>6. INBERTSIO ETA FINANTZAKETA.....</b>	<b>51</b>
6.1 IBILGETU MATERIALA .....	51
6.2 IBILGETU UKIEZINA .....	51
6.3 LANEKO KAPITALA .....	55
6.4 INBERTSIO TOTALA .....	57
6.5 FINANTZA ITURRIAK.....	59
<b>7. DIRU-SARREREN ETA GASTUEN IKERKETA.....</b>	<b>60</b>
7.1 DIRU-SARREREN AURREKONTUA .....	61
7.2 GASTUEN AURREKONTUA .....	62
<b>8. URTEKO KONTUAK .....</b>	<b>64</b>
8.1 GALDU IRABAZIEN KONTUA .....	64
8.2 AURREIKUSITAKO EGOERA BALANTZEA .....	66



<b>9. ONDORIOAK .....</b>	<b>68</b>
<b>10. BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>71</b>

### **Taula eta diagramen aurkibidea**

Taula 1: Target-a Iturria: Landutakoa .....	12
Diagrama 1: Merkatu segmentazioa .....	15
Grafika 1:Esne kontsumoa 2000-2014. : Iturria: www.inlac.es.....	18
Grafika 2:Esne kontsumoa 2000-2014. Iturria: www.inlac.es.....	18
Taula 2: Salmenta aurreikuspenak Iturria: Landutakoa .....	21
Taula 3: AMIA analisiaren laburpen taula Iturria: Landutakoa .....	26
Diagrama 2: Porterren estrategia. Iturria: landutakoa.....	37
Taula 4 Beharrezko hornigaiak. Iturria: landutakoa .....	40
Diagrama 3: Langile fluxu diagrama. Iturria: landutakoa.....	47
Taula 5: Langile egitura eta kostua Iturria: Landutakoa .....	48
Taula 6: Plantilla eraketa Iturria: Landutakoa .....	49
Taula 7: Ibilgetu amortizazioa Iturria: Landutakoa .....	51
Taula 8: Urteko amortizazio kuota Iturria:Landutakoa .....	51
Taula 9: Hornigaiak Iturria: Landutakoa .....	56
Taula 10 Soldata kostuak Iturria: Landutakoa .....	56
Taula 11: Guztirako inbertsio aurreikuspena Iturria: Landutakoa .....	57
Taula 12: Tresneria gastu aurreikuspena Iturria: Landutakoa.....	58
Taula 13: Inbertsioa Iturria: Landutakoa .....	59
Taula 14: Aurreikusitako finantzaketa plana Iturria: Landutakoa .....	59
Taula 15: Dirusarrera aurreikuspena Iturria: Landutakoa .....	62
Taula 16: Aurreikusitako guztirako gastua Iturria: Landutakoa.....	63
Taula 17: Ekitaldiko emaitza Iturria: Landutakoa .....	65
Taula 18: Aurreikusitako egoera balantzea Iturria: Landutakoa .....	67

# GAZTA DENDA BATEN NEGOZIO PLANA

## 1. SARRERA, HELBURUAK ETA LANAREN

### 1.1 Sarrera

Janariak urtero milioika euro mugitzen ditu mundu guztian zehar, jatekoa bizitzeko behar-beharrezko zaiguna izanik, janariari loturiko denda bat irekitzearen ideia ez da inoiz zaharkitua geldituko, testuinguru ekonomikoan sortzen diren beharretara egokitzen jakin eta unean uneko eskakizunetara egokitzen asmatzea ezinbestekoa izango da, ordea. Janariarekin lotura duen negozio bat irekitzea ez baita arrakastaren sinonimo, gizartean eta ekonomian sortzen diren aldaketetara egokitzeko prest egon behar da momentu oro eta ahal den heinean aldaketei aurre egin beranduegi izan baino lehen.

Gaur egun, badirudi jaten dugunaren nondik norakoei gehiago erreparatzen zaiela; hau da, gero eta interes handiago dagoela jateko hori nondik datorren, nola ekoiztu den, ekoizpen prozesua nolakoa izan den, zer nolako kalitatea duen, artisau txikiek ekoiztu duten, zer baliabide eta produktu erabili diren horretarako kontsumorako produktu hori lortzeko eta abar luze bat.

Hori kontutan izanez gero, gazta denda bat irekitzea interesgarria da, ez baita gazta saltzea soilik izango; bezeroak zer eta nola ekoitzi den informatzeaz ere arduratuko litzateke denda eta, uneoro, kalitate eta ekoizpen baldintza onenak ziurtatuko dira. Horretaz gain, ez litzateke gaztadendaren negozioari soilik eragingo liokeen jarduera soilik, inguruko ekoizle txikiei ere lagunduko zaie. Izan ere, beraiek beraien baserri edo gaztategietan ekoizten duten gazta hirira hurbilduko litzateke, horrela, bezero berri eta gaztagile hauen arteko harremana gerturatu eta muga edo distantziak ezabatu egingo lirateke; era berean, guztion ongizatea bultzatzea lortuko genuke.

Gazta denda honek kalitatezko produktu bikainak izateaz gain, prezio eskuragarriak izango ditu eta lehiakideek eskaintzen ez dutena eman behar du, gune berritzaile bihurtu behar da, bestela denda bat gehiago soilik izango baita. Hori lortzeko, lan honetan guztian zehar hainbat datu, baliabide eta ezaugarri desberdinak aipatuko dira gazta-denda hau beste antzeko negozioekiko desberdindu dadin lortzeko. Dendaren ezaugarriak aipatzearen soilik, ezin du 4 inondik inora leku hotz eta inpersonala izan. Nahiz eta denda txikia izan eta

bezeroekin gertuko harremana izan, dendaren dekorazioak ere neurri eta zentzu berean egokitua egon behar du; goxotasuna, kontsumitzeko gogoia, garbitasuna... eskaini behar ditu.

Gazta-denda hau bezalako proiektu bat martxan jartzearekin, probintzian dagoen gabezia bat betetzea ahalbidetu nahi da; baita kontsumitzaileei gazta bezalako produktu euskalduna, prezio zein kalitate onenean etxetik gertu lortzearen aukera hurbiltzea ere, aukera zabal zein paregabea eskaini nahi zaio biztanleriari. Honekin, produktu honen kalitatea ezin hobea dela ziurtatu ahalko zaie bezeroei eta frogatzeko aukera eman, erosi aurretik zer eramango duten jakin dezaten. Horrela, aurrerago aipatzen diren hainbat faktoreekin batera, inguruan dagoen eskaintzarekiko aparteko diferentzia eskaintzen du, gainontzeko negozioekin alderatuz, antzekorik ez baitago inguruan

## 1.2 Zergatik horrelako denda bat?

Gazta denda enpresa sortzearen arrazoi nagusia Gipuzkoan antzeko komertziorik ez dagoelako edo oso gutxi daudelako da. Gabezia nabarmena dago, beraz, eta denda honek hutsune horren beharra asetuko luke. Gainera, Euskal Herriko biztanleria orokorrean oso gaztazalea dela esan daiteke eta eskari hori beteko duen eskaintzarik ez dago, ezta gazta aukera zabal bat eskainiko duen establezimendurik ere.



Negozio mota hau erabat berritzailea da; Donostian eta inguruan ez da antzeko ezer ezagutzen, momentu puntualetan hainbat azokatan aurki daitezkeen postuak izan ezik. Baina gazta besterik saltzen ez duten establezimendu oso gutxi daude.

Historian atzera eginez gero, eta aztarna arkeologikoei erreparatuz, dudak sortzen dira gazta noiz eta nola sortu zen. Hala ere, itxura guztien arabera, animaliak etxekotzean hasi zen, Neolitiko garaian, hain zuzen ere, duela 10.000 urte inguru. Ardi eta ahuntz esnearekin hasi zen eta beranduago behi esnearekin, baina hau guztia oharkabean izan zen, garai hartan, oraindik, ez baitzen inor esnearen prozesuari erreparatzen hasi.

Hasteko, garai hartan konturatu ziren, esnea denbora bat igaro ostean mamitu egiten zela eta ondoren esnearen tenperaturaren arabera esne hori azkarrago mamitzen zela, baita esne hori mamitzean askatzen joaten zen likidoa botaz gero, produktu hori denboran luzeago kontserba zitekeela... Horrela, aurkikuntzaz aurkikuntza gaur egun ezagutzen dugun esne kontserba izatera iritsi arte, besteak beste; bufalo, gamelu eta bestelako ugaztunen gaztak aurki daitezke munduko hainbat herrialdetan.



Gazta antzinatek esnea kontserbatzeko modu bat da eta Euskal Herrian, betidanik, mota askotariko gaztak ekoizten dira. Horiek horrela, euskaldunok orokorrean gaztazaleak gara eta gazta ekoizteko kultura barneratua dugula jakinda, zergatik ez gazta denda bat ireki?

### 1.3 Helburuak

Gazta denda irekitzearen helburu nagusienetako bat, publiko objektiboa edo target-ari gazta mota desberdinak, erostera urrutiegi joan behar izan gabe, gertuago eta prezio onean eskaintzea da. Gaur egun biztanle gehienek Iparraldera edo inguruko beste probintzietara joan behar izaten baitute gazta desberdinak erostera.

Idiazabal Jatorri Izendapena duen gazta da euskaldunen eta estatuko biztanleen artean ezagunenetarikoa; hala ere, esan beharra dago, estatu mailan jatorri izendapena duten gaztak 25etik gora direla, eta era berean, zenbaezinak direla jatorri izendapenik ez dutenak. Aitzitik, denda honen helburu nagusia, Idiazabal Jatorri Izendapenetik haratago, Euskal Herrian gazta aukera zabala dagoela erakustea da.

Mota eta zapore askotako gaztak aurki daitezke; esate baterako, behi esne, ardi esne, ahuntz esne edo hainbat esne nahastean lortzen direnak;

azken finean esan liteke ia ugaztun ororen esnearekin egin daitekeela esnea. Era berean, gazta hauek freskoak, erdi-onduak edo onduak izan ohi dira, esne pasteurizatu nahiz esne gordinez ekoiztuak.

Bigarren mailako helburu bezala, gazta kontsumoaren kultura zabaldu eta gazten inguruko informazioa bezeroei helaraztea litzateke, askotan ez baitugu jakiten zer jaten dugun ez eta nola eta zein baldintzetan ekoiztu den jaten dugun produktu hori.

## **1.4 Metodologia eta egitura**

Gazta denda martxan jarri eta negozio planaren egitura garatu ahal izateko, Donostiako Sustapenean lortu ahal izan nuen gida bat erabili dut baita webgunean lorturiko Arturo Eliasen negozio plan adibidea ere; horiez gain, beste hainbat iturritatik, batetik eta bestetik, interesgarri izan zitezkeen prozedurak erantsi ditut goian aipaturiko oinarrizko gidetara.

Beraz, metodologiari dagokionez, metodo desberdinak erabiliko dira azterketa burutzeko (AMIA metodoa, metodo klasikoak, eskariaren analisia, bezeroena, marketing plana...). Aurrerago ikusiko den bezala, metodo klasiko desberdinen aipamena burutuko da gaztadendaren negozio planera egokituz eta kasu bakoitzean metodologia bakoitzak izango duen egituraren inguruko informazioa zabalduz.

Egiturari erreparatuz berriz, lehenik eta behin, negozioaren deskribapena egingo da; zertan datzan azaldu, zeintzuk diren dituen ezaugarri bereizgarriak, zein den bere xedea eta ikuspegia eta zeintzuk izango diren bezero potentzialak.

Aurrekoari jarraituz, merkatu ikerketa bat burutzea ere ezinbestekoa izango da, honekin, hainbat datu lortzea ahalbidetuko baita; horretarako bezero potentzialaren perfila hobeto ezagutu ahal izateko, eskariaren analisia funtsezkoa izango da. Honekin batera beharrezkoa izango da salmenten aurreikuspen bat burutzea.

Jarraian, AMIA analisi bat ere egin beharko da gure enpresa berri honek lehiakideen aurrean izan ditzakeen aukera, mehatxu, indargune eta ahulezien berri izateko. Analisi eta azterketa hau guztia aurrera eraman ahal izateko, lehiakideen azterketa ezinbestekoa izango da.

Ahaztu gabe, marketing plan bat diseinatzea ere beharrezkoa izango da; honi esker, sozietatearen plan estrategikoa burutu ahalko delako. Horretarako estrategia plan hau, banaketa, promozioa, produktua eta prezioaren inguruan zehaztuko da.

Negozioa martxan jarri ahal izateko ibilgetu, eraikuntza eta bestelako materiala ere aipatuko dugu, azken finean hau gabe ez baitago negozioari forma ematerik.

Ahaztu gabe, negozioak izango dituen lanpostuen berri emango da; zenbat pertsona beharko diren, beteko dituzten funtzioak zeintzuk izango diren edota enpresak berak izango duen izaera juridikoa ere aipatuko da.

Amaitzeko, idatzian zehar bildutako informazio guztiarekin analisi ekonomiko-finantzarioa burutu beharko da, enpresak izango dituen gastu eta irabazien aurreikuspen ahalik eta zehatzen emanaz, negozioaren bideragarritasuna aztertzeko.





## 2. ENPRESA PROIEKTUAREN DESKRIBAPENA

### 2.1 Negozioaren izena eta deskribapena



Enpresa berri honen izena GaztaTK izango da, Donostia erdialdean kokatua izatea interesatuko litzateke, beti ere, beste hirigune batzuetara zabaldu edo

lekualdatzeko aukera irekia utzita. Mugitzea ez litzateke zaila izango, lokal txiki bat lekualdatzea ez baita horren konplexua; horrez gain, beste bat ireki nahiko balitz, beste edonon, ezaugarri horiek izango lituzkeen lokal txiki bat topatzeak ere ez luke arazorik emango.

Negozio hau, negozio txikia izango litzateke, bi bazkide ingururekin eta hasera batean, behinik behin, langilea beharren arabera kontratatuko litzateke. Izan ere, oraingoz, ez da behar hori aurreikusten, bi bazkidek burutuko bailukete bezero aurreko eta atzeko lana. Halaber, jarduera ekonomikoa salmentakoa litzateke, negozio honetan hasera batean, bederen, ez da aurreikusten gazta ekoiztea, nahiz eta atea irekita leudekeen.

Negozioa martxan jartzerako garaian, garrantzitsua da ongi antolatua egotea, edozein prozesu ondo burutu ahal izateko aurrez dena pentsatua izan behar da, ezin da ezer inprobisaziorako utzi; hori dela eta, ahal den neurrian, egoera guztiak aurreikustea komenigarria da. Behar izanez gero, adituen laguntza eta aholkularitza ere baliagarria eta erabili beharrekoa izango da.

Ez da ahaztu behar, produktuaren inguruko informazio guztia oso ondo ezagutu behar dela; ezinbestekoa da, bai negozioa martxan jarri nahi duenak, baita bezeroen aurrean lanean jardungo duen pertsonak ere horren berri izatea. Hori horrela izanda, fabrikazio prozesua, zehaztasunak, ekoizteko erabilitako osagaiak eta beste edonolako informazio esanguratsua ezagutzea ezinbestekoa da.

## 2.2 Ezaugarri bereizgarriak

Negozio honen bereizgarri nabarmenena, inguruan, antzeko denda eza da; era berean, prezioa ere ezaugarri bereizgarrien atal garrantzitsua izatea da helburua. Gazta errotatzea/mugitzea nahi da, prezio egokiak ezarri nahi dira eta kalitatea bermatuko da, izan ere, gaztak ekoizle txiki, eta ahal den heinean, ezagunenak izango dira. Bitartekariak ekiditea da erronka, horrela kostuak murriztu eta prezio lehiakorragoak eskaintzeko aukera izango delako. Kasu honetan ekoizleak berak erabakiko luke bere lanak zenbat balio duen eta marjen “onargarri” bat erabiliko litzateke prezioa erabakitzeko.



Bestalde, eskainiko den arreta ere bereizgarri izango da, pertsonalizatua eta hurbilekoa izatea nahi baita. Hori lortzeko, saltzailea bere “konfort gunetik” atera dadin saiatu nahi da, hau da, betiko salmahaiaren atzean jarri ordez saltzailea aurrera pasa eta bezeroagandik hurbilago kokatuko da, horrela, bere nahi, gustu eta beharren arabera gazta mota desberdina eskaini eta, hala

nola, unean-uneko azalpenak emango dizkio bezeroari.

Berezitasun horietaz gain, tarteka beste eragile batzuekin, hainbat “maridaje” eginaz, “dastaketak” antolatuko dira, gazta dendarik ez baitago inguruan, eta are gutxiago, profesionalek gidatuta gazta beste produktu batzuekin dastatzeko aukera ematen duen dendarik.

## 2.3 Bezero potentziala

Bezero potentziala 3 motetan banatu daiteke; lehenik, erosketak burutuko dituen ohikotasunaren arabera, bigarrenik, balizko erosketa bolumenaren arabera eta, azkenik, gizarte edo taldean duten eragin mailaren arabera.

Erosketa ohikotasunaren arabera bezero mota, merkatu ikerketa batetik ezagutu daiteke eta honek bezero bihurtuz gero, zenbatero erosiko lukeen gutxi gora beherako estimazio bat emango luke. Eroslearen maiztasuna, ohikoa, tartekakoa edo egunerokoa izan daiteke. Erosketa bolumenaren arabera bezero mota ere ikerketa mota berdinarekin aurkitu liteke, baina erosketa bolumenak identifikatuko du: erosketa bolumen handia, erdi-mailakoa edo baxuak identifikatuko ditu.

Espero den eraginaren arabera, bezeroak identifikatzean, bezero potentzialean eragina izango dutelako oso eragin handia izango dutenerosle bilatzen dira, hauek iritzi liderrak izan ohi direlako nabarmentzen dira, hauek ohiko bezero bihurtzea interesgarria izango litzateke, modu honetara etorkizunean izango duten influentzia handiagoa izango delako.

Euskal Herriko merkatuan kokatuko den bezeroa lortzea espero da, ez hainbeste estatu edo bezero internazionalak, baina jakina da Donostia oso hiri turistikoa dela, beraz, bezero potentzialak izango dira azken hauek, nahiz eta egunerokotasunean lehenengoak izan garrantzitsuago.

