



Universidad  
del País Vasco

Euskal Herriko  
Unibertsitatea

EKONOMIA  
ETA ENPRESA  
FAKULTATEA  
FACULTAD  
DE ECONOMÍA  
Y EMPRESA

# ENPRESEN ADMINISTRAZIO ETA ZUZENDARITZA GRADUA

2020/2021 Ikasturtea

---

## **HIRI MERKATARITZAREN ANALISIA. BILBOKO AUZO BATEN KASUA: SANTUTXU**



**Egilea:** Asier Etxebarria Zulueta

**Zuzendaria:** Xabier Olabarrieta Arnaiz

Bilbo, 2021eko Otsailaren 12a



## LABURPENA

Gradu amaierako lan honen bitartez, gaur egungo hirietako merkataritzaren analisi eta eboluzioa aztertzeaz gain, Bilbo hiria eredu bezala erabiliz merkataritza gunee erreal bat aztertzea bilatzen da. Hiri merkataritza analisia Europa, Espainia eta Euskadi mailan burutu da, eskala desberdinetan joera berriak ezartzeko eta ondorioak lortzeko egungo merkataritzaren egoera aztertuz, alde ekonomikoa funtz nagusi bezala edukiz ikerketan zehar.

Merkataritza ikertzea bezain garrantzizkoa izanik joera komertzial berrien berri ematea analisia egiteko, merkataritzan eragin dezaketen joerak aipatu eta landu dira. Horregatik, aipatuko diren joera nagusiak, teknologia berriak, distribuzioa tipologia arrakastatsua eta hirigintza komertzial kokaleku oparoenen inguruan izango dira. Hirietako merkataritza ezagutzen bukatzeko, lanean hiri desberdinek, komunean izan dezaketen merkataritza formatuen deskribapena ematen da, formatu horien ezagutzarekin deskribatu ahal baita hirietako komertzio egituratze nagusia.

Bilboko analisisian, hiriaren ezaugarri nagusiak eta bertako kontsumitzaile ohikoen joera nagusiak eman ondoren bere ezagutzarako, merkataritza analisia egiteko, Santutxu auzuneko eremu komertzial erreal eta mugatu baten azterketa egin da. Eremuko kale bakoitzeko analisia burutzeko, hiru aspektu nagusi kontutan hartuz: aktibitate maila, sektore analisia eta antolakuntza mota. Hiru aztergai hauen datuak batu ondoren, ondorio nagusi bezala lortu da, Santutxuko eremu hori aktibitate handiko eremua dela komertzialki, non, merkataritza sektoreak indar handia duen kontsumitzaileen gain baina merkataritza denda tradizional formatuak nagusi izaten jarraitzen duten, nahiz eta beste taldekako formatu batzuen presentzia nabaritzen hasia den eremuan zehar.

Hortaz, gaur egungo hirietako merkataritzari buruzko lan honetan, ikusi daiteke nahiz eta mundu mailako hirietan merkataritzak joera positiboa duen eta jarduera hau hiriaren zati garrantzitsua den lehiakortasun eta izaera emanez, ez da hiri guztietan edo eremu guztietan abiadura berdinean garatzen eboluzio hori. Hala ere, ezin da ekidin, merkataritza inflexio puntu baten aurkitzen denaren baiezkua, non eraldaketak konstanteak eta epe luzerako izaten ari diren, kontsumitzeko era eraldatuz merkataritzako profil guztien artean.

## AURKIBIDEA

<b>LABURPENA</b> .....	3
<b>1. SARRERA</b> .....	6
<b>2. LANAREN HELBURUAK</b> .....	7
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	8
<b>4. HIRI-MERKATARITZA. GAUR EGUNGO EGOERA ETA JOERA NAGUSIAK</b> .....	9
<b>4.1 GAUR EGUNGO MERKATAL EGOERA ETA EBOLUZIOA</b> .....	9
<b>4.2 HIRI MERKATARITZAKO JOERA BERRIAK</b> .....	16
<b>4.3 MERKATARITZA ARLOKO FORMATU DESBERDINEN ANALISIA</b> .	20
<b>5. SANTUTXU AUZUNEAREN ANALISI KOMERTZIALA</b> .....	25
<b>5.1 BILBO, SANTUTXU AUZUNEA ETA EREMU KOMERTZIALAREN AURKEZPENA</b> .....	25
<b>5.2 BIZTANLERIA ETA KONTSUMO JOERAK</b> .....	29
<b>5.3 MERKATAL EREMUA AZTERTZEKO GARATUTAKO METODOLOGIA</b> .....	31
<b>5.4 LOKAL KOMERTZIALEN AKTIBITATEA ETA EGOERA</b> .....	32
<b>5.5 KOMERTZIOEN SEKTORE SAILKAPENA</b> .....	36
<b>5.6 KOMERTZIOEN ANTOLAKUNTZA MOTA</b> .....	42
<b>6. AUZUNEAREN ANALISIARI BURUZKO EMAITZAK</b> .....	46
<b>6.1 AMIA ANALISIA</b> .....	46
<b>6.2 ETORKIZUNERAKO IRADOKIZUN KOMERTZIAL POSIBLEAK</b> .....	48
<b>7. ONDORIOAK</b> .....	50
<b>8. BIBLIOGRAFIA</b> .....	53
<b>9. ERANSKINAK</b> .....	56