Bezero potentziala edo target-a oso zabala da, ez dago adin, sexu edo nazio mugarik; gazta jan, oparitu, garraiatu, probatu edo ondo pasatzea gogoko duen pertsona orok erosi ahal duen produktua baita. Gazta jan daitekeen produktua denez, berau gustatu edo horren inguruan informazio gehiago eta esperientzia berriak bizitzeko desioa duen edozein pertsona ongietorria izango da dendara. Denda Donostian kokatzea nahi da, besteak beste, turismoa oso altua duelako, hori dela eta atzerritar bezeroak ere target bihurtuko dira, nahiz eta hauek ez diren izango bezero nagusiak, aurrez aipatu bezala.

Azken urtetan turismoak jasan duen bilakaera garrantzitsua izan da Gipuzkoan eta datozen urteetan ere hala izango denaren zantzuak daude. Donostia, pixkanaka bada ere, munduan ezaguna bilakatzen ari den hiria da, bisitariari aukera zabala eskaintzen baitio; kultura, gastronomia, paisaia... kalitate onenarekin uztartuta.

EUSTAT-ek eman dituen datuen arabera, 2015. urtean zehar,

Gipuzkoak milioi bat bisitari baino gehiago jaso zituen eta batazbeste ia 2 gau pasa zituzten bertan, beraz, ia bi milioi gau izan ziren. Gehienbat atzerritarren bisitak gehitu direla nabarmentzen da. Datu hauei erreparatuz, Gipuzkoako kostalde eta hiriburuan jasotako datuak askoz hobeak izan dira barnealdekoak baino. Besteak beste, hiriburu eta kostaldean datuak hobetu egin dira, bidaiari iritsierak %10,7ko hazkundera izan baitu hiriburuan eta %11,9koa, berriz, kostaldean. Beraz, argi ikusten da, Donostia hiriburua izanik, bezero potentzial ugari erakartzeko aukera handia duela eta atzerritar hauei orokorrean bertako produktuak, artisauak badira hobe, kontsumitzea eta ezagutzea gustatzen zaiela.

Aurretik azaldutakoa argiago ikusi ahal izateko, taula moduan azalduko da informazioa:

	<b>DENAKO BEZEROAK</b>	<b>OSTALARITZA</b>
<b>Nortzuk dira?</b>	Edozein pertsona	Tabernariak
<b>Zenbat dira?</b>	16 urte ingurutik gorako pertsonak	Milaka
<b>Non daude?</b>	Kalean	Ostalaritza sektorean
<b>Erosahalmena?</b>	Normala	Handia
<b>Adin tartea</b>	16-...	16-...
<b>Okupazioa</b>	Langilea	Arduraduna
<b>Zaletasunak</b>	Jatea gustuko izatea	
<b>Zein behar asetzen ditu eskainitako produktuak?</b>	<b>Inguru edo herri desberdinetako gazta puntu bakarrean eskuratu ahal izatea</b>	<b>Eskuragarritasuna eta kalitate altua prezio onean</b>

**Taula 1: Target-a Iturria: Landutakoa**

E

goki irizten da, inolako diskriminaziorik egon ez dadin, bezeroek ordainketak nahi bezala egiteko aukera izan dezaten; beraz, nahi izanez gero eskudirutan edo txartel bidez ordaintzeko aukera izango dute, horretarako datafono bat izango da dendan erabilgarri (aurrerago aurkitu ahal da honen inguruko aipamena).

## 2.4 Enpresaren xedea eta ikuspegia

**Xedea**: Gaztadendaren xedea gazta herritarrengana hurbiltzea da, horretarako pertsonen elikadura, osasuna eta ongizatea bilatu nahi da. Bestek beste, bezeroei eskeiniko zaien kalitatea apartekoa izango dela bermatuko da, arreta ere bereizgarri izango da ohiko dendetan jasotzen den arreta motari erreparatuz gero.

Gazta eta bere ingurua maite duten langileak izango dira dendan. Pertsona hauek ez dira mostradore atzean egongo, aurrean baizik eta gaztari buruzko behar adina informazio emango diete bezeroei, baita gazta probatzera eman ere, horrela bereizgarritasun maila altuagoa lortuko da, inguruko dendatan ez baitago probatzeko aukerarik. Honekin gainera, bezeroak etxera zer daraman jakiteko aukera du. Lan egiteko modu honek, enpresa eta gizarte balioa hazi eta hobetzea ahalbidetuko duela uste da.

**Ikuspegia**: Euskal Herrian Idiazabal JI-az gain beste hainbat eta hainbat gazta mota daudela erakustera ematea da helburu nagusia. Era berean, kalitate aldetik eta prezio onargarrietan produktu eskaini daitekeela erakutsi nahi da, ekoizle txikiei lagunduz eta bitartekariak ahalik eta gehien ekidinez egingo da hori. Horren alde lan eginez, langile, kontsumitzaile, hornitzaile eta bezeroek onartu eta baloratua izatea lortuko da.

### 3. MERKATUA



Merkatua pertsona desberdinek osatzen duten ingurunea da, pertsona hauek informatuak egon daitezke edo ez, zorrotzak izango dira eta hauetako batzuk produktuaren erosle potentzial edo errealak izan daitezke. Merkatuan sortuko den harremana erosle eta saltzaileen artekoa izango

da.. Kontutan izan behar da, merkatu honetan produktu berdina edo ordezkoa izan daitekeena salgai aurki daitekeela edozein puntutan, eta gainera, merkatua aldakorra dela eta bere barne arauak dituela.

#### 3.1 Ingurune geografikoa

Aurretik aipatu bezala, argi dago, ingurune geografikoari dagokionez, ez dagoela mugarik. Muga garrantzitsuena eroslearen eros ahalmena litzateke, beraz, ez da produktu garestia izango, poltsiko guztietara irisgarri izatea baita nahia. Hori horrela izanik, bezero objektibo multzoa oso zabala izango da. Agian, segmentatuak izan daitezke, baina orokorrean jateko ona, kalitatezkoa eta prezio ona duen produktua bilatzen duen jendea etorriko dela dendara espero da.

#### 3.2 Eskariaren analisisia

Aurretik aipatu den bezala, bezeroa lan egiten duen pertsona izango dela pentsatzen da, gutxi bada ere, baliabide ekonomiko nahikoa izango duena gazta erosi ahal izateko. Hori horrela izanda, kalitate oneko produktuak bilatuko dituen jendearengan pentsatzen da. Eskaintzen den produktu honek inguruan orain arte falta izan den denda motaren gabezia beteko du, ez baita antzeko ezer topatuko inguruko herri edo hirietan, ez Donostian, behintzat.

Eskainiko den zerbitzua beste edozein dendekiko bereizgarri izango dela pentsatzen da, arreta pertsonalizatua izango baita, mostradore atzean

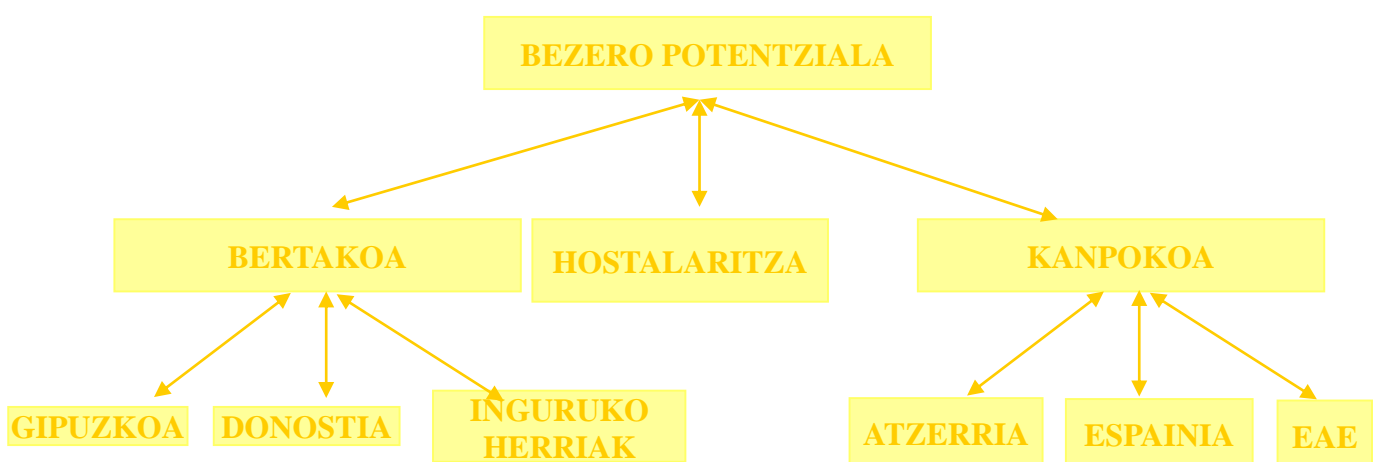
egon ordez aurrera aterako da dendaria unean-uneko azalpenak ematera, gazta dastatzeko aukera eskaintzera...

Bezeroak esperientzia berriak bilatuko ditu, dendara sartzean elikagaien negozioetan normalean aurkitzen ez den arreta eta tratua eskainiko baitzaizkio, buruz buruko harremana sortuko da bezero eta saltzaileen artean. Honek bezeroengan jakinmina piztuko du eta behin dendan izanda errazagoa izango da tratu desberdin horrengatik diferentziatu eta bezeroak esperientzia errepikatu eta ahoz aho ingurukoei gomendatzen joatea.

Beraz, bezeroak bi segmentutan banatu litezke, bertakoak eta atzerrikoak. Bertakoak orokorrean Gipuzkoakoak izango dira, zehatzago Donostia eta inguruko herrietakoak eta atzerritarrak, berriz, Euskal Autonomia Erkidegoak, Espainiarrak eta atzerritarrak izango dira.

Bezero hauek bertako edo atzerrikoak izateaz gain eta jatorria edozein dutelarik ere, beste azpi-segmentu batean bana daitezke, ostalaritzarekin zerikusia duten eta ez dutenen artean, adibidez. Izan ere, negozioa errentagarriagoa izateko asmoz, inguruko ostalariekin ere harremanak bultzatuko baitira gazta guk saldu eta eurek gazta eroatera inora mugitu beharrik izan ez dezaten.

Horrela ez da merkatu eta eskaria handiagoa izatea bakarrik lortuko, ostalariek kopuru eta maiztasun handiagoz erosiko dutenez, gazta errotazioa nabarmenagoa izango da eta dendaren errentagarritasuna hazi egingo da; esfortzu gutxiago burututa gazta gehiago salduko baita, aurrez-aurreko bezeroarekin izango diren irabaziekin alderatuz gero.



**Diagrama 1: Merkatu segmentazioa**

Bestalde, eskariaren analisisian aipatzekoa da bezeroaren portaera, izan ere, bezero zorrotzak, berritzaileak, ingurugiroarekiko errespetua dutenak, aktiboak, jantziak eta bestelakoak aurkituko dira, beraz, guztiei eskaini dakieken zerbitzu eta produktu batean pentsatu behar da, bezero potentzial hauen itzaropenei ez kalerik egiteko.

### 3.3 Sektorearen analisisia

Sektorearen analisisian, negozioa kokatuko den sektore edo industriaren analisisia burutuko da. Oro har, elikagaien industria establezimendu desberdinen multzo osaturiko taldeztat hartu da, honako atalez osatua eta elikagai moten arabera sailkatua dago, horien artean, besteak beste: haragi industria, arrantza, barazkiak, esnekiak, azukrea, kakaoa, ogigintza eta beste hainbat produktu sartzen dira. ([https://es.wikipedia.org/wiki/Industria\\_alimentaria](https://es.wikipedia.org/wiki/Industria_alimentaria))



Gazta-denda merkatuan dauden hainbat eta hainbat industria desberdinetatik, elikagaien industrian sartuko litzateke. Industria hau, elikadura katearekin loturiko prozesu guztiez arduratzen dena da; ekoizten den unetik, prozesatu, garraiatu, biltegitatu, saldu... egiten dena arte. Kasu honetan, janari zerbitzu bat eskaintzeko asmoa dago eta salmenta lokal txiki batean burutzeko.

Jakina den bezala, gazta animalien esnetik eratorritako produktua da, beraz, lehenengo sektorearekin zerikusi handia izango duen negozioa izango da, sektore honi eta artisau ekoizleei nolabait laguntzea bilatzen baita prozesu luze eta konplexuagoak ekidinez. Buruz-buruko harremana nahi da sektoreko ekoizleekin ez da negozioaren oparotasuna, soilik, bilatzen baita inguruko artisau eta gaztagile txikien ekonomiari bultzadaxoa ematea ere.

Esnearen sektorea, espainiar estatuarentzat sektore estrategikoa dela esan daiteke bere garrantzi ekonomikoagatik eta garapenari ematen dion ekarpenagatik eta ahaztu gabe landa eremuetako langileriarri. Sektore honek



12.700 milioi euro baino gehiagoko ekarpena egiten dio estatuari, 60.000 pertsona baino gehiagori lana ematen dio, eta gainera, jarduera garrantzitsua sortzen du ingurunean.

Espanian ekoizten den esne gehiena behiarena da, 6,5 tona baino gehiago dira; honek ekoiztutako esnearen ia %90 suposatzen du eta %3,1eko hazkundera izan du aurreko urtearekiko. Ardi esne ekoizpena ia 400 tonakoa izan zen ia ekoiztutako esnearen %5 eta ahuntz esne ekoizpena, berriz, ia 350 tonakoa.

Horrek ez du esan nahi, ordea, gazta kontsumoa animalia horiek ekoiztutako kopuruarekin proportzioan doanik, izan ere, Euskal Herrian ez dago behi gazta kontsumitzeko ohitura gehiegirik, gazta mota kontsumituena eta produktu eratorri gehien dituen ardiarena da eta ondoren ahuntzarena. Dirudenez, behi esnea beste hainbat produktu ekoizteko gehiago erabiltzen da; hala nola, esnea, jogurtak, gurina...

Estatu espainiarrean gaztaren kontsumoak beheranzko joera izan du mende hasera geroztik; esate baterako, 2000. urtean 4.025 milioi litro kontsumitzen baziren, 2014an 3.287 milioi kontsumitzera jaitsi da. 14 urtetan kontsumoa %18 inguru murriztu da.

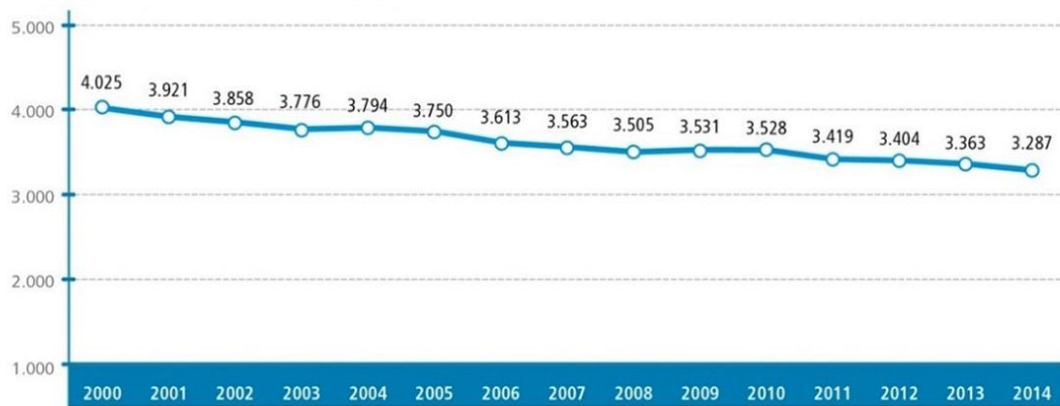
2014an esne eta esnekien batz besteko etxetako kontsumoa honela banatu zen: 73.33 litro esne likido, 15,35 litro jogurt, 7,76 milioi kilogramo gazta, 0,32 kilogramo gurin eta bestelako eratorrien 15,3 milioi kilogramo kontsumitu ziren. Honek guztira 167 litro esne esan nahi du.

Esneki kontsumituenak, besteak beste; jogurta, 443 milioi litro; gazta, 348 milioi litro; izozkiak 124 milioi litro eta esne irabiatuak 111 milioi litro izan ziren. Hauei jarraiki, esne-gaina 44 milioi, natillak 42 milioi, tartak 21 milioi, gurina 14 milioi eta mamia ia 9 milioi litro kontsumitu ziren. Azken horiei, bestelako esneki eratorriak gehitu behar zaizkie inon sailkatuak ez daudenak eta 383 milioi litroko kontsumoa izan dutenak.

Espanian kontsumitzen diren %94,7 esneki produktutatik, %55,8 supermerkatuetan erosten dira, %23,2 deskontu dendetan eta %15,7 hipermerkatuetan.

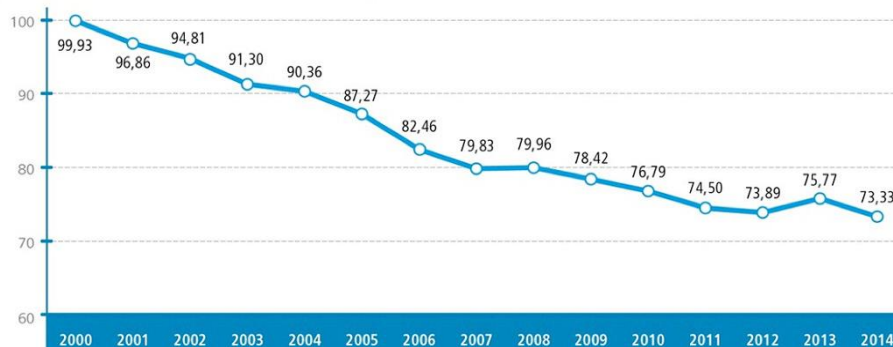
2014an gehien kontsumituriko esnekiak jogurtak izan ziren, 9,89 litro norbanako bakoitzak, 2013. urtean baino ia puntu bat gehiago. Gazta, berriz, 7,77 litro kontsumitu zituen pertsona bakoitzak, 2013 urtearekin alderatuz gero 3,5 puntu gutxiago. Etxetan kontsumitzen den esnearen %18 jogurt eta gazta dira, goranzko joerarekin gainera (1988an pertsona batek urteko 4,4 kilogramo kontsumitzen zituen eta gaur egun 7,77 kilogramo izatera pasatu da datua). ([http://www.inlac.es/sector\\_consumo.php](http://www.inlac.es/sector_consumo.php))

Azpian datorren grafikoan 2000 eta 2014 urteen artean izandako esne kontsumoaren bolumen totala ageri da milioi litrotan. Grafikoan nabarmen ikusten da kontsumoaren jaitsiera.



**Grafika 1:Esne kontsumoa 2000-2014. : Iturria: [www.inlac.es](http://www.inlac.es)**

Hurrengo grafikoan aurretik aipaturiko datetan *per capita* izan den kontsumoaren joera ikusten da; orokorrean beherako joera nabarmena izan da, 2013. urtean soilik izan du ia 2 puntuko igoera.



**Grafika 2:Esne kontsumoa 2000-2014. Iturria: [www.inlac.es](http://www.inlac.es)**



Ezin utzi aipatu gabe, ordea, eta nahiz eta datuen arabera Espainiako kontsumoa Europako herrialde garrantzitsuenen kontsumotik urrun izan, han pertsonako 15 kg-tik gora kontsumitzen baitira, gazta kontsumoak izandako bilakaerak eta bere aparteko garapen aukerak, sektorearentzat hazkunde aukera garrantzitsua dakarrela berekin. Aipatzekoa da, 2015ean populazioaren gazta kontsumoa 29.863 kilo izan zela eta 2014ko kontsumoa 29.425 kilo izan zela. Bata bestearekin konparatuz gero, %4 puntuko igoera suposatzen du 2014 urtearekiko.

Gazten artean, estatuan kontsumituena freskoa deiturikoa da,; kontsumitzen den gaztaren %28,9 mota honetako da, hurrengoa gazta erdi-ondua da %22,6, gazta urtua %12 eta bestelakoak (bola, Emmental, Gruyere, Urdina...) %21.

### **3.4 Lehiakideen analisisia**

Lehiakideen analisisia burutzerako garaian, kontutan hartzeko datu interesgarria da Donostia eta inguruan, probintzia osoan, ez dagoela gazta salmentara soilik jarduten duen negozio edo dendarik. Establezimendu askotan, artisau feriatan edo gaztagilearen etxean bertan eros daiteke gazta.

Aukera hauek guztiak onargarriak dira, noski, baina ez da inguruan herrialde eta probintzia desberdinetako gazta mota ezberdinak topatzeko aukera ahalbidetzen duen negozioirik. Gehienek euren gazta propioa saltzen dute, 2 edo 3 motatakoak.

Establezimenduek (gune komertzial, harategi...) gazta aukera zabalagoa eskaintzen dute, baina bertako produktua oso industrialia eta marka ezagunetako izaten da normalean. Ez dute produktu diferentziatua ("delikatesen" itxurakoa) saltzen eta saltzen badute oso leku gutxitan eta Idiazabal JI-ko gazta izan ohi da orokorrean.

Beraz, lehiakideen aldetik, laburbildu daiteke lehia zuzenik ez duela izango negozio honek, izan ere, saltzea estimatzen den gazta kopurua eskainiko duen establezimendu edo norbanakorik ez da aurkitzen probintzian, Iparraldean, agian, baina printzipioz ez da lehia zuzena. Izatekotan ere, Iparraldeko, gazta-denda horiek euren salmentak murriztuak ikus ditzakete

Hego Euskal Herriko jendeak ez lukeelako Iparraldera mugitu beharrik izango, gaztak Donostian topatuko bailituzkete.

Aipatzekoa da Euskal Herrian gaztagile asko dagoela eta feria eta azoken kultura ere oso zabaldua dagoela, baina hau ez da lehiatzat ikusten, izan ere, saltzaile bakoitzak gehienetan bere gaztak bakarrik salduko ditu eta gazta garaia izan arren, bakoitzak ez ditu normalean 6 gazta mota desberdin baino gehiago ekoiztuko. Dendan, berriz, momentuoro 30 erreferentziatik gora egotea espero da, batetik besterako aldea nabarmena da, beraz.

### **3.5 Salmenten aurreikuspena**

Atal honetan salmenta estimatuen diru-sarrera aurreikuspenak azaltzen dira, produktu lerro edota zerbitzuko.

Aipaturiko diru-sarrera estimazioen taula hiru urtean zehar eta hilero aurreikusten diren salmenten arabera burutua izan da. Saldutako produktu unitate bakoitzeko nahiz unitateko salmenta prezioak aipatuko dira

Ondorenean datozen estimazioak lirateke datozen hiru urteetarako aurreikuspenak.



Sarrera mota	1 Urtea	2 Urtea	3 Urtea
<b>Bertako gaztak dendan</b>			
Unit.	1.474	2.024	2.085
Prezioa	26,00	26,78	27,58
<b>Guztira</b>	<b>38.324 €</b>	<b>54.203 €</b>	<b>57.504 €</b>
<b>Nazio gaztak dendan</b>			
Unit.	4.088	5.615	5.783
Prezioa	25,00	25,75	26,52
<b>Guztira</b>	<b>102.200 €</b>	<b>144.586 €</b>	<b>153.365 €</b>
<b>Importazio gaztak dendan</b>			
Unit.	1.369	1.880	1.936
Prezioa	28,00	28,85	29,71
<b>Guztira</b>	<b>38.332 €</b>	<b>54.238 €</b>	<b>57.519 €</b>
<b>Bertako gaztak handizkariei</b>			
Unit.	764	1.019	1.019z
Prezioa	23,43	23,42	23,42
<b>Guztira</b>	<b>17.901 €</b>	<b>23.865 €</b>	<b>23.865 €</b>
<b>Nazio gaztak handizkariei</b>			
Unit.	1.901	2.611	2.689
Prezioa	21,50	22,14	22,81
<b>Guztira</b>	<b>40.872 €</b>	<b>57.808 €</b>	<b>61.336 €</b>
<b>Inportazio gaztak handizkariei</b>			
Unit.	655	900	927
Prezioa	27,29	28,09	28,93
<b>Guztira</b>	<b>17.875 €</b>	<b>25.281 €</b>	<b>26.818 €</b>
<b>SARRERAK GUZTIRA</b>	<b>255.503 €</b>	<b>359.980 €</b>	<b>380.407 €</b>

Taula 2: Salmenta aurreikuspenak Iturria: Landutakoa

Sarreraren aurreikuspenen taula hau gainetik aztertuz gero, argi gelditzen da datozen hiru urteetan gazta salmentagatik lortuko diren sarrerak igotzea aurre ikusten dela. Lehenengo urtetik bigarengora %30 inguruko igoera kalkulatu da, izan ere, lehenengo urtetik bigarrenean bezeroak denda ezagutzen doazen heinean gehiago kontsumitzea aurre ikusten da.

Hirugarren urtean, berriz, ez da hainbesteko igoera aurre ikusten, bigarrenetik hirugarren urtera gutxi gorabehera %6 inguru igotzea aurreikusten baita. Honen zergatia argia da, lehenengo urtean dena berria da, bigarrenean baretu egingo da mugimendua, sarrerak zerbait haziko dira eta hirugarrenean hazkundera motelagoa izango da, horrela dendaren sarreraren aurreikuspenaren egonkortasunari hasiera emango zaio.

### **3.6 AMIA analisia**

Enpresaren barne egoera aztertzean, ahulezia eta indarguneak nabarmenduko dira, hauek mikroingurunera mugatzen dira, hau da, kontrolagarriak diren atzetara. Kanpo egoerak, berriz, mehatxu eta aukerak hartzen ditu kontutan makroingurune batean, beraz, ingurune horrek kontrolagaitz bihurtzen ditu egoerak.

Gazta-dendaren merkatu lehiakortasuna aztertu ostean eta gazta-dendaren ezaugarriak kontutan izan ondoren, AMIA analisia erabiliko da enpresaren ahulezia, mehatxuak, indargune eta aukerak finkatzeko.

Aurkituriko aukera nagusiak honakoak dira:

#### **Tratu pertsonala:**

Bezeroekin aurrez-aurreko tratua, zuzenean beraien beharretara egokitzeko aukera eta eskainiko zaien aparteko tratua. Orain artean ziurrenik leku gutxitan topatu ahal izan dutena.

#### **Komertzio txikiaren igoaldia:**

Azken urteetan, gehiegi ez bada ere, igoera txiki bat jasan du auzoko

edo hiriko negozio gune txikietara kontsumitzera joateko joerak, zuzenean erosi nahi baitzaio produktua ekoizleari eta ahalik eta osasuntsuena izatea bilatzen du bezeroak.

### **Berritzeko gaitasuna:**

Enpresa honek berritzeko gaitasuna izan beharko du eta derrigorrean berritu beharko du gazta denboraldiko produktua delako eta unean uneko animaliek emango dutelako esnea. Hori dela eta, sasoi desberdinetaran garaikoak diren animalien esnez egindako produktuak ekoizten dituzten artisauak bilatu beharko dira, produktu hauek ez dira animalien ustiapen masibotik etorriko, animalia eta naturaren denborak errespetatuko dituen produktuak eskaintzea da helburua.

### **Merkatu hurbilean antzeko establezimendu gabezia**

Gipuzkoan antzeko zerbitzua eskaintzen duen dendarik ez egotea aukera paregabea da, enpresa berri bezain berritzaile bat martxan jartzeko izango dituen balore eta ezaugarriekin. Horrek lehiakortasunaren atek dezente ixten ditu, momentuz behintzat lehia zuzenik ez dagoelako. Artzain edo gaztagile bakoitzak bere baserri edo postuan bere gaztak salduko ditu, baina leku berean 30 gazta desberdinetatik gora topatzea ez da ohikoa.

### **Gipuzkoako turismo maila**

Gipuzkoan turismoa altua da, bertakoa, estatu mailakoa nahiz nazioartekoa eta gastronomiarekin loturiko turismoa gero eta gehiago hazten ari da Gipuzkoan. 2015. urtean aurrez aipatu bezala Gipuzkoak milioi bat bisitaritik gora izan zituen horrek dakarren jarduera ekonomikoarekin.

### **Jateko ohituretan aldaketak**

Gaur egun, kontsumitzailea itxura guztien arabera gero eta gehiago arduratzen da kontsumo arduratsuaz, produktu osasungarriak jateaz, produktua nondik datorren jakiteaz... kontutan izanda hori guztia enpresa honek izango lukeen pizgarria dela, oso-oso aukera ona da.

Sektorearen indarguneak:

### **Saltokiaren kokapena**

Saltokiak Gipuzkoako hiriburuan, orokorrean, oso ondo kokatuak daude eta gazta-dendaren lokala ez da gaizki kokatua egongo, hiri erdigunean eta ahal bada oinezkoentzat prestaturiko kaleren batean kokatuko baita, turismo gunetik gertu eta eskuragarri.

### **Bezeroarekiko hurbiltasuna:**

Bezeroak espreski inora joan beharrik izan gabe, nahi duen bakoitzean kalera irten eta bertan topatuko du negozioa aparteko tratua eta esperientziak eskaintzeko gogoz.

Ahultasunei dagokienean:

### **Lokalaren egokitzapena:**

Lokalaren egokitzapenean egin beharreko inbertsioa negozioa irekitzerako orduan aurka izango den alderdia da. Ez da lan gehiegi egin behar izaterik espero, baina aurka doan ezaugarria litzateke.

### **Negozio berria:**

Negozioa erabat berria izango da, inguruan antzekorik ezagutzen ez dena, ideia berritzailea eta ezezaguna da, hori ahulgune garrantzitsua da, baina, era berean, indargunea ere bai, berritzailea den heinean jakinmina piztuko baitu eta horrek bezeroak hurbiltzea ekarriko du.

### **Saturazioa:**

Hirigunean dauden hainbat eta hainbat negozio eta lokalek saturazioa sortu dute, metro karratu gutxitan aukera oso-oso zabala aurki daiteke edozein produktu edo beharrian asetzeko.

### **Eroslea gero eta informatuago dago**

Eroslea gero eta informatuago dago, besteak beste, edozein momentu eta unetan Interneterako sarbidea duelako, hori horrela, ez da erraza izango ezagutzen ez duen informazioa eskaintzea.

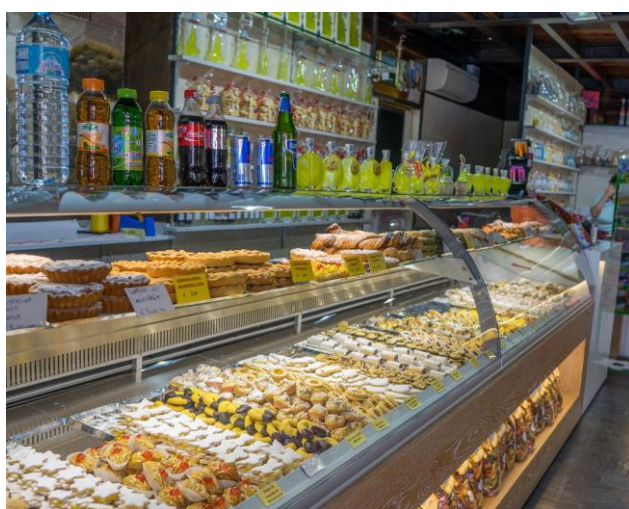


Topaturiko mehatxu nagusiak honakoak dira:

### **Behar-beharrezko produktua ez izatea**

Mota horretako produkturik ez izateak, produktu honen kontsumoari uko egitea errazten du, ez baita beharrezkotzat hartzen. Lehen mailako produktuak eskainiko ditu dendak, kalitaterik onenean, baina krisi garaian diruz larri dabilenak ez du gazta hau kontsumituko prezio eskuragarriak eskaini arren.

### **”Antzeko” diruditen produktuak**



Edozein denda, supermerkatu handi, delikatesen denda... nahiko erraz topa daitekeen produktua dela eman dezake. “Antzekoa” litzateke, ordea, leku hauetan normalean produktu oso industrialak saltzen baitituzte, prezio aldetik merkeago diren itxura eman dezaketenak, baina prezio

aldetik askoz garestiagoak dira, bitartekari askoen eskuetatik pasatzen baita produktua eta erabiltzen den lehengaiare ere hala moduzkoa delako. Dendako produktuak ez dira leku hauetako prezioak baino askoz garestiagoak izango, baina gantza izango dute, “light” produktua ez da existituko, kaloriak izango dituzte...

Produktu hauen fabrikazio prozesua industrialia da, eta dendak eskainiko lituzken gaztena, aldiz, artisaua.

Prozesua burutzeko egoerarik desiragarriena, hauxe izango litzateke; ahalik eta mehatxu eta ahuleziarik gutxien eta aukera eta indarririk gehien izatea. Enpresak, behin mehatxu eta ahuleziak identifikatuta, mugatu egin behar ditu, haien eragin kaltegarria minimizatzeko; bestela, zuzendu eta indartu egin behar ditu alderdi horiek, aukera eta indar bihur daitezten. Aukerak eta indarrak, berriz, zaindu, eutsi eta erabili behar ditu beti.

**AMIA Diagnostikoaren laburpen taula**

<b>KANPO ANALISIA</b>	<b>INDARGUNEAK</b>	<b>AHULGUNEAK</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kalitatea</li> <li>- Marka eta irudia</li> <li>- Izar produktua</li> <li>- Artisau produktuak</li> <li>- Denentzat eskuragarri</li> <li>- Lokal egokia</li> <li>- Kokapena eta hurbiltasuna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Komunikazio gutxi</li> <li>- Enpresa txiki eta berria</li> <li>- Konpetentzia</li> <li>- Inbertsio ertaina</li> <li>- Negozio berria</li> <li>- Saturazioa</li> <li>- Bezeroek informazio gehiegi</li> </ul>
<b>BARNE ANALISIA</b>	<b>AUKERAK</b>	<b>MEHATXUAK</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uneoroko berrikuntza</li> <li>- Izen ona lortzea</li> <li>-Tratua</li> <li>- Antzekorik eza</li> <li>- Turismoa</li> <li>- Ohitura aldaketak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekonomiaren aldaetak</li> <li>- Antzeko produktuak</li> <li>- Jateko ohituretan aldaketak.</li> <li>- Ez da ezinbesteko produktua</li> </ul>

**Taula 3: AMIA analisiaren laburpen taula Iturria: Landutakoa**

AMIA analisia burutua izan arren, ez da inoiz ahaztu behar, negozio bakoitzak bere ezaugarri propioak izango dituela, baina kontutan izan behar da hainbat akats ez burutzeko. Alde batetik, merkatua ezagutzea beharrezkoa da, informazioa ezagutu beharra dago, ezin da ezer suposatu edo susmatu. Bestetik, saltzen ere jakin egin behar da, edozeinek ez du horretarako balio, kasu honetan ere aholkulari baten laguntza behar izanez gero, eskatzea hobe da. Azkenik, prezioa faktore garrantzitsua da, hala ere, merke saltzeak ez du esan nahi produktu erosiena izatera iritsiko denik

Arrakasta lortzeko, ezinbestekoa da helburuak argi izatea; burutuko den jarduera sakon ezagutzea; proiektua lantzen denbora inbertitu behar da, ez da dirua inbertitzea soilik; merkatua aldakorra denez, aldaketa hauetara ere adi egotea behar-beharrezkoa da; lehiakideengatik zenbat eta gehiago desberdindu, arrakasta lortzeko aukera handiagoa izango da. Garrantzitsua izango da saltzera goazen produktuan sinestea; aukera desberdinak kontutan hartu behar dira erabaki onena hartzeko.

### 3.7 Marketing Plana

#### 3.7.1 Produktu eta zerbitzu politika



Produktu eta zerbitzu politikaren azterketarekin hasiko da marketing planaren azterketa. Negozio honekin eskainiko den produktua, kontsumorako produktua da eta ukigarria, gazta, hain zuzen ere. Orokorrean dendetan zapoerari erreparatuz gero ukiezin edo dastaezina litzateke, baina kasu honetan, badakigu dendan gazta probatzeko emango dela, beraz, hori ere ukigarria litzateke.