## **GRAFIKA, IRUDI eta TAULEN AURKIBIDEA**

### GRAFIKOAK

**1.Grafikoa:** Espainiar ekonomian komertzioaren pisuaren eboluzioa, Balio erantsi gordinaren (BEGd) ehunekoak erabiliz (2018).....10

### IRUDIAK

**1.Irudia:** Bilbo hiriko Udal-barrutiak eta banaketa mapa.....26

**2.Irudia:** Begoñako Udal-barrutia (04) eta Santutxu auzunearen mapa.....27

**3.Irudia:** Santutxu auzunean, azterturiko merkataritza-eremua .....28

### TAULAK

**1.Taula:** Espainiako ostalaritzako lokalen banaketa (2019).....13

**2.Taula:** Euskadiko ostalaritza establezimenduen eboluzioa (2010-2018).....14

**3.Taula:** Santutxuko merkatal eremuko establezimenduen aktibitate egoera, 2020 .....32

**4.Taula:** Santutxuko merkatal eremuko komertzioen sektore sailkapena, 2020.....36

**5.Taula:** Santutxuko merkatal eremuko komertzioen antolakuntza mota, 2020.....42

## 1. SARRERA

Gizartearen aldaketa sozioekonomikoen, ekonomiaren globalizazioak eta egitura ekonomikoaren dibertsifikazioak ikuspuntu berri bat eman diete gaur egungo hiriguneei, aspektu berritzaile hauek hiriak, enpresak balira bezala gestionatzera eraman du teknologiek indarra hartu duten mende honetan. Honela, hurrengo lanean zehar hirietako merkataritzaren papera aztertzea erabaki da, merkataritza hirien dinamikan bete-betean sartzen den aktibitatea dela ikusteko eta aldi berean aldaketetarako moldatze bizkorra eta konstantea frogatzeko. Horregatik, hiri merkataritza ez da kontsideratu behar zerbitzu soil bezala, baizik eta lotura sozial eta estruktural handia duen jarduera dela oso argi eduki behar da (Fernandéz, 2002).

Merkataritza jarduera hirientzat lehiakortasun ezaugarria bihurtu da azken boladan, turistikoki zein hiriaren erakartasunean jokatzen duen paperagatik. Horregatik, daukan garrantzia eman behar zaio, hiriaren izaera birmoldatzeko gai den jarduera baita. Baina, merkataritza zaintzea bezain garrantzizkoa da etorkizunera begiratzea eta merkataritza jarduera ezberdinak baldintzatuko dituen joera berri eta tendentzien berri izatea, lanean zehar hainbat alditan errepikatuko direnak.

Hirietako merkataritza gaia aukeratzekoan lan honetarako, interesgarria iruditu zitzaidan, kontsumitzaile bezala hirietako merkataritza hurbilagotik aztertzea eta ezagutzea, analisi sakon batekin honen funtzionamendua ulertzeko. Horrez gain, pertsonalki merkataritza tradizionalen zein merkataritza elektronikoen baita kontsumitzen duen gizabanakoa izanik, jakinmina sortu zidan bi merkataritza estilo hain desberdin hauen arteko oreka gaur egun non dagoen aurkitzea, ea posible den bi tipologia hauen arteko existentzia lehiakor bat eman ahalko zen gaur egungo merkatuetan.

Lanean zehar azaldu eta landuko diren atalen inguruan, lehenik eta behin zati teorikoarekin bat, hirietako merkataritzaren berri emango da eboluzio argi bat deskribatuz eta nola aldatu den. Jarraian, hiri merkataritzako joera berri nagusien berri eman eta hirietako formatu komertzial ohikoenak aztertuko dira, honekin ezagutu beharreko guztia azalduz atalean. Ondoren, teorian azalduko da, merkataritza gune erreal batetara lekualdatuko da, non, ikusi ahalko den datu eta informazio errealaren bitartez, zenbateko hedadura duten merkataritza joera berri hauek, kasu honetan Bilbo hirian aukeraturiko merkataritza-eremu baten.