Iraupenari dagokionez, berehalako kontsumoa duen produktua litzateke jatekoa baita, hau da behin kontsumituko da, produktua hasi eta bukatu egiten da. Hori dela eta, erosketa frekuentziari dagokionez, onurako ondasuna litzateke, dezenteko maiztasunarekin erosten den produktua baita.

Produktu gama zabala izatea espero da baina beti ere garai edo denboraldiari egokiturikoa, ez baita beti gazta mota berdina topatzeko aukerarik izango, animalien ekoizpena ez delako intentsiboa izatea nahi.

Eskainiko den produktu eta zerbitzua bata bestea gabe ez da ezer izango, biak hala biak beharrezkoak baitira enpresa honen ideiarekin garapenerako. Produktua lehen mailako produktua izateaz gain, eskaini nahi

den zerbitzua ere apartekoa da, hau da, bezeroari eskainiko zaion arreta apartekoa izango da orokorrean eskaintzen denarekin alderatuz, kalitateari ere garrantzia handia emango zaio, bai hartatze nahiz produktu kalitateari.

Produktu hau ez da ontzikietan salduko, beharrezko kasuetan izan ezik, horrela bezeroari erosi nahi duen kopurua saltzeko aukera ematen du, ez du bezeroak ontzikiak behartutako zatia erosi beharrik izango. Gaztak berak emango du arreta, ez edukiontziak, gainera, produktu hauetariko asko zuzenean ekoizlearengandik iritsiko direnez, ez dute ia etiketarik izango, albaranetan bidaliko dituzte produktuaren inguruko datu guztiak (lotea, osagaiak, erabilera modua, iraungitze data...).



Produktuari dagokionez, gazta mota desberdinak eskainiko dira, gehienak artisauki ekoiztuak edo ahalik eta makinaria gutxien erabiltzen dituzten ekoizleei erosiiko zaie. Ez da nahi produkzio intentsiboko gaztarik, horrelako gazta asko aurki baitaiteke merkatuan. Kalitate bikaineko produktua eskaini ahal izateko, produktua mimatu egin behar da, ondo landu eta zer egiten den jakin

behar da gazta ona irteteko. Zapora aldetik ere ez du zerikusirik izango establezimendu handietan topa daitezkeen produkzio handiko gaztekin. Kalitatean bereizi nahi da besteekiko.

Eskainiko den zerbitzua ere desberdina izango da, edonor ohitua dagoenetik urrunago joango dena. Hau da, aurretik aipatu den bezala, dendan bertan eskainiko den arreta zeharo pertsonalizatua izango da, bezero bakoitzarekin behar den denbora igaroko da beharrezko diren azalpenak emango dira eta baita gazta probatzera eman ere. Horrela, bezeroak zer nolako produktua erostera doan jakingo du eta gustuko ez badu ez du zertan erosi, aurkezpena ere zaindu egingo denez, gaztak ez ditu bildurik edo hutsean

ontziratua topatuko, momenturo norberaren beharren arabera ebakiko da gazta zatia, beti ere, aleka saltzen den gazta ez bada.

Beraz, esan daiteke negozio berri honetan produktuaren kalitate eta emango den zerbitzuaren aparteko kalitatearen alde egingo dela lehiakideek eskaintzen duten zerbitzutik bereizteko.

### **3.7.2 Banaketa politika**

Negozioa martxan jarri baino lehen, banaketa politika eraginkor bat prestatzea komenigarria da, ez da norberaren esku dagoen atal bat. Ia gehienetan bitartekariekin lan egin behar izango da eta ezin izango da hauen jarduna nahi bezala kontrolatu.

Erabiliko den banaketa politika zehaztean hainbat atal kontutan izan beharko dira; alde batetik, erabiliko den banaketa politika, banaketa mota eta kanal honetan dauden partaideen funtzioak zeintzuk izango diren zehaztu behar da. Atal hauen inguruan erabakiak hartu ahal izateko, produktuaren ezaugarriak, produktua salduko den merkatua, salmenta ohiturak... bezalako ezaugarriak kontutan hartzea ezinbestekoa izango da.

Bestalde, banaketa kanala aukeratzean, produktuari dagokionez, derrigorrezkoa da produktua galkorra den edo ez kontutan izatea, produktuaren bolumena, ondo kontserbatu ahal izateko sortuko dituen mantenu beharrak kontrolatzea. Horrez gain, produktua salduko den merkatua ere aztertu behar da, hau da, bezero kopuru potentziala, zenbat eta bezero gutxiago, zuzeneko salmenta errazagoa izango da, honekin batera salmenta ohiturak kontutan hartu behar dira, ordainketa motak, erosketa baldintzak eta abar. Negozioak berak dituen baliabideak ere aztertu behar dira, egoera ekonomiko finantzarioa, aurrez antzeko esperientziarik izan den begiratu. Izan ditzakeen lehiakide zuzenak edo zeharkakoak ere kontutan izatea komenigarria da.

Atal hauek nolabait kontrola daitezkeenak dira, hala ere, beti gogoratu behar da, norberaren esku ez dauden faktore asko existitzen direla, herrialdeko faktore ekonomikoak, merkataritza araudia eta kultura nahiz demografia faktoreak, besteak beste.

Beraz, banaketa politikari dagokionez, esan daiteke kasu honetan, zuzeneko salmenta burutuko dela denda batean egongo baita enpresa. Biltegi guztia dendan bertan egongo da eta horretarako prestatuak izango diren hozkailuetan mantenduko direla produktu guztiak. Ahal den neurrian, produktuen hornidura dendaren esku egongo da, hau da, langile edo bazkideak berak jasoko ditu gaztak zuzenean gaztategi desberdinetatik. Honela bitartekariak ekidin eta prezio lehiakorragoak lortuko dira.

Beti ezin izango denez horrela izan distantziagatik, hornikuntza enpresekin harremanetan jarriko da denda, hornitzaileei aurrekontuak eskatu eta onenarekin lan egiteko. Logistika eta banaketa konpainia honek hotzarekin lan egiteko aukera ziurtatu behar du, gaztak hozkailuan egon beharko baitute momenturo.

Gazten banaketa dendatik bertatik egingo litzaieke bezeroei, hasera batean auto pertsonalarekin, aurrerago bat erosteko aukera zabalik utziko da.

Lokalak leku estrategikoan kokaturik egon behar du, hiriko erdigunean ahal den neurrian bertako jendea eta turismoa gehien mugitzen den inguruan, alegia. Bezeroek ikusiko duten lokal zatia ez da handiegia izango 30m<sup>2</sup> inguru nahikoa lirateke beharrak asetzeko. Horretaz gain, atzeko aldean beste 50-60m<sup>2</sup> inguru izatea komenigarria da hozkailuak sartu eta bulego txiki bat ezartzeko adina leku izan dezagun. Beraz, banaketari dagokionez, dendaren aurreko aldea izango da bezeroei arreta emateko gunea eta gaztak biltegitratzekoa bestea.

Hasera batean lokala ez da gehiegi apainduko, egurrezko apalak eta pare bat mahai luze jartzea nahikoa izango da. Apaletan gaztak ikusgai jarriko dira eta mahaietako batean ere bai, bigarren mahaia lanerako erabiliko da, kutxa erregistratzailearentzat eta gazta bildu eta poltsetan prestatzeko lekutzat, besteak beste.

### **3.7.3 Promozio/komunikazio politika**

Komunikazioa tresna indartsua da ondo erabiltzen jakinez gero, eta horretaz baliatu behar da kontsumitzailearengana iristeko. Enpresak

eskaintzen duen kalitatea eta besteekiko nabarmentzea lortzeko ezinbestekoa da hauek kontuan izan eta enpresa irudia mantendu eta hobetzea. Burutuko diren komunikazio ahaleginak ondorengoak lortzera bideratu beharko lirateke, besteak beste: negozio nortasuna hedatzera, publiko objektiboaren aurrean behar bezalako aurkezpena burutzera, prestigioa lortzera, konfiantza giroa sortzera eta bezeroak salduko den produktu hori probatzera.



Helburu hauek lortzeko, ezinbestekoa da publizitatea (ordaindutako komunikazioa), salmenta promozioak eta harreman publikoak (sare sozialak) bezalako tresnak erabiltzea, baina ez dira bakarrak. Komunikazio

politika aktibo bat burutu behar da enpresa ezagutzera eman eta pixkanaka inguruan finkatzen joateko. Hori dela eta, komunikazioaren eraginkortasuna, esan liteke, dauden interferentzien araberakoa izango dela, hau da, erabiltzen diren kanalen ezaugarrien araberakoa. Horretarako eskura dauden baliabide guztiak erabiltzea interesatuko da, baina, beti ere emaitza onenak emango dituzten aukerak erabiliz eta kontutan izanik enpresak ezingo dituela kontrolatu kontsumitzaileari iritsiko zaizkion mezu guztiak.

Publizitatea komunikazio modu eraginkorra da, ondo erabiliz gero. Kontutan izan behar da inbertsonala dela eta ia mundu guztiari iristen zaiola. Publizitatea erabiltzeko garaian bezeroak informatu behar dira produktuaren berri emanaz, ezaugarriak adieraziz, eroztera animatuz..., ahal den neurrian erosleak erakarri eta erosle kopurua handitzea ere helburu du eta leialtasuna sortzea ere garrantzitsua izango da.

Horretarako, bide berriez baliatzea beharrezkoa da, jakina da internetez baliatu behar dela enpresa; komunikazio modu honek duen irisgarritasun errazagatik eta uneoro edozein lekutan ikus daitekeelako. Webgune bat sortzea interesgarria izan daiteke, baina baita sare sozialak (Facebook,





irakurlearengan positiboki eragiten duen tresna bat litzateke.

*Harreman publikoei dagokienez, hauen helburua enpresaren aldeko giroa sortu eta irudia hobetzea da, babes nahiz gizarte ekintzetan parte har daiteke, besteak beste. Bestalde, garrantzitsua litzateke ahalik eta sare zabalena osatzea, horretarako inguruan dauden blogger, eta antzerako baliabideez baliabideak daiteke, negozioa hasiberri izanda bultzada garrantzitsu bat izan baitaiteke.*

#### 3.7.4 Prezio politika



Prezioa epe laburreko tresna izanik, oso tresna konpetitiboa da lehiakideengain eragina izan dezakeelako. Prezioa da mozkinak ematen dituen tresna bakarra, baina, era berean kontsumitzailearengan eragin garrantzitsua du, erosketan erabakian gehienetan baldintzatzen duen faktorea baita. Azken finean ekonomialari, nahiz kontsumitzaileek kontutan hartzen duten aldagai bakarra da.

Prezioa finkatzerako garaian helburu finantzarioak, komertzialak eta lehiakorrek kontutan izan behar dira, hiru faktore hauen orekari esker lortu baitaiteke prezioen helburuak betetzea. Helburu finantzarioak ezartzearekin, mozkinak maximatu daitezke, mozkin egokiak izan eta baita errentagarritasuna lortu ere. Helburu komertzialak finkatzean, berriz, salmenta bolumen eta merkatu kuotan oinarrituriko helburuak zehazten dira, kokapen eta irudian oinarrituz besteak beste eta azkenik, helburu lehiakorrek lidergoa lortu eta mantendu daiteke, lehiakideen eragina egonkortu eta antzeko ekintzak lor baitaitezke.

Prezioa ezartzerako garaian ere kontutan izan behar da barne eta kanpo faktoreak existitzen direla. Kostua barne faktore garrantzitsuena da, baina kostu aldakor, finko eta totalak daude eta guztiak izan behar dira kontutan. Kanpo faktoreei dagokienean, berriz, merkatu eta eskari motak

eragiten dute prezio maximoa zein izango den ezartzen baitute eta ondoren bezeroa izango da balio hori onartuko duena, izan ere, gaur egungo merkatua lehia perfektuko merkatua da eta horrek erosle zein saltzaile asko daudela esan nahi du.

Prezioak ezartzerako garaian, hainbat estrategia erabil daitezke, prezio garestiak ezartzearena, hasierako prezio merkeak jartzearena edo disuasio-prezioak izatearenea besteak beste. Lehenengo estrategia, bezeroak produktua merkatuan bakarria dela uste duenean eta eskusibitate irudia eman nahi denean erabil daiteke. Haserako prezio merkeak jartzearen aukera, berriz, produktu edo zerbitzua ahalik eta azkarren ezagutarazi nahi denean izan daiteke interesgarria. Azkenik, disuasio-prezioak lehiakideak merkatutik kanpo utzi nahi badira erabiliko dira, baina kontu handiz ibili behar da aukera honekin, kontrakoa lor baitaiteke.

Prezio politika gauzatzeko garaian kontutan hartuko da bezeroari prezio iriskorrak interesatzen zaizkiola krisialdi nahiz garai hobeagoetan; esan gabe doa, gainera, kalitate aldetik berme guztiak dituen produktu bat prezio onean aurkitzeak, bezeroarengan erosteko gogoia eta nahia handitzen dituela. Ez da prezioa erosahalmenaren mugari izaterik nahi, ez da bezero targeta mugatu nahi, zabaldu baizik; hau da, gazta ahalik eta pertsona gehienengana iristea da helburu nagusia.

Hala ere, ez da inoiz ahaztu behar produktuaren kostua kontutan izan beharreko faktorea dela gutxieneko prezio bat ezartzeko, produktu hori enpresarentzat errentagarria izan dadin, prezio merkeak jartzeak ez baitu ziurtatzen salmenta haztea eta, aldiz, bai errentagarritasuna murriztea.

Prezioak kiloko edo unitateko izango dira, beti ere, hornitzaileek ezarritako prezio motatik abiatuz (kilo edo piezako). Prezioaren barnean gazta biltzeko paperaren kostua, poltsarena eta gazta nonbait entregatu beharra leudeke barneratuak. Kasu honetan gaztak elikagaiak izanik, ez da aukerarik emango itzulketa egiteko ezta salmenta osteko zerbitzurik eskainiko ere. Gazta erosterako garaian, aurrez, ematen dela zerbitzu hori ulertzen da, probatzeko aukera eskaintzen baita.

Beraz, prezio politika erabakitzerakoan, prezioa, kostuaren gaineko margina edo onura gehituz finkatu behar da, merkatuaren balioa ere kontutan izan beharreko aldagaia izango da.

Ordainketa mota eskudirutan edo txartel bidez izango da datafonia erabiliko da horretarako; bestalde, deskontu mota batzuk ezartzeko aukera ere egongo da, besteak beste, banatzaileekin lanean hasten bada gazta denda edo ostalaritzarekin harremanak ezartzean.



Datafono edo TPV bidez ordaintzeko aukera gaur egun derrigorrezko ikusten da dugun merkatuan. Hainbat abantaila eta desabantaila ditu, abantailen artean, zerbitzu honek ziurtasuna eta erosotasuna eskaintzen dizkio erosleari, ez dago dirua soinean eraman beharrik ez eta kontatzen jardun beharrik ere. Gaur egun, txartelek dituzten segurtasun neurriak direla eta, ez dago arazorik txartelarekin ordaintzerako garaian.

Aipaturiko abantailak erosleentzat dira, baina saltzaile bezala, negozioa martxan jartzean negozio jabe bezala kontutan hartu beharko genituzkeen hainbat alor daude. Abantailak: txartelarekin ordaintzean akatsak burutzeko aukera gutxitzen duela, ez direla txanpon itzulketak kalkulatu behar, azkarrago burutu daitezkeela ordainketak, bankuan sartu beharreko diru kopurua ere murriztu egingo dela, eragiketak kontrolatuago daudela erregistratuak gelditzen direlako... Azken finean, egunean zehar egon daitezkeen deskuadreak ekiditen edo ahal den neurrian, behinik-behin, murrizten laguntzen du.

Desabantaila garrantzitsua du datafonia erabiltzeak, izan ere, erabilerari dagozkion komisio eta hainbat kostu kobratuko baititu banketxeak. Hileroko kuota, mantenua, eragiketa bakoitzeko komisio edo kobratuko duten portzentaia finkoa, datafonia beraren kostua ordaindu beharko ditugu. Gastu hauek guztiak, ordea, bankuarekin hitzartu daitezke, hala ere, gastuak izango

dira eta, beraz, kontutan izan beharrekoak.

Enpresa martxan jartzetik hurrengo hiru urteetako helburua merkatu kuota haztea da eta merkatuan posizionamentu ona lortzea. Horretarako produktuen prezioak aprobetxatu daitezke behar denean igoz, mantenduz edo jeitsiz. Hasera batean ez da prezio aldaketa haintzat hartuko, ez da horrelakorik egingo, baina aukera hori kontutan izango da beharrezko ikusten bada. Prezioa igo eta jaisten ibiltzeak merkatu kuotan aldaketak ekar ditzake, kontrolatu ezin direnak eta bezeroak kalitatean aldaketa egon dela pentsa dezake.

Uste da, denda handietan eskaintzen diren prezioak baino apur bat altuagoak eskainiz, merkatuan azkar sartzea lortuko litzatekeela, familientzat irigarriak diren prezioetan bezeroak fidelizatzea da lehenengo eginkizuna, prezioekin jolasean ibili baino, honek bezeroaren konfidantza galera suposa baitezake.

Hori dela eta, lehenengo 3 urteetako helburuak merkatu kuota ahalik eta zabalena izatea izan behar du eta prezioak ere eskaintzen den kalitatearen eskutik joan behar du..

### **3.7.5. Lehia abantailak**

Enpresa batek lehia abantaila du beste batekiko, besteak ez dituen ezaugarrien jabe bada edo besteak izan baditu, baina maila baxuagoan eta, gainera, ezaugarri hauek errendimentua eta lehiaren ekintzan lehenari ematen badio desberdintzeko aukera. ezaugarri hauek errendimendua eskeintzen badio lehenari bere lehia ekintza.. (*Navas López – Guerras Martín, 2002*)

Porterrek bi oinarritzko abantaila nabarmentzen ditu: produktuaren desberdintzea eta kostuen lidergoa. Enpresa batek bestearekiko lehia abantaila izango du, lehiakideen errentagarritasun mailaz gain gelditzeko duen gaitasunagatik produktuarekin desberdinduz eta burutzen duen lehia enpresaren kokapena kostuen liergoarekin identifikatzearen estrategiaren ondorioz, honekin lehiarekiko errentagarritasun handiagoa lortzeko gaitasuna izanez.