## 2. LANAREN HELBURUAK

Lan honen bitartez lortu nahi den helburu nagusia hurrengoa da:

- Gaur egun hirietako merkataritzaren egoera eta analisia burutzea merkataritza gune errealek bat aztertuz da lan honen xede nagusia, kasu honetan Bilbo hiriko merkataritza eremu bat hautatuz. Bestalde, munduko hirietan ematen ari diren merkataritza arloko marketin tendentzia eta joera berrien existentzia bermatzea beste interes puntu bat da, aldaketa hauek ekonomia, kontsumo eta gizarte arloetan nola eragiten duten ebaluatzeko.

Aurretik aipaturiko helburu nagusi hori lortzeko, beste zenbait helburu zehatz ere aipatu behar dira:

- Merkataritzak eta komertzioak hirietan duen indarra eta garrantzia zehaztea.
- Hirietako merkataritzaren gaur egungo egoera aztertzea eta analizatzea, hiri-merkataritzan eragiten duten sektoreak banaka ikertuz Europa, Espainia eta Euskadi mailan. Sektore bakoitzeko datuak erreparatuz merkataritzaren errealitatea azaleratzeko.
- Hiri merkataritza sortzen duten merkataritza formatu ezberdinen ezagutza eta desberdintzapena zehaztea.
- Hiri-merkataritzaren etorkizun hurbilera begiraturik, existitzen diren merkataritza joera berriak eta hauen inpaktua ezagutzea esparru ezberdinetan.
- Bilbo eta merkataritza eremua sakontasunean ezagutzea, lan honen hiri-merkataritza ereduak izanik, ingurune komertzial honen merkataritza errealitatea ebaluatzeko.
- Ingurunean baturiko datu errealekin, merkataritzan ematen ari diren joeren eragina aplikagarria den erabakitzea, aztertutako eremuan.
- Merkataritza eremuaren ondorio komertzialak lantzea etorkizunerako iradokizunak proposatzeko.

### 3. METODOLOGIA

Lan honen egituratze nagusia bi zati desberdinetan banatzen da. Lehen zatiaren metodologiaren inguruan aipatu behar da, hirietako-merkataritzaren gaur egungo egoera aztertzeko, nagusiki bigarren mailako informazio bezala ezagutzen den informazio iturriak erabili direla, hau da, ikerketa aurrera eramateko, jadanik eginda dauden datuak eta analisi estatistikoak (Santesmases, 2012, 347.or.) erabili direla.

Bigarren mailako informazio hau eskuratzeko, hainbat iturri erabili dira, horien artean; Liburu akademikoak, aldizkariak, internet bidez aurkituriko “web” eta “blog” ezberdinak...baina batez ere zati honetan, merkataritza arloan jarduten duten enpresen ikerketa txostenak, (sektore desberdinen urteko analisia argitaratuz) oso baliagarriak izan dira datu eta eboluzio hauek ulertzeko. Informazio landu ondoren, ondorio propioak atera dira datuak aipatzeko eta hiri-merkataritza egoera ebaluatzeko. Bestalde, informazioa, testu eran moldatzeaz gain, irudi, grafiko eta taula ezberdinen laguntzaz, aipaturiko datuak modu bisualago batetan ezartzeko euren erabilera bermatu da lanaren lehen zati honetan.

Lanaren bigarren zati nagusian, analisi esperimental bat burutu da enpirismoan eta logikan oinarritzen dena fenomenoek behaketarekin eta analisi estatistikoekin batera. Hala ere, aipatzekoa da zati honetan lehen eta bigarren mailako informazio iturrien mix bat eman dela. Baina batez ere lehen mailako informazioa erabili da non, egin beharreko ikerketarako berariaz lortzen den informazioa eta datu bilketa bezala ezagutzen den (Santesmases, 2012, 347.or.).

Horien artean, merkataritza eremuko lokalen informazio banan-banan eskuratzeko izan da informazio iturri nagusia, ondoren datu numeriko eta estatistikoak kalkulatzeko. Baturiko eta landutako datu horiekin, ondorio pertsonalak lortu ahal izan ziren eremuaren inguruko egoera ebaluatzeko. Horrez gain, Santutxu auzuneko merkataritza elkartearekin kontaktuan jartzea posible izan zen eremuari buruzko datu eta informazio ezberdinagatik galdetzeko. Honela, hasiera baten egindako analisia eta baturiko datuen arteko erlazioa egin ahalko zen, informazioak errealitatean duen eragina ikusgarri izateko, baita merkataritza berezitasunak azaltzeko. Beste behin irudi eta taulen erabilera bermatu da zati honetan, azalpenak dinamikoagoak egiteko.



## 4 HIRI-MERKATARITZA. GAUR EGUNGO EGOERA ETA JOERA NAGUSIAK

Merkataritza, hirien plangintzan eta egituran ezinbesteko papera betetzen duen jarduera izateaz gain etengabe aldaketa prozesuan murgildurik aurkitzen da. Lan honen hasierako atal teoriko honetan, gaur egungo hirien eta merkataritzaren arteko erlazioa eta analisia burutuko da, zein den egungo egoera, joera berriak aztertuz eta merkataritzak hiriei eskaintzen dien komertzio formatuak ikertuz.