## 4. IKERKETA TEKNIKOA

### 4.1 Errekerimendu fisikoak

Negozia martxan jartzeko beharrezkoak izango diren errekerimenduak aipatuko dira jarraian. Gazta denda martxan jartzeko beharrezko izango diren tresneria, hainbat hornidura, altzariak... besteak beste.



Mota honetako tresneria erabiliko da hainbaten artean gazten aurkezpena zaintzeko, ezkerrean azaltzen den bezala gazta moztu ahal izateko, egurrezko ohola erabiliko da eta eskuinean azaltzen den lira mozketa txukunagoa gelditzeko. Irudiko labanareki berriz probatzen emateko zatiak ebaki ahalko dira.

Negozia martxan jartzeko beharrezkoak izango diren errekerimenduak aipatuko dira jarraian. Gazta denda martxan jartzeko beharrezko izango diren tresneria, hainbat hornidura, altzariak... besteak beste.

Askotan esan bezala gazta denda bat ezarri nahi da, hori lortzeko, lehenik eta behin, lokala behar da; hasteko, lokala alokairuan hartzeko ideia dago, hori horrela izanda ez da erosketetan gastu handiegirik espero.

Behin lokalaren kokapena eta lokala bera hitzartuta izanda, lokala egokitzeari ekin behar zaio. Horretarako, egurrezko apalak erostea ezinbestekoa da, apalak guk egitea da ideia, materiala erosi eta eraiki.

Gaztak jartzeko altzairuzko mahai pare bat ere erosi beharko genituzke, hotz sistemaren bat badu hobe, gaztak horrela hobeto kontserbatzeko aukera emango liguke. Bigarren mahaiak ez du hotz sistemarik izan beharrik, bertan kobruak burutzeko kaxa, gaztak biltzeko papera, gaztak mozteko tresneria eta abar jarriko bailirateke.

Kobruak burutzeko kaxa pisua neurtuko duen balantza bati lotua joango da. Balantza hau, beraz, PC edo kaxa erregistratzaile bati lotuko zaio informazio guztia bertan biltzen joateko. Orokorrean balantza hauek 15kg arteko pisua neurtzen dute, kasu honetan nahikoa izango da, ez baita 15kg bain gehiagoko gazta osorik salduko. Balantza honek argindarrera konexioa, batera, inpresora batera konexioa eta eragiketa komertzialak burutu ahal izateko aukera eskaintzen du. Balantza honek berak, egunen batean ordenagailuarekiko konexioak funtzionatuko ez balu, zuzenean prezioa sartuta kalkulua egiteko aukera emango luke, pisua, prezioa eta zenbatekoa azalduko baititu, behar izanez gero ere tikea emango luke. Haatik, 355X245mmko dimentsioa duen azalera du.

Erremintei dagokienez, labanak, taula gogor bat, Handee bat eta gaztak mozteko hainbat labana erosi beharko dira. Hauek guztiak, gazta mozteko bereziki pentsatutako tresnak dira.

Momentuz ez da aurreikusten enpresako kotxea erosterik, banaketak egin beharko balira gure kotxe partikularrekin egingo genituzke.

Lana ongi burutu ahal izateko beharrezko egingo zaigu ordenagailua baskula elektriko batera konektatua egotea eta gazten prezio eta pisuak kontrolatuko dituen software bat erostea.

Ura (“Gipuzkoako Ur Partzuergoa”) eta argindarra bezalako hornidurak ere kontratatu beharko dira, baita enpresarako telefono zenbakia eta internetera konexioa ere.

Webgunearen domeinua ere erosi beharko dugu bertan informazioa argitaratzeko edota aurrerago online salmenta martxan jarri nahiko bagenu.

Material honen guztiaren informazioa txukunago ikus dadin, jarraian, taula batzuk landu dira errekerimendu fisikoei dagokien zatia argiago ikusteko.

<b>Hornigaiak</b>	
Argia (15KW baino gehigo)	3,39€/kW hilabete
Ura (80-500m3 bitartean)	1,16€/m3 hilabete
Zaborra	21,04€/hilabete
Wifi sarea	39€/hilabete

**Taula 4 Beharrezko hornigaiak. Iturria: landutakoa**

## 4.2 Lokalaren deskribapena



Denda kokatzeko pentsaturiko lokala ez da lokal handiegia izango, 40m<sup>2</sup> inguru nahikoa dira. Komenigarria da atzean almazena ezartzeko lekua izatea, almazen honek dendaren tamaina edo handixeago izan beharko luke; gaztak hobeto kontserbatu ahal izateko, bigunenak, behinik-behin, hozkailuan sartzea komeniko delako, eta beraz, pare bat hozkailu, gutxienez, erosi beharko dira.

Lokala txikia izango denez, ez da uste apaingarri gehiegi jartzea egokia denik. Hori dela eta, gaztak bistan izateko dendaren pareta bat egurrezko apalez beteko da eta mahai luze bat jarriko da apalen aurrean gazta gehiago jarri ahal izateko. Gaztak bezeroarengandik hurbil izatea nahi da, gertutasuna garrantzitsua baita, ez langileen gertutasuna soilik, gazten presentzia eta bertan izatea ere ezinbestekoa da. Dendak gaztak josia dagoen itxura eman behar du. Horretaz gain ere, ezinbestekoa izango da publikoak ikusiko duen denda-zatia hotz izatea eta behar adinako hezetasunarekin. Hori lortzeko aire egokitu egokia duen lokala izatea kontutan hartu behar da.



## **5. NEGOZIOAREN ERAKETA**

### **5.1 Egitura juridikoa**

Enpresa honen egitura juridikoa Erantzukizun Mugatudun Enpresa edo Sozietatearena izango da, enpresa txiki eta ertainetarako egokiena baita, nahiz eta handietarako ere erabil daitekeen (burtsan kotizatuko ez balu beti ere). Erantzukizun Mugatuko Sozietateetan haserako kapitala, sozietatea osatuko duten partaideen artean egindako aportazioaz osatzen da, hau da, kapital horren ekarpena, bazkide guztiek egindako aportazioarekin osatuko da. Bazkide izateko bazkideen Erregistro Liburuan izen emanda egon behar du pertsona horrek. Erregistro honetan izen emanda egoteak eskubide batzuk bermatzen dizkio bazkideari, besteak beste: irabazien banaketan partehartzea, enpresaren likidazioak sortutako ondasunen banaketa, erakundearen erabakietan parte hartzeko aukera, adiministratzaile izatea edota partaidetzen titularitate eta transmisioak burutzea..

Erantzukizun mugatuko enpresaren ezaugarri nagusien hauexek izango dira; kapitaldun sozietate bat izango da, pertsonalitate juridiko propio eta itxura komertziala izango du edozein dela ere bere jatorria.

Mota honetako enpresa batean, bazkideek edozein ezustekoren edo zorren aurrean izango duten erantzukizuna mugatua izango da egin duten haserako kapital aportazioaren proportzio berekoa, gehienez; ez dute inolako erantzukizun pertsonalik izango, hau da, erantzukizuna sozietateraren ondarrera egindako ekarpenetara mugatzen da, hori izanik gal dezaketen bakarra.

Gutxieneko aportazioa 3.000,00€-koa izango da eta ordainketa hau sozietatearen eraketa unean egin beharko da. Ekarpene hauek partaidetzetan banatuko dira, bazkide bakoitzak bereak izango ditu, ezin izango dira banatu, baina bai gehiago erosi. Kapitala bazkide guztien artean egindako aportazioez osatuko da eta bazkide hauek, bi kasu honetan, ez dute zorrez pertsonalki erantzungo.

Kapital sozialak bere osotasunean izenpetu eta ordaindua egon behar

du, era berean, enpresaren sortze unean eta dokumentu publiko bidez formalizatu beharko da. Kapital sozialaren osaketa balorazio ekonomikoa izan dezakeen ondasunez edo eskubide patrimonialez osatu ahalko da, inolaz ere ez da lan edo zerbitzu bidez osatuko.

Batzar Orokorra:

Bazkideek urtean behin, gutxienez, Batzar Orokorra egin beharko dute; organu honen bidez bazkideen arteko akordioak ezartzen dira honako ataletan, besteak beste: urteko kontuen onarpena, emaitzen/resultados banaketa, gizarte kudeaketaren zentsura, administratzaileen izendapen eta banatzea; likidatzaileak eta kasu bakoitzean kontuen auditatzaileak; enpresa estatutuen eraldaketa; kapital sozialaren zabaltze edo murriztea; sozietatearen eraldaketa, fusio edo bereizketa, sozietatearen desegitea.

Administratzaileak:

Sozietatearen atal exekutatzaile eta adierazgarria da, era berean, enpresako eguneroko administrazio lanak burutuko dituzte eta hirugarrenetik erlazioak ere beraiek landuko dituzte sozietatearen izenean.

Administratzaileak izendatzeko eskumena Batzar Orokorrari bakarrik dagokio, aurkakorik ez bada esaten estatutuetan, behintzat.

### **5.1.1 Sozietatearen eraketa egiteko pausoak**

Sozietatea eratzeko eman beharreko pausuak jarraian datoz zehaztu eta garatuta: sozietatearen izen berdinek ezaren ziurtagiria, Identifikazio Fiskalaren Kodea (IFK), Eskritura Publikoa, Ondare Eskualdaketen gaineko Zerga (OEZ) eta Egintza Juridiko Dokumentatuen gaineko Zerga, Dokumentatuen gaineko Zerga, Probintziako Merkataritza Erregistroan inskribatzea eta Bazkideen liburuaren eta akten legeztatzea.

#### **1) Sozietatearen Izen Berdinik Ezaren Ziurtagiria**

Ziurtagiri hau lortzea derrigorrezkoa da, honek dagoeneko sortu nahi den enpresaren izen berdina duen sozietaterik ez dagoela ziurtatzen du.

Behar-beharrezko den eskakizuna da sozietateen Eskritura Publikoa

esleitzeko. Madrilgo Merkataritza Erregistro Zentralean ematen dute eta izen eskaera 6 hilabetez mantentzen dute. Izen Berdinik Ezaren Ziurtagiri honek 3 hilabeteko iraungipena du eta beste hiru hilabetez berritu daiteke. Guztira 6 hilabete pasatzean izena Probintziako Merkataritza Erregistroan inskribitzen ez bada, baliogabetua izango da. Dokumentazio hau, Merkataritza Erregistro Zibilean bertan edo postaz eskatu ahal da, baita telematikoki ere erregistro honek duen webguneko formulario betez edota notario bidez, beti ere horretarako eskumena badu

## **2) Identifikazio Fiskalaren Kodea (IFK)**

Beharrezko zenbakia da pertsona juridiko edo izaera juridikorik ez duten erakundeentzat. Eskaera dagokion probintziako Zerga Administrazio Agentzian burutu behar da, sozietatea eratu eta hilabeteren buruan, baina beti ere ondasun eta zerbitzuak erosi gabe, ordainketa eta kobruak... burutu gabe IFK zenbaki horren pean.

Zenbaki hau behin-betikoa izango da, enpresak eskritura publikoaren kopia edo eraketa burutu den dokumentua edo giza estatutu edo ordezkua eta Erregistro Publiko batean inskripzioa egin izana egiaztatzen denean. Dokumentazio hori aurkeztu bitartean IFK zenbakia behin-behinekoa izango da.

## **3) Eskritura publikoa (Notario bidez)**

Sozietatearen sorrera edo konstituzioa eta eskritura bazkide fundatzaile guztiek eman sinatu behar dute, izan pertsona juridiko nahiz fisiko. Pertsona hauek beregain izango dute partaidetzen osotasuna eta eskritura publiko bidez burutu beharrekoa da

Dokumentu honek derrigorrean bazkide guztien nortasuna agertu behar du; erantzukizun mugatuko sozietatea sortzearen nahia, bazkide bakoitzak egindako ekarpenak; enpresaren administrazioa nola osatuko den zehaztapena; administrazioaz eta sozietatearen izenean aurpegia emateaz arduratuko diren pertsona edo pertsonen identitatea eta bazkideek beharrezko deritzaten baldintza edo akordioak erantsi ahalko dira, legearen aurkakoak ez diren heinean. Horrez gain, enpresaren estatutuak idaztea ere beharrezkoa

izango da eskrituran. Estatutuetan sortuko den sozietate mota adierazi beharko da, helbide soziala, kapital sozialaren zenbatekoa eta nola banatua dagoen, administrazioa antolatzeko modua eta zenbat arduradun dauden horretarako, akordioak onartzeko modua eta jarduera deskribapena, besteak beste.

Osatze eskritura Probintziako Merkataritza Erregistroa eraman beharko da inskribatzera baina.

#### **4) Ondare Eskualdaketan gainerako Zerga (OEZ) eta Egintza Juridiko Dokumentatuen gainerako Zerga**

Kapital transferentziak, korporazio-eragiketak eta ekintza juridikoak zergapetzen dituen foru zerga da, edonolako kapital eskualdaketak zergapetzen ditu %1 ordainaraziz.

Notaritza dokumentua lortzetik (eskritura publiko edo notario akta) 30 laneguneko epea dago likidazioa burutzeko. Horretarako ere hainbat dokumentu aurkeztu behar dira, besteak beste, zergen likidazioa eta nortasun agiri zenbakia.

#### **5) Probintziako Merkataritza Erregistroan inskribatzea**

Enpresa Probintziako Merkataritza Erregistroan inskribatu behar da, hau ere notario aurrean eginiko eskritura bidez. Inskripzio hau, helbide soziala kokatzen den probintziako Merkataritza Erregistroan aurkeztu beharko da 15 eguneko epean, behin pausu hori burututa nortasun juridiko osoa lortuko du enpresak. Azkenik, legalizazioa sozietatea helbideratzen den probintziako Merkataritza Erregistroan egin beharko da.

#### **6) Bazkideen liburuaren eta akten legalizazioa**

Bazkideen liburuan bazkideen kapital partaidetzen transmizioen berri idatziko da. Kasu bakoitzean partaidetzen nortasun eta jabearen helbidea jakinaraziko dira.

Akten liburuan idatzi beharko dira batzar orokor eta berezietan hartutako erabakien inguruko gorabeherak, eztabaidatu diren gaien laburpen motz bat

ere erantsi behar da, baita harturiko erabaki eta bozketen emaitzak ere.

## **5.2 Negozioa martxan jartzeko tramiteak**

### **5.2.1 Foru Ogasunean**

Foru Ogasunean Erroldan alta eman behar da, hori errolda aitorten bidez egiten da eta aktibitatea hasi aurretik jakinarazten zaio Administrazioari. Bestalde, Ekonomia Jardueren gaineko Zergetan ere alta eman behar da, hau ere enpresaren jarduera hasterako burutzen da.

### **5.2.2 Gizarte Segurantzaz**

Tramiteekin jarraituz, Gizarte Segurantzaz enpresa bera inskribatzea beharrezkoa da, hemen enpresarena soilik eta bereizgarri izango den zenbaki bat ematen dute. Edozein gestio burutzeko zenbaki hau beharrezkoa izango da, besteak beste, enpresaren izenean hainbat eta hainbat tramite egiteko eta baita langileak kontratatu ahal izateko ere.

### **5.2.3 Eusko Jaurlaritzaz**

Eusko Jaurlaritzaz negozio berria irekitzerako garaian jakinarazpena helaraztea beharrezkoa da, honek kontutan izan dezan irekiera berria eta arazorik egon ez dadin.

### **5.2.4 Probintziako Laneko eta Gizarte Segurantzazko Ikuskaritzaz**

Probintziako Laneko eta Gizarte Segurantzazko Ikuskaritzaz bisita liburuaren legeztatzea ere egin beharreko tramitea da. Negozio eta enpresa oro, derrigortua dago liburu hau izatera eta lan ikuskaritzazko funtzionario batek firmatu eta zigilatua egon behar du.

### **5.2.5 Udal Tramiteak**

Udaletxean, negozioa irekitzeko baimena eskatu behar da, lantoki edo

lokala hirigintza planetan ezarritako arauen arabera zabalduko dela egiaztatzeko.

Lokalean ere obraren bat egin beharko balitz, beharrezko diren baimenak udaletxean eskatu beharko dira.

**1) Aktibitatearen eta instalakuntzaren lizentzia**

Ingurukoei eragozpenak, pertsoneri eta ondasunei arriskua eta ingurugiroari kalte egin diezaieketen aktibitatearen eta instalakuntzaren lizentzia eskatu beharko litzateke.

**2) Irekiera lizentzia**

Instalakuntzagatik udaletxeari eskatu behar zaion lizentzia da non honek indarreko hirigintza arauak errespetatzen dituela konprobatu ondoren, lokalaren irekiera baimendu behar duen.

### **5.3 Lanpostuak eta bakoitzaren deskribapena**

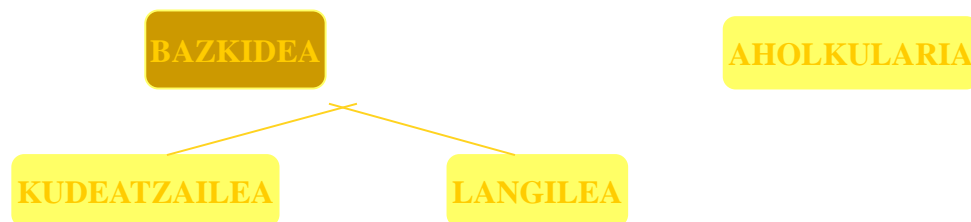
Atal honetan zerbitzua behar bezala eskaintzeko beharko diren langile beharrak aipatuko dira, guztia beti ere, estimatzen den lan kargaren arabera. Zehaztu beharreko hainbat atal daude; langile beharrak, hauek bete beharreko funtzioak eta nola koordinatu eta antolatu diren pertsona hauek ongi zehaztea. Langileen hautapen prozesuak eta kontratazioa ere burutu beharko dira. Soldatak, prestakuntza eta lan baldintzen nondik norakoa ezartzea ere ezinbestekoa izango da, besteak beste.

Aipatu izan den bezala, hasera batean bazkideak izango lirateke langileak, bi pertsona hauek osatuko lukete lan taldea eta ezinbestekoa da lana zentzu berean egitea eta helburu berdinak izatea, elkar osatuz bata bestearen gaitasunak osatuz, ezaguera eta esperientzia desberdinak elkarrekin banatuz, helburu zehatzera elkarrekin iristeko. Talde lanean aritzea beharrezkoa da, eraginkorragoa baita zentzu berean eta batera lan egitea, horrela multzoa izango da jarduera eta lorpenen erantzule.

Bertan lan egiteko beharrezko diren gaitasun eta trebetasunak ezartzea behar-beharrezkoa da, horrela ezaugarri desberdinen zerrenda burutu ahal

izango da; etorkizunean kontratatu beharreko pertsona horrek izan behar duen esperientzia, trebeziak edo ezaugarri pertsonalak ezartzerakoan.

Langileriari dagokion fluxu diagrama dator marraztua ondorengo taulan. Hasera batean orain arte aipatu izan den bezala, bazkideek burutuko dute negozioari loturiko guztia; haserako gestioak baita bezeroak artatzea ere.



### Diagrama 3: Langile fluxu diagrama. Iturria: landutakoa

Bazkidea bera izango da guztiaz arduratuko dena, sozietatearen eraketatik hasi eta bezeroarekin azken unerainoko harremana izango duena. Hala ere, zeregin desberdinei dagokienean, betebeharrak zehatzago adieraziko dira:

#### Kudeatzailea

Bazkideek kudeatuko dute negozioarekin zerikusia duen guztia, aholkulariaren laguntzaz (honen zeregina geroago azalduko da). Bazkide hauek gazta-denda sortu, antolatu, zuzendu, koordinatu eta antolatu beharko dute enpresak bizirautea nahi badute, lana ondo egitea oso garrantzitsua izango da emaitza onak izan nahi badira. Zerbitzuaren kalitatea ezinbestekoa denez, horretaz momentuoro arduratu beharko dute. Enpresaren marketing atala ere bazkideek burutuko dute, kasu honetan; baita aurrekontuak aztertu, salneurriak ezarri, hornitzaileekin prezioak zehaztu... bezalako lanak ere. Kasu honetan, langilerik ez da kontratatuko, baina beraien lana zaindu beharko dute langileei eskatuko lieken maila berean. Langileak kontratatu beharko balituzkete, hauei enpresaren berri eman, formakuntza eskaini... bezalako lanak burutzeaz arduratu beharko lukete.

#### Aholkularia

Bazkideentzat ezinbestekoa izango da aholkulariaren zerbitzua



kontratatzea, honek sozietatearen inguruko zergekin, likidazioarekin, kontabilitate eta beste hainbat eta hainbat ataletan lagunduko baitu. Hori dela eta, laguntza ezinbestekoa izango da enpresak arrakasta izateko, kontu legalen nondik-norakoaren berri oso ondo baitaki pertsona honek eta asko lagundukoluke.

### Bazkidea (langilea)

Pertsona honek, kasu honetan bazkideak, baina etorkizunean, agian, kontratatu daitekeen langileak, bazkide edo nagusiaren laguntzaz, dendaren egunerokotasunak eskatzen dituen betebeharrak burutu beharko ditu; ez bezeroak artatzea soilik, biltegia kontrolatzea, kobruak burutzea, hornitzaileek eskariak egin eta bidalitako produktua behar bezala jasotzen dela ziurtatzea, denda garbi mantentzea... bere lana izango da.

Orain arte aipatutakoaren aritik, langileria egitura bat aurreikusten da, ondorengo taulan azalduko dena. Bertan soldata gordinaz gain, pertsonaleko kategoria bakoitzerako autonomoen kuota, enpresaren eta langilearen kargurako Gizarte Segurantzza, zergak, EPSV eta bestelako gastuak kontutan hartzen dira.

<b>Kontzeptua</b>	<b>1 Urtea</b>	<b>2 Urtea</b>	<b>3 Urtea</b>
Soldata gordina	27.000,00 €	40.800,00 €	40.800,00 €
Enpresaren Kargurako Gizarte Segurantzza	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Enpresak ordaindu beharreko autonomo kuotak	5.400,00 €	7.200,00 €	7.200,00 €
Enpresak ordaindu beharreko prebizio planak	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Guztira pertsonal gastua</b>	<b>32.400,00 €</b>	<b>48.000,00 €</b>	<b>48.000,00 €</b>

**Taula 5: Langile egitura eta kostua Iturria: Landutakoa**

Hurrengo taulan aurreikusten diren zenbait langileria gastu azaltzen dira. Egindako estimazioen arabera, lehenengo urtean, behinik behin, bi bazkideak egingo dute lan, ez da aurreikusten inor kontratatzerik, hala ere, aurreragorako kontutan izango da kostu hori eta aipamena egingo zaio kontratatu beharko litzatekeen pertsonaren perfilaren deskribapenari ere.



## PLANTILLA KONTRATAZIOA ETA ERAKETA

Erregimena	Pertsonak	1 Urtea	2 Urtea	3 Urtea
Autonomoa	1 Sodata gordina	13.500,00 €	20.400,00 €	20.400,00 €
	Autonomo kuota	2.700,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €
Autonomoa	1 Sodata gordina	13.500,00 €	20.400,00 €	20.400,00 €
	Autonomo kuota	2.700,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €
<b>Guztira pertsonal gastua</b>		<b>32.400,00 €</b>	<b>48.000,00 €</b>	<b>48.000,00 €</b>

**Taula 6: Plantilla eraketa Iturria: Landutakoa**

Estatuko elikadura legeak, elikagaien industria arautzen duen multzoa barneratzen du eta bi helburu nagusi ditu:

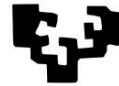
- Kontsumitzailearen osasun higienezko aldeko praktika onak babestea eta segurtasunari dagokionez, elikagaien industriak ezartzen dituen legeen arabera betebeharrak burutzea.

- Kontsumitzaileak iruzur, faltsutze eta abarretatik babestea, gizabanakoarentzat osasun arrisku bat suposatuz gabe elikagaien kalitatearen galerarik eman ez dadin.

Gipuzkoan gaur egun indarrean dagoen elikadura industriako hitzarmen kolektiboari egin beharko zaio kasu.

*Gipuzkoako Elikaduraren Industria eta Merkataritzako Hitzarmen Kolektiboa* hartuko da oinarritzat eta langileari dagozkion konbenio honetako eskakizunak errespetatuko dira. Hitzarmen honek Gipuzkoako Lurralde Historiko guztian du balioa.

*“Janari-dendetako xehekariak, supermerkatuak, kontsumorako ekonomatoak, kontsumorako edo banaketarako kooperatibak, harategiak eta urdaitegiak, kafe-txigortzaileak, elikagaien handizkariak. Halaber, Gipuzkoan elikagaiak ekoizten eta saltzen*



*dituzten enpresa guztiak, oro har, baldin eta ez badaude beste edozein ordenantza edo hitzarmen kolektiboren funtzio-eremuari lotuta” (1.ko Kapituluko 2. artikulua; funtzio-eremua)*

Hitzarmenak dituen lanpostuen artean, hasera batean interesatuko liratekeenak aipatuko dira jarraian, bigarren taldeko dendaria eta dendari laguntzailea. Kontutan izan behar da aurreikuspenetan, bi xxx hauek ez direla kontutan izan, baina garrantzitsua da langileak kontratatu behar izango direnerako informazio hau zehaztua izatea.

Dendari laguntzailea, sektorean lau urte baino gutxiagoko esperientzia duen pertsona izango da eta dendariari lagunduko dio beharrezko den funtzioetan, ahal den neurrian dendariari lana errazteko. Dendaria berriz, salmentak egiteko ardura duen langilea da; salgaien inguruko ezagutza izango du, eroslea orientatu ahal izateko, izakinen biltegia kontrolatu eta eskaparatea atontzeaz arduratuko da.

## 6. INBERTSIO ETA FINANTZAKETA

Atal honetan inbertsioaren egituraren nondik-norakoa aztertuko da eta baita erabiliko den finantzazio mota ere.

### 6.1 Ibilgetu materiala

#### 6.1.1 Ibilgetuaren amortizazioa

Landuta dagoen azpiko taula honetan, ibilgetuaren amortizazioaren aurreikuspena nolakoa izatea espero den azaltzen da.

	Urteko amortizazio koefizientea %	Bizitza utila
<b>Lokalaren egokitzapena</b>	% 10,00	10
<b>Altzariak</b>	% 10,00	10
<b>Instalakuntza teknikoak</b>	% 10,00	10
<b>Tresneria</b>	% 20,00	5
<b>Bestelako ibilgetua</b>	% 10,00	10

**Taula 7: Ibilgetu amortizazioa Iturria: Landutakoa**

Ibilgetu material bakoitzaren urteko amortizazio kuota 10 urtetan izango litzateke baina aurreikuspen guztiak epe laburrera egin direnez 5 urte aipatzen dira.

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Lokalaren egokitzapena</b>	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €	500,00 €
<b>Altzariak</b>	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €
<b>Instalakuntza teknikoak</b>	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €
<b>Tresneria</b>	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €
<b>Bestelako ibilgetua</b>	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €
<b>Urteko amortizazioa</b>	1.950,00 €	1.950,00 €	1.950,00 €	1.950,00 €	1.950,00 €

**Taula 8: Urteko amortizazio kuota Iturria: Landutakoa**

### 6.2 Ibilgetu ukiezina

Negozia martxan jartzeak hainbat gastu administratibo ditu, merkataritza erregistro Zentral eta Gipuzkoakoan izena emateak sortzen dituenak, izena errepikatu ez dela konprobatzearena, inskripzioa bera burutzea

notario aurrean, hainbat aholkulariri ordaintzea, Gizarte Segurantza eta Zerga Administrazioan negozio berria altan ematea... Tramite hauek guztiak burutzearen estimaturiko kostua, gehienez, 1.200,00€ izatea espero da.

### 6.2.1 Jarduera lizentzia

Jarduera martxan jarri ahal izateko Donostiako Udalean hainbat tramite egin behar dira jarduera sailkatuaren lizentzia eta obra burutzekoa lortzeko. Ez dago eperik eskaera egiteko, baina bai negozioa martxan jarri aurretik egin behar dela, eskaera online egiteko aukera eskaintzen du udaletxeak.

Jarduera lizentzia lortzeko aurkeztu beharreko dokumentazioa honakoa da:

- *Dokumentazioaren kopia bat paperean eta beste bat formatu digitalean aurkeztu ahal izango da.*
- *Proiektu Teknikoa, gaikuntza eta eskumena dituen profesional batek egina:*
  - *Ingurumen Memoria Deskriptiboa burutu beharko du honakoa aintzat hartzen duena:*
    - *Lokalaren deskripzioa; eremuak (erabilgarriak eta eraikiak), guztizkoak eta zatizkoak erabileren arabera; sarbideak, lokalaren kokapena eraikinaren barruan eta eraikinarekiko komunikabideak.*
    - *Fatxadaren edo fatxaden koloretako argazkia*
    - *Jardueraren deskripzioa: (helburua eta garapenaren edo ekoizpenaren berezko teknikak, makinak, erregaiak, higiene instalazioak...) eta jarduera horrek ingurumenean, pertsonengan edo haien ondasunetan eragin ditzakeen kalteak gutxitzeko ezarri diren neurriak*
    - *Jarduerak funtzionatzeko behar dituen makinaren deskripzio eta ezaugarri teknikoak, eta lokala aireberritu edo girotzeko instalaziorik jartzekotan, halakoen ezaugarriak*
    - *Lokalaren edo jardueraren aurrekariak: deskribatzea edo azaltzea ea BERRIA, BERRIKUNTZA edo LEGEZTATZEA den, berria ez*

*izatekotan*

- *Aplikatu beharreko araudia betetzen dela justifikatzea: udal araudia (HAPO, Orden. Osagarriak, Zaratari buruzko Orden., Eko-Ordenantza), Irisgarritasuna, Suteen aurkako Babesa, sanitate araudiak eta abar.*
- *Planoak*
  - *Jardueraren kokapena (eskala gutxienez, 1:5000)*
  - *Kokalekua: Lokalaren edo eraikinaren kokapen zehatza adieraziz eta finkaren gainerako elementuekiko erlazioa islatuz (eskala gutxienez 1:500).*
  - *Oin kotatuak: lokala osatzen duten maila guztien gaurko egoera eta egoera berria islatzen dituzten planoak, honako hauek zehaztuz:*
    - *Lokala osatzen duten gelen banaketa eta erabilerak, kotak eta eremuak ere azalduta (eskala 1/50 edo antzekoa) irisgarritasun arauak betetzearen justifikazioa barne.*
    - *Instalazioak. aireztatzea, girotzea, makineria, Suteen aurkako Babesa, saneamendua, iturgintza, elektrizitatea (eskala 1/50 edo antzekoa, irakurgarria).*
- *Sekzio Kotatuak (eskala 1/50 edo antzekoa)*
  - *Guneen eta erabileren altuerak, hodiak, instalazioak, makinariak eta abar erskusten ditu(zt)en sekzioa(k) (luzetara eta zeharretara).*
  - *Bere sarbideak eta sestra-kotek trazatutako sekzioa.*
- *Fatxada/k oraingo egoeran eta berri eta gero (eskala 1/50 edo antzekoan) Lokala edo eraikina katalogatutako elementuen zerrendan egonez gero, gehitu beharko da, hala dagokionean, fatxada indarrean dagoen araudiari egokitzen zaiola ebazten*

*duen dokumentazioa*

- *Jarduerarako beharrezkoak diren beste xehetasunez-ko plano batzuk.*

*Obra-lizentzia lortzeko ere hainbat pausu jarraitu behar dira eta dokumentazioa aurkeztu, besteak beste:*

- *Osagarritzko dokumentazioa, gaikuntza eta eskumena dituen profesional batek idatzia.*
  - *Obren aurrekontu zehaztua, kontratistak edo teknikari eskudunak egina, obrak hala eskatuz gero.*
  - *Eraikuntzako eta Eraispeneko Hondakinen (EEH) Kudeaketa Plana.*
  - *Elkargo profesional eskudunak gaitutako Zuzendaritza Fakultatiboaren izendapen ofiziala, baldin eta obrek:*
    - *egiturazko elementuei erasaten badiete*
    - *eraikinaren osagai komunei erasaten badiete*
    - *lokalaren barruko trenkadei erasaten badiete edo trenkada horiek eraisten badira, egurrezko egitura eramaileen kasuan*
    - *barruan hartzen badute Eraikin Katalogatutakoren baten fatxada berreskuratze*
    - *barruan hartzen badute lokala hosgabetzea*

Obra bukatua dagoenean, Obra Amaierako Egiaztagiria aurkeztu beharko da eta guztia aurkeztu ostean, ebazpenaren zain egon beharko litzateke.

### **6.2.2 Publizitatea**

Gazta-dendaren negozio honetan, aurrez, promozioaren atalean aipatu bezala, ez da enpresa ezagutzera emateko ordaindu beharreko zerbitzurik kontratatuko. Sare sozialetan hainbat profil sortuko dira dendaren izen, ezaugarri, informazio, argazki eta antzerako datuekin. Ahal den heinean

publizitate kosturik ez duten webgunekin harremanak sortzeko asmoa dago gastuak igo ez daitezen.

Beraz, esan bezala Facebook, Instagram, Twitter eta antzeko sareak erabiliko ditugu, kosturik gabekoak baitira eta jarraitzaile asko dituztenak, azken finean sare sozial eraginkor, merke eta targeta irisgarri direnetan egotea interesatzen zaigu.

Aurrez aipatu bezala, gastronomia eta turismoarekin erlazioa duten aldizkari eta antzerakoekin harremanetan jarriko ginateke akordio interesgarriren batera iritsi gintezkeen edo ez jakiteko, izan ere, hauek kostua suposatuko dute eta hasieran ezin izango dugu gureganatu. Hori dela eta, beste mota bateko akordioetara irits gintezke eurekin.

### **6.3 Laneko kapitala**

Laneko kapitalarekin, denda martxan jartzeko behar izango den diru kopurua ulertzen da; zerbitzu desberdinak eskaini ahal izateko gutxieneko behar batzuk sortuko direlako. Negozioa martxan jartzeko behar beharrezkoak izango dira langileak, bazkideak kasu honetan eta hileroko hauen soldata ordaindu beharko da. Bestalde, behar bezalako zerbitzua eskaini ahal izateko, hornigaiak behar-beharrezkoak izango dira. Ondorenean datoz aipaturiko atalei dagozkien aurreikusitako haserako gastuak.

#### **Hornigaiak**

Jarraian urte batean aurreikusten diren hornigaien kontsumo eta gastuaren estimazioa burutu da, negozioa oraindik ez dagoenez martxan, datu hauek gutxi gorabeherakoak dira. Urtean espero izan beharko genukeen gastua kalkulatu da. Argi eta ur kontsumoa altua izatea espero da, izan ere, gaztak hotz mantentzeko hozkailuak eta aire egokituaren sistemak argindar asko kontsumituko dute eta aire egokituak ere ur asko kontsumiaraziko digu. Hori horrela, hileroko gastua nahiko altua izatea espero da eta urteko gastua igoaraziko du.



<b>Hornigaiak</b>	<b>Tarifak</b>	<b>Hileko prezioa</b>	<b>Gastua urtean</b>
Argia (15KW inguru)	3,39€/kW	58,85 €	706,20 €
Ura (500-1000m3 bitartean)	1,25€/m3	72,50 €	870,00 €
Zaborra	23,40 €	23,40 €	280,80 €
Mugikorra, telefonoa eta wifia	77,78 €	77,78 €	933,36 €
Bestelako hainbat gastu			959,64 €
<b>Urteko guztirako gastua</b>			<b>3.750,00 €</b>

**Taula 9: Hornigaiak Iturria: Landutakoa**

### **Soldatak**

Soldaten taula dator jarraian eta bertan lehen 3 urteetan zehar lanpostuek izango dituzten gastuak azaltzen dira. Taulan ikusiko den bezala, soldata gordinak aipatzen dira eta autonomo izateagatik enpresa edo bazkide bakoitzak ordaindu beharreko kuota, kasu honetan enpresak beregain hartuko duena.

Soldatei dagokien aurreikuspena egiteko eta negozioa martxan jarri berria izango denez, lehen urtean, bazkide bakoitzarentzat 1.000,00€ garbi inguruko estimazioa burutu da (12 ohiko paga eta beste 2 estraz osatuko dena), irabaziak baleude gero banatzeko aukera izango da eta gastuen aurreikuspena ere doitu da.

<b>Kontzeptua</b>	<b>1 Urtea</b>	<b>2 Urtea</b>	<b>3 Urtea</b>
Soldata gordina (1. bazkidea)	13.500,00€	20.400,00 €	20.400,00 €
Soldata gordina (2. bazkidea)	13.500,00€	20.400,00 €	20.400,00 €
Enpresaren Kargurako Gizarte Segurantzza	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Enpresak ordaindu beharreko autonomo kuotak (2 bazkideengatik)	5.400,00 €	7.200,00 €	7.200,00 €
Enpresak ordaindu beharreko prebisio planak	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Guztira pertsonal gastua urtean</b>	<b>32.400,00 €</b>	<b>48.000,00 €</b>	<b>48.000,00 €</b>

**Taula 10 Soldata kostuak Iturria: Landutakoa**



Laburbilduz, aurreikusten den urteko soldatetan burutuko litzatekeen gastua eta hornigaien urteko gastu totalaren batura, lehenengo urtean soldatengatik 32.400,00€ eta 3.750,00€ko hornigaiengatik gastua estimatzen da, guztirako batura 36.150,00€ da.

## 6.4 Inbertsio totala

Inbertsio planean enpresak jarduera aurrera eraman ahal izateko beharko dituen baliabide eta osagai guztiak kontutan hartu behar dira.

Enpresa martxan jarri aurreko gastuak kontutan izan behar dira, baita ondasun ukigarrietan egindako inbertsioak ere, beti ere, bizitza utila urtebete baino gehiagokoa bada. Ondasun ukiezinak ere kontutan izan behar dira, izaera egonkorra izango badute enpresan eta ekonomikoki baloragarriak badira.

Kontzeptua	0 hilabetea	1 Urtea	2 Urtea	3 Urtea
Ikerketa eta garapena	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Aplikazio informatikoak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Aktibo ukieztina/ Ibilgetu ez materiala</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
Eraikuntzak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Lurzorua	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Instalakuntzak	7.500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Makinaria	3.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Tresneria	1.500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Altzariak	1.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Informazioa prozesatzeko ekipamenduak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Garraio elementuak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Bestelako ibilgetu materiala	9.728,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Aktibo ukigarria/Ibilgetu materiala??</b>	<b>22.728,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>INBERTSIOA GUZTIRA</b>	<b>22.728,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

**Taula 11: Guztirako inbertsio aurreikuspena Iturria: Landutakoa**

Hurrenean datorren taulan, tresneria partidak izango duen 1.500,00€tako gastua zertan datzan zehaztuko da :



TRESNERIA		KOPURUA	ALEKO PREZIOA	GUZTIRA
<b>Labanak</b>				
	Premax 50316	2	34,66 €	69,32 €
	Tescoma	2	11,26 €	22,52 €
	Walter 4901	2	33,95 €	67,90 €
	Walter 2025	2	6,95 €	13,90 €
	Sanelli	2	31,50 €	63,00 €
<b>Bestelakoak</b>				
	Lira (4 unitate poltsako)	5	5,77 €	28,85 €
	Boltsak 200 ale	2	45,24 €	90,48 €
	Vacio makina	1	55,20 €	55,20 €
	Papel alimentario	5	38,60 €	193,00 €
	Handee cheese cutter	2	66,17 €	132,34 €
	Softwarea	1	190,00 €	190,00 €
	Egurrezko tablak	3	15,95 €	47,85 €
	Aurkezteko tablak	3	25,99 €	77,97 €
	Aparteko gastu eta bestelakoak: zakarrontzi, trapu, garbitzeko produktuak...	1	447,67 €	447,67 €
			<b>GUZTIRA:</b>	<b>1.500,00 €</b>

**Taula 12: Tresneria gastu aurreikuspena Iturria: Landutakoa**

Ondorengo taulan aurreikusitako inbertsioen deskripzio zehatzagoa eta bakoitzaren esperotako biziraupena azaltzen dira, dagozkien amortizazio kostuak kalkulatzeko:



Deskripzioa	Inbertsio mota	Iraupena (urteak)	0 hilabetea	1 Urtea	2 Urtea	3 Urtea
Lokalaren egokitzapena	Instalakuntzak	10	5.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Hotz instalakuntza	Instalakuntzak	10	2.500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Pisua eta makina erregistratzailea	Tresneria	10	3.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Labanak eta bestelakoak	Utillajea	5	1.500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Toldoa	Altzariak	10	1.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Arkitektuaren kuota	Bestelako inmovilizatuak	10	1.500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Fidantza	Bestelako inmovilizatuak	10	5.808,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Konstituzio gastuak	Bestelako inmovilizatuak	10	2.420,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Inbertsioa guztira</b>			<b>22.728,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

**Taula 13: Inbertsioa** Iturria: Landutakoa

## 6.5 Finantza iturriak

Hasera batean pentsatu den finantzaketa iturria bazkideek egingo duten kapital aportaziotik etorriko da, ez da inongo subentzio edo banku mailegurik kontratatzea aurreikusten. Jarduera martxan jartzeko ondoko finantzaketa egitura aurreikusi da:

Kontzeptua	0 Hilabetea	1 Urtea	2 Urtea	3 Urtea
<b>Kapital ekarpena</b>	50.000,00 €	50.000,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Maileguak</b>	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Kapital subentzioak</b>	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Guztira</b>	<b>50.000,00 €</b>	<b>50.000,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

**Taula 84: Aurreikusitako finantzaketa plana** Iturria: Landutakoa

Goiko taulan argi ikusten den bezala, negozioa autofinantzaketaz baliatuko da. Aukera honek, azken finean, finantzaketa ia bere osotasunean fondo propioetatik etortzea ahalbidetzen du. Banku maileguen beharrik ez da egongo hasera batean, behintzat, kontutan izan behar da, zeharka bada ere, hornitzaileek finantzatuko gaituztela. Aukera honek alde ontzat bankuekin

mailegurik ez sinatzea du, baina alde negatiboei erreparatuz gero, hazkundera mugatzen du eta baita errentagarritasuna ere.

Apalankamendu finantzarioak, bankutik datozen kanpo baliabideen bidezko finantzaketa ahalbidetzen du, honi esker, errentagarritasuna hobetzen da, baina enpresaren bankuarekiko lotura du kontra.

Desinbertsioarekin, berriz, fondoak erabiltzen dira errentagarrienak edo ziurrenak diren proiektuetan inbertitzeko, hala ere, ez da oso gomendagarria kasu honetan, ez lehen urtetan, behintzat.



## 7. DIRU-SARREREN ETA GASTUEN IKERKETA

Inbertsio eta finantzaketa datuen analisia egin ostean, diru-sarrera eta gastuen ikerketa burutuko da 3 urterako estimazio baten bidez. Honi esker, estimatzen den denboraldian zehar espero daitezkeen diru-sarrera eta gastuen analisia burutuko da proiektuaren bideragarritasuna zehazten joateko.

### 7.1 Diru-sarreraren aurrekontua

Burutu den salmenta ikuspenaz baliatuko gara, urteko eskariak ezagutu eta horren arabera diru-sarrera estimazioak kalkulatu ahal izango ditugu. Aurrekontu hau, aurreko atalean bezala 3 urterako burutuko da.

Diruzaintza planari esker 3 urteko epean aurreikusten diren kobru eta ordainketen zenbakoa azaltzen da. Diruzaintzan defizita (kreditu beharra aurreikusten lagunduko du) edo superabita (errentagarritasuna lortzeko, inbertitu daitezkeen zenbatekoa zein den jakin daiteke) egon daitezkeen berehala ikusten da, horrek esango du eguneroko dirua baino gehiago beharko den eta zenbat, besteak beste.

	<b>Haseran</b>	<b>1 Urtea</b>	<b>2 Urtea</b>	<b>3 Urtea</b>
<b>Kobruak</b>	<b>50.000,00 €</b>	<b>246.994,00 €</b>	<b>359.590,00 €</b>	<b>379.989,00 €</b>
Kapitala	50.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Maileguak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Beste maileguak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Subentzioak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Salmentak	0,00 €	246.994,00 €	359.590,00 €	379.989,00 €
Beste sarrerak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Ogasun Publikoa	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Ordainketak</b>	<b>22.728,00 €</b>	<b>242.340,00 €</b>	<b>346.309,00 €</b>	<b>362.310,00 €</b>
Beste ustiapen gastuak	0,00 €	42.929,00 €	58.955,00 €	60.724,00 €
Soldatak (nomina)	0,00 €	24.570,00 €	37.128,00 €	37.128,00 €
Gizarte Segurantza/autonomia	0,00 €	4.800,00 €	7.200,00 €	7.200,00 €
Ekoizpen gastuak	0,00 €	168.421,00 €	237.119,00 €	250.407,00 €
Inbertsioa	22.728,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €



Leasing	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Maileguren amortizazioa	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Maileguren gastu finantzarioak	0,00 €	1.620,00 €	5.907,00 €	6.851,00 €
<b>Kobru-Ordainketak</b>	<b>27.272,00 €</b>	<b>4.654,00 €</b>	<b>13.281,00 €</b>	<b>17.679,00 €</b>
Aurreko saldoa	0,00 €	27.272,00 €	31.927,00 €	45.207,00 €
<b>Diruzaintza</b>	<b>27.272,00 €</b>	<b>31.926,00 €</b>	<b>45.208,00 €</b>	<b>62.886,00 €</b>

**Taula 15: Dirusarrera aurreikuspena Iturria: Landutakoa**

## 7.2 Gastuen aurrekontua

Diru-sarreraren aurrekontuarekin egin dugun moduan, gastuen bost urteetako aurrekontua kalkulatu dugu jarraian. Ibilgetu material, hornigai, pertsonal, irekiera gastu eta kanpo finantzazio gastuetan ordainduko duguna kontutan izango dugu. Lehenengo urteko gastuak hilabetetan banatuko ditugu eta gainontzekoak urtetan.

Ibilgetu materialean, esan beharra dago, urtarrilean erosiko ditugula beharrezko materialak negozioa martxan jartzeko, eta eraikuntza ere hipoteka eskatuz ordainduko dugula kontutan edukiko dugu.

Hornigaien partidari dagokionean, berriz, ura, argindarra, gasa eta bestelako hornigaiak ordaindu beharko genituzke kontsumoaren arabera, hala ere, estimazio bat burutu da gutxi gora beherako gastua kalkulatzeko. Zenbatekoa ez da beti berdina izango hornigai guztiak ez direlako hileroko ordaintzen eta kontsumoa ere ez da konstantea izango.

Pertsonal gastuei dagokienean, hasera batean bazkideen soldatak soilik hartu dira kontutan. Momentuz, bazkideak lan egitea aurreikusten baita, bi pertsonen artean ordutegiak ondo banatuz egin beharko litzatekeen lana ondo burutzeko aukera izatea estimatzen baita. Beharra sortuko balitz, orduan aztertuko litzateke langileen soldaten balioa gastuetan aurreikustea.

Kanpo zerbitzuetan, aholkulari baten zerbitzuak kontratatuko ditugunez, gai fiskal, kontable eta sozietatearen hiruhileko eta urteko likidazioak eramateko, hileroko kuota ordaindu beharko dugu zerbitzu hauengatik. Zerbitzuak prestatzeagatik BEZ-a hileroko ordainduko dugu. Uztailean Sozietatearen Gaineko Zerga aurkeztu eta ordaindu beharko dugu, 347 eredu otsailean eta Kontabilitate eta Urteko Kontuak Apirilean aurkeztu eta

ordainduko ditugu.

Tributuak izeneko gastuetan sartuko ditugu negozioa martxan jartzeko Merkataritza Erregistroan izen emateagatik suertatuko diren gastuak eta baita jarduera aurrera eramateko ordaindu beharko direnak ere. Publizitateari dagokionez, ez da espero inolako gasturik egotea, merkatuan existitzen diren debaldeko baliabideak erabiltzea baita ideia. Beharrezkoa ikusiko balitz, hurrengo ekitaldian kontutan hartuko litzatekeen partida izango da.

Azkenik, kanpo finantzaziorik ez da aurreikusten, bazkideek egindako kapital aportazioarekin eta dendak sortuko dituen salmentengatiko diru-sarrerekin gastu guztiak eta balizko behar ekonomiko guztiak asetuko direla aurreikusi da. Finantzazio beharra sortuko balitz, momentu horretan aztertu beharko lirateke gizarteak eskaintzen dituen aukera guztiak eta interesgarriena hautatu.

<b>Kontzeptua</b>	<b>1 Urtea</b>	<b>2 Urtea</b>	<b>3 Urtea</b>
Alokairua	31.363,00 €	43.072,00 €	44.364,00 €
Konponketak	900,00 €	1.236,00 €	1.273,00 €
Profesionalen zerbitzuak	1.500,00 €	2.060,00 €	2.122,00 €
Aseguruak	450,00 €	618,00 €	637,00 €
Banku zerbitzuak	135,00 €	186,00 €	191,00 €
Promozio eta publizitatea	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Hornigaiak	3.750,00 €	5.150,00 €	5.304,00 €
Bestelako zerbitzuak	3.600,00 €	4.944,00 €	5.092,00 €
Tributuak	150,00 €	206,00 €	212,00 €
Aparteko gastuak	1.080,00 €	1.483,00 €	1.528,00 €
<b>Gastua guztira</b>	<b>42.928,00 €</b>	<b>58.955,00 €</b>	<b>60.723,00 €</b>

**Taula 16: Aurreikusitako guztirako gastua Iturria: Landutakoa**

## 8. URTEKO KONTUAK

### 8.1 Galdu irabazien kontua

Ondorenean ekitaldiko emaitza probisionalen taula aurkezten da jardunaren lehenengo 3 urteetarako. Taula honek, 3 urteko epe zehatzean espero edo aurreikusi diren gastu eta diru-sarreraren zenbatekoa adierazten du. Kontu honekin, besteak beste, gastuak diru-sarrerekin nola ordainduko diren eta enpresa errentagarria izango den antzeman daiteke, hau da, enpresak irabazi edo galerak izango dituen sarrera eta gastuak konparatu ostean.

- Sarrerak: ekitaldi ekonomiko batean zehar enpresak duen ondare garbiak izandako gehikuntzak osatzen du; honakoetatik eman daiteke:
  - aktiboak gehitu direlako (aktibo berriak daudelako edo aurrekoek zuten balio handitzea eman delako).
  - pasiboak gutxitzeagatik, bazkideek egindako ekarpenak izan ezik (diruzko edo bestelakoak)
- Gastuak: ekitaldi ekonomiko batean zehar enpresaren ondare garbiak izandako murrizketek osatzen dute, besteak beste:
  - aktiboak gutxitzeagatik
  - pasiboak gehitu direlako, beti ere, bazkideei edo jabeei banatutakoak kenduz.





	<b>Hasera</b>			
	<b>koa</b>	<b>1 Urtea</b>	<b>2 Urtea</b>	<b>3 Urtea</b>
<b>Diru-sarrerak</b>	<b>0</b>	<b>255.510,00 €</b>	<b>359.987,00 €</b>	<b>380.410,00 €</b>
<b>Produkzio eta hornidura gastuak</b>	<b>0</b>	<b>-168.421,00 €</b>	<b>-237.119,00 €</b>	<b>-250.407,00 €</b>
Salgai erosketak	0	-168.421,00 €	-237.119,00 €	-250.407,00 €
Lehengai erosketak	0	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Bestelako hornidura erosketak	0	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Izakin aldaketa	0	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Beste enpresek buruturiko lanak	0	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Garraioa	0	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Margina</b>	<b>0</b>	<b>87.089,00 €</b>	<b>122.868,00 €</b>	<b>130.003,00 €</b>
Ustiapen subentzioak	0	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Ezhoiko diru-sarrerak	0	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Bestelako ustiapen diru-sarrerak</b>	<b>0</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
Pertsonal gastuak	0	-32.400,00 €	-48.000,00 €	-48.000,00 €
Bestelako ustiapen gastuak	0	-42.929,00 €	-58.955,00 €	-60.724,00 €
Ukiezinen amortizazioa	0	-1.999,00 €	-2.665,00 €	-2.665,00 €
Ezhoiko gastuak	0	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Ustiapen gastuak</b>	<b>0</b>	<b>-77.328,00 €</b>	<b>-109.620,00 €</b>	<b>-111.389,00 €</b>
<b>Kapital subentzio inputazioak</b>	<b>0</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>Ustiapeneko emaitza</b>	<b>0</b>	<b>9.761,00 €</b>	<b>13.248,00 €</b>	<b>18.614,00 €</b>
Finantza sarrerak	0	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Finantza gastuak	0	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Emaitza fnantzarioa</b>	<b>0</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>Zerga Aurreko Emaitza</b>	<b>0</b>	<b>9.761,00 €</b>	<b>13.248,00 €</b>	<b>18.614,00 €</b>
Mozkinen gaineko zerga	0	-2.343,00 €	-3.179,00 €	-4.468,00 €
<b>EKITALDIKO EMAITZA</b>	<b>0</b>	<b>7.418,00 €</b>	<b>10.069,00 €</b>	<b>14.146,00 €</b>

**Taula 17: Ekitaldiko emaitza Iturria: Landutakoa**

## 8.2 Aurreikusitako Egoera Balantzea

Balantzeak negozioaren finantza eta ekonomia egoera azalduko du. Enpresaren ondarearen irudia aurkezten du, daukana eta zor duena erakusten digu.

Aurreikusitako egoera balantze honek urte zehatz batean ondareak jasan duen aldaketa eta bere egoera zein den azaltzen du. Aktiboa, pasiboa eta Ondare Garbia izeneko 3 ondare nagusiek osatzen dute.

Aktiboak, enpresaren ondasun eta inbertsioak azaltzen ditu, hau da, negozio edo enpresaren ondasun, eskubide eta bestelako hainbat baliabide kontrolatzen ditu ekonomikoki; jarduera hasi aurretik edo jarduerari esker lortuak izan direnak, aktibo hauek dira enpresari mozkinak, hau da, irabaziak eskainiko lizkiokeena.

Pasiboak, enpresak dituen betebeharrak eta obligazioak hartzen ditu kontutan, hau da, aktiboan agertutako inbertsioen finantzaketa iturriak (aurretik eman diren gertaerak direla medio sortuak). Obligazio hauen inguruan betebeharrak ez izateko, enpresak etorkizunean izango dituen etekinak erabiliko dira baliabide bezala aipaturiko betebeharrak hauek kitatzeko.

Ondare garbiak, aldiz, enpresak dituen aktiboei pasiboek sorturiko betebeharrak deskontatzean ateratzen den diferentzia da. Atal honetan sartuko lirateke bazkideek enpresa sortzean edo ondoren egindako ekarpenak eta ondareari eragiten dieten beste hainbat aldaketa.

Datozen hiru urteetarako egoera balantze probisionala ondorengo taulan topa daiteke:



	<b>Haserako Balantzea</b>	<b>1 Urtea</b>	<b>2 Urtea</b>	<b>3 Urtea</b>
<b>Aktibo ez-korrontea</b>	<b>22.728,00 €</b>	<b>20.729,00 €</b>	<b>18.065,00 €</b>	<b>15.454,00 €</b>
Ibilgetu ukiezina	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Ibilgetu ukiezinen amortizazioa	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Ibilgetu materiala	22.728,00 €	22.728,00 €	22.728,00 €	22.782,00 €
Ibilgetu materialaren amortizazioa	0,00 €	-1.999,00 €	-4.663,00 €	-7.328,00 €
<b>Aktibo korrontea</b>	<b>27.272,00 €</b>	<b>40.443,00 €</b>	<b>54.120,00 €</b>	<b>72.221,00 €</b>
Izakinak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Bezeroak	0,00 €	8.516,00 €	8.913,00 €	9.335,00 €
Hainbat zordun	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Diruzaintza	27.272,00 €	31.927,00 €	45.207,00 €	62.886,00 €
<b>AKTIBOA GUZTIRA</b>	<b>50.000,00 €</b>	<b>61.172,00 €</b>	<b>72.185,00 €</b>	<b>87.675,00 €</b>
<b>Ondare garbia</b>	<b>50.000,00 €</b>	<b>57.419,00 €</b>	<b>67.487,00 €</b>	<b>81.635,00 €</b>
Kapitala	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €
Erreserbak	0,00 €	0,00 €	7.419,00 €	17.488,00 €
Ekitaldiko emaitza	0,00 €	7.419,00 €	10.068,00 €	14.147,00 €
Subentzioak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Pasibo ez-korrontea</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
Finantza erakundeekin E/Luzeko zorrak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Pasibo korrontea</b>	<b>0,00 €</b>	<b>3.753,00 €</b>	<b>4.697,00 €</b>	<b>5.986,00 €</b>
Finantza erakundeekin zorrak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Erakunde hornitzaileekin zorrak	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Administrazio publikoarekin zorrak	0,00 €	3.753,00 €	4.697,00 €	5.986,00 €
<b>ONDARE GARBIA + PASIBOA GUZTIRA</b>	<b>50.000,00 €</b>	<b>61.172,00 €</b>	<b>72.184,00 €</b>	<b>87.621,00 €</b>

**Taula 98: Aurreikusitako egoera balantzea Iturria: Landutakoa**

## 9. ONDORIOAK

Gradu amaierako lan honek, gazta-denda bat martxan jartzearen kasua bideragarri izango litzatekeen edo ez aztertzea izan du helburu.



Burururiko lan honen ostean, jarraian aipatuko diren arazoietan oinarrituz eta ondorio baliagarriak azalduz, gazta-denda berritzaile baten sorrera aurrera eramatea posible frogatutzat ematen da.

Esan daiteke, eskariaren analisia burutu ostean eta aurrez sarri aipatu den bezala, artisau produktuen kontsumoan gero eta pertsona gehiagori piztu zaiola interesa (salmenta aurreikuspen onak), eta dendak pertsona hauek negozio honetara hurbiltzea ahalbidetuko lukeela. Negozioa kokatuko litzatekeen inguruak ere harreman hori ahalbidetzen du, estrategikoki oso leku onean kokatua bailegoket ipar nahiz hegoaldeko gaztak hurbiltzea eskuragarri eginez bezero potentzialei., beraiek mugitu beharrik izan gabe.

Datu ekonomikoek negozioa aurrera eramatea posible den edo ez aurrerago esango dute, baina, aipatzekoa da, kasu honetan negozioa Donostian kokatzeak duen pisua. Beste ingurune geografiko askok eskaintzen ez duten aukera ematen baitu; bi kultura, bi herrialde eta lan egiteko modu ezberdinak oso kilometro gutxira topatzen direlako. Ingurune eta kokapen onak ez du produktu dibertsitatea bakarrik eskaintzen, bezero target-a bertaratzeko infraestruturak egokiak dituen hiria edo ingurua ere bada Donostia eta inguruko zonaldea. Target-a ez litzateke, beraz, 50km-ren bueltako biztanlea izango, izan ere, hiriak dituen garraio baliabide onei esker, bai hegazkin, tren, autobus edo dena delako garraio mota erabiltzeko aukerari esker atzeritar eta inguruko probintzietako pertsona asko bertaratzea erraztu dezake.

Ezagutu daitezkeen antzeko negozioekiko, aurretik aipatu den bezala, honako dendak produktu ezin hobea ez ezik, bezeroarekiko arreta, tratua, informazioa eskaini eta zabaltzeko lehentasuna... ditu bere alde. Prezio aldetik 68 ere komentatu da erakargarriak izango direla, edozein komertzio handitan

topa daitekeen produktu industrialaren antzekoa baina primerako kalitatea eskeiniz, aipaturiko ezaugarri hauek lehiarekiko desberdintzea dakarte eta orain artean ezagutzen ez den formatu berri baten sorrera ekarriko digu.

Aipatu bezala, gazta saltzeaz gain, hainbat proiektu martxan jartzeko aukera ere zabaltzen da, horrek bezeroen interesa piztuko du, gaztaren eta produktu desberdinen arteko maridajeak edota gazta eta bere prozesuaren inguruko informazioa ematea, esaterako. Baina ez da lehen mailako helburua izango, behin guztia martxan dagoenean pentsatuko den aukera izango da.

Gazta-denda martxan jarri ahal izateko buruturiko ikerketen ostean, aipatu beharra dago aztertutako datu ekonomikoek negozioa Donostian ezartzea baldintzatzen dutela. Dendak izango dituen ezaugarri eta berezitasunen arabera zer nolako enpresa sortuko den erabaki da eta bere bideragarritasuna ziurtatzeko, aurreikusiko liratekeen gastu, dirusarrera eta bestelakoen azterketa burutu da.

. Esan behar da kalkuluak aurreikuspenak baino ez direla, espero diren datuak, alegia, baina estimazio horiek balekotzat hartuko direla kontutan izanik, enpresa bideragarria dela adierazi daiteke eta ez da kasu honetan kanpo baliabideez hornitzearen (mailegu edo dirulaguntzak) beharrik ikusten, hasera batean, behintzat, bazkideek egindako kapital ekarpenekin sortuko liratekeen gastuak ordaintzea aurreikusten baita.

Buruturiko aurreikuspenetan datu ekonomikoak aztertu ostean - galduirabaziaz eta balantzeaz-, argi ikusi da negozioa bideragarria dela eta hori berresten da buruturiko negozio planean.

Estimazio hauen guztien arira esan daiteke negozio honek aurkeztutako enpresa plana aurrera eraman nahi badu, ahal badu eta martxan jartzeko asmoa badu, aurrera jarraitzeko moduan dela, produktu eta zerbitzu berri bat merkaturatzea lortuko baitu.

Bigarren urtetik aurrera irabaziaz edukitzen hasiko garen aurreikuspena onartutzat ematen da. Horrela hirugarren urtean salmenten hazkuntzagatik 17.582,73€ko sarrerak izango ditugu eta publizitatean inbertituko dugunez, irabaziaz izaten jarraituko dugu, aurreko urteekin alderatuz askoz ere gutxiago ordea.

Hori dela eta, plana martxan jarri nahi bada, ahal bada eta jartzeko

asmoa bada, enpresak bere merkatuan lider izateko helburua finkatu beharko 69 luke aurrera egin ahal izateko; produktu edo zerbitzu berri bat eskainiko dio merkatuari; antzeko ekintzetan esperientzia izatea positiboa izango da aurrera egiteko; emaitza ekonomikoen aurreikuspena positiboa izatea ezinbestekoa da eta baita produktua konpetentziarenarekiko zaintzea ere.

Laburbilduz, ikusi den bezala, besteak beste, datu ekonomiko eta faktore geografikoak kontutan hartuz gero, gaztadenda honen bideragarritasuna frogatutzat ematen da. Merkatu ikerketak, egindako eskariaren analisiak, salmenten aurreikuspenak, AMIA diagnostikoak, buruturiko marketing planak, beharriaren aurreikuspenak eta analisi ekonomiko-finantzarioak proiektu honen bideragarritasuna frogatutzat uzten dutela irizten baita.

Azkenik, proiektua gauzatzen hastea besterik ez litzateke geldituko, beti ere horretarako kontutan izan beharko delarik, negozio plan honen ikerketa noraino burutu den, hau da, errealitatean aplikatzeko dituen mugak zeintzuk diren. Muga hauek gainditzeko aipaturiko izapide guztiak burutu beharko lirateke, administrazioareki esaterako, benetan martxan jarri ahal izateko.

Buruturiko lana teorikoa izan denez, ez da inongo tramiterik burutu. Beraz, lan guztian zehar aipatu diren eginbeharrak burutu beharko lirateke negozioa martxan jarri nahiko balitz. Hau da, praktikara eraman nahi izanez gero, Donostiako Udalari baimen guztiak eskatu beharko litzazkioke, negozioa sortzeko izapide guztiak burutu, ordaindu beharreko tasak ordaindu, kontratatu eta erosi beharreko zerbitzuen eskaerak martxan jarri, lokala bilatu eta alokairua adostu beste zeregin askoren artean.

## 10. BIBLIOGRAFIA

- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación [ konsulta data 2016ko urtarrilak 10]

[http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/informe\\_lacteos\\_tcm7-7945.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/informe_lacteos_tcm7-7945.pdf)

[http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/informemesamesalimentacionnoviembre2015\\_tcm7-409571.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/informemesamesalimentacionnoviembre2015_tcm7-409571.pdf)

- Organización Interprofesional Láctea [ konsulta data 2016ko apirilak 5]  
[www.inlac.es](http://www.inlac.es)
- Formas jurídicas de empresa [ konsulta data 2016ko apirilak 1]  
<http://goo.gl/lc7dHL>
- Euskal Estatistika Erakundea [ konsulta data 2016ko apirilak 25]  
[http://en.eustat.eus/elementos/ele0008800/ti\\_Consumo\\_semanal\\_de\\_las\\_familias\\_de\\_la\\_CA\\_de\\_Euskadi\\_y\\_proporcion\\_de\\_familias\\_consumidoras\\_en\\_el\\_mes\\_porsexo\\_del\\_sustentador\\_principal\\_y\\_tipo\\_de\\_producto2006-2010/tbl0008819\\_c.html#axzz3oYKe8qxs](http://en.eustat.eus/elementos/ele0008800/ti_Consumo_semanal_de_las_familias_de_la_CA_de_Euskadi_y_proporcion_de_familias_consumidoras_en_el_mes_porsexo_del_sustentador_principal_y_tipo_de_producto2006-2010/tbl0008819_c.html#axzz3oYKe8qxs)
- Idiazabal Jatorri Izendapena [ konsulta data 2016ko urtarrilak 15]  
<http://www.doidiazabal.com/index.php?idioma=eu>
- Crece negocios [ konsulta data 2015ko azaroak 13]  
<http://www.crecenegocios.com/8-consejos-para-desarrollar-un-plan-de-negocios/>  
<http://www.crecenegocios.com/8-consejos-para-desarrollar-un-plan-de-negocios/>  
<http://www.crecenegocios.com/errores-comunes-al-hacer-un-plan-de-negocios/>

- Gipuzkoako Lurralde Historikoko hitzarmen kolektibo sektorialak.  
[kontsulta data 2016ko martxoak 26]  
<https://ssl4.gipuzkoa.net/castell/bog/2015/03/20/c1502503.pdf>
- Gipuzkoako Foru Aldundiaren webgune ofiziala; ORAIN Gipuzkoa  
[kontsulta data 2016ko martxoak 26]  
<http://www.gipuzkoa.eus/eu/-/la-diputacion-advierte-en-fitur-del-riesgo-de-una-gipuzkoa-a-dos-velocidades-en-materia-turistica-y-recuerda-que-el-reto-sigue-siendo-el-equilibrio-la>
- Gipuzkoako Foru Aldundiaren webgune ofiziala; ORAIN Gipuzkoa  
[kontsulta data 2016ko martxoak 26]  
[http://www.gipuzkoa.eus/estructura-economica/Cap18/2\\_cap18.html](http://www.gipuzkoa.eus/estructura-economica/Cap18/2_cap18.html)
- Agencia Tributaria [kontsulta data 2016ko otsailak 22]  
[www.aeat.es](http://www.aeat.es)
- Lanbide, Euskal Enprelgu Zerbitzua [kontsulta data 2016ko otsailak 15]  
<http://www.lanbide.euskadi.eus/enplegua/-/informazioa/enpresa-bat-sortzeko-era-7/>
- Asociación Española para la Calidad [kontsulta data 2016ko martxoak 1ean] <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/legislacion-alimentaria>
- Movistar empresas [ kontsulta data 2016ko apirilak 3]  
[http://www.movistar.es/empresas/fusion?portal=empresas\\_ficha\\_mfebNOCli&pid=PY-home2](http://www.movistar.es/empresas/fusion?portal=empresas_ficha_mfebNOCli&pid=PY-home2)
- Donostiako Udala [kontsulta data 2016 otsailak 20]  
<https://www.donostia.eus/info/udalinfo/Tramites.nsf/vTramites/6FDFD4E31BA67F0AC1257922002CE9CD?OpenDocument&idioma=eus&id=D580485&page=1&cat=Actividades%20en%20comercios%20y%20empresas>
- Donostiako Udala [kontsulta data 2016 otsailak 20]  
<http://www.donostia.eus/ordenanzas.nsf/vListadoldAnexos/724B47B73F33BC5>



[9C1257A8C003C2EA3?OpenDocument&id=C671670&idioma=eus](https://www.9C1257A8C003C2EA3?OpenDocument&id=C671670&idioma=eus)

- Wikipedia, [ kontsulta data 2016 otsailak 22]

[https://es.wikipedia.org/wiki/Industria\\_alimentaria](https://es.wikipedia.org/wiki/Industria_alimentaria)

#### **MATERIALA** [kontsulta data 2016ko martxoak 1ean]

- Gazta mozteko labana [https://www.amazon.es/Walter-4901-Cuchillo-queseromangos/dp/B00Y2IBGIQ?ie=UTF8&\\*Version\\*=1&\\*entries\\*=0](https://www.amazon.es/Walter-4901-Cuchillo-queseromangos/dp/B00Y2IBGIQ?ie=UTF8&*Version*=1&*entries*=0)
- Boltsak [http://www.rajapack.es/embalajes-para-regalo-comercio/bolsas-papel-conasas/bolsa-kraft-marron-o-blanca-asas-rizadas-rajashop\\_OFF\\_ES\\_0399.html](http://www.rajapack.es/embalajes-para-regalo-comercio/bolsas-papel-conasas/bolsa-kraft-marron-o-blanca-asas-rizadas-rajashop_OFF_ES_0399.html)
- Handee-aren kostua <http://www.ebay.es/itm/Handee-Cheese-cutters-with-stainless-steel-wires/151720100985>
- Hutseko makina <http://www.ebay.es/itm/MAQUINA-DE-ENVASAR-ENVASADORA-ALVACIO-LACOR-HOME-69050-10-bolsas-ENVIO-URGENTE/321588583294?hash=item4ae02c5b7e:g:L~kAAOxydUJTOVI1>
- Makina erregistratzailea <http://www.tpvgalicia.com/tpv/gs/tpv-tactil-facil-de-usar-con-programa-paracomercios-tpv-galicia-7606.html?gclid=CPmuv5vD78sCFUKeGwod9EkIqg>
- Biltzeko papera <http://papeleriaporven.com/products-page/papeles/uso-alimentario/papelparafinado-1-ag-38x54-caja-20-kgs/>  
<http://tpvfacil.com/esp1/tpvBASICO.asp>
- Gazta mozteko taulak <https://www.amazon.es/tablas-cortar/b?ie=UTF8&node=2165598031>
- Gaztak mozteko taulak [https://www.amazon.es/Set-tablas-desayuno-materialecol%C3%B3gico/dp/B005NZC06Y/ref=sr\\_1\\_22?s=kitchen&ie=UTF8&qid=1459699071&sr=1-22&keywords=tablas+presentacion](https://www.amazon.es/Set-tablas-desayuno-materialecol%C3%B3gico/dp/B005NZC06Y/ref=sr_1_22?s=kitchen&ie=UTF8&qid=1459699071&sr=1-22&keywords=tablas+presentacion)
- Gazta mozteko labana (puntilla) [https://www.amazon.es/Walter-2025-puntillas-curvasamoladas/dp/B000CFAVMU/ref=sr\\_1\\_7?s=kitchen&ie=UTF8&qid=1459699246&sr=1-7&keywords=cuchillos+puntilla](https://www.amazon.es/Walter-2025-puntillas-curvasamoladas/dp/B000CFAVMU/ref=sr_1_7?s=kitchen&ie=UTF8&qid=1459699246&sr=1-7&keywords=cuchillos+puntilla)
- Irudi guztiak PIXABAY ataritik modu librean deskargatu eta erabili dira. Lan hau garatzerako orduan ez da egile eskubiderik urratu [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)