### 4.1 GAUR EGUNGO MERKATAL EGOERA ETA EBOLUZIOA

Munduko hiri ezberdinetan nagusi den sektorea hirugarrena edo tertziario bezala ezagutzen dena da, non, sektore honen xede nagusia biztanleriak eskatzen dituen jarduera ekonomiko nagusien zerbitzua eskaintzean datza. Beraz esan daiteke, Europar gizartea post-industrializazio baten eraturik dagoela, zerbitzuak, aisialdiak, merkataritzak eta telekomunikazioek garrantzia harturik.

Lanaren atal honetan, merkataritzako sektore nagusien analisia egingo da. Hala ere, merkataritzako sektore aipagarrienek hirien gain duten garrantzia aipatzeko, sektorek modu global baten aztertzea erabaki da, hau da, Europa, Espainia eta Euskadiko sektoreak euren **alderdi ekonomikotik** aztertuak izango dira nagusiki. Horretarako, hirugarren sektorearen barnean hurrengo hiru azpi-sektoreak aukeratu dira euren presentzia eta garrantziagatik: *merkataritza*, *ostalaritza* eta *zerbitzu sektoreak*.

#### a) MERKATARITZA SEKTOREA

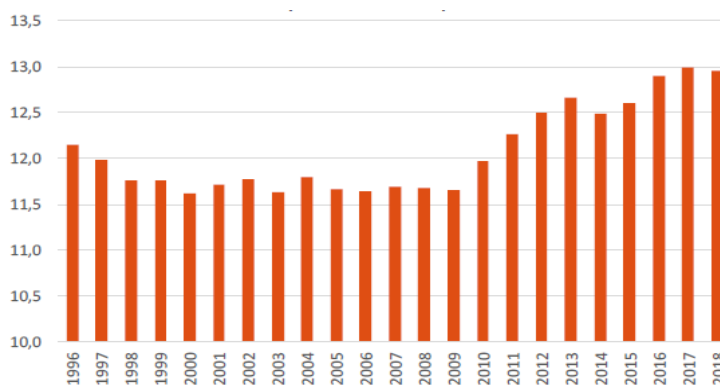
Espainiar hirietako ekonomientzat, merkataritza sektorea indar handiko sektore estrategikoa bihurtu da. Garrantzi honen sekretua ez da soilik sortzen dituen aberastasuna edo lanpostu kopurua, baizik eta mundu mailan ematen ari diren merkataritza aldaketek ekonomia globala birmoldatzen ari direlako da. Horien artean **globalizazioa** eta **digitalizazioa** bultzatuz. Globalizazio aspektutik hasiz, lehiakidetzaz zorroztzago bihurtzen da merkataritza. Bestalde, digitalizazioak, hirietako negozio estilo berrien sorrerara eramaten du. Honek egituratze berria ekartzeaz gain, bezero zein hornitzaileekin komunikatzeko modua ere aldatuz.

Izan ere, merkataritza sektorea aldaketa konstantean aurkitzen den sektorea da. Enpresen dibertsifikazio eta internazionalizaziotik at, hirietako formatu komertzial ezberdinen arteko lehiakidetzaren artean erreparatu daiteke. Ingurune komertzial berri honetan espezializazioak, berritapenak, kontsumitzaileen behar izanetan zentratzea eta teknologia berriek paper oso garrantzitsua betetze dute (CEOE, 2018).

Espainiar ekonomian, merkataritza, hirugarren sektorearen %17,3-a adierazten zuen 2018.urtean, honek pisu handia adierazten du herrialdeko ekonomia osoaren gain. Azken bi hamarkadetak merkataritzaren pisua aztertuz, Espainiar ekonomian CEOE-ren

(Espainiako Enpresaburu Elkartearen Konfederazioa) datuak erreparaturaz, esan daiteke oso konstante mantendu dela, datuak Balio erantsi gordinaren (BEGd) ehunekoetan aztertuz %11.6 eta %13-aren artean mugituz 1996 eta 2018 bitartean. Hala ere azken urteetan eraldaketa positiboa izan du. Beraz, esan daiteke, ekonomiarentzat sektore bultzatzailea dela, ekonomiaren aberastasunean positiboki eraginez.

**1.Grafikoa:** Espainiar ekonomian komertzioaren pisuaren eboluzioa, Balio erantsi gordinaren (BEGd) ehunekoak erabiliz (1996-2018)



Iturria: CEOE, INE-tik lortutako datuekin (2018)

Honekin jarraituz, sektorearen produktibitatea aztertuz, azken urteetan, merkataritza sektorea langile lanpetu bakoitzeko produktibitatearen hazkundeagatik ezaugarritu da. Izan ere 2000-2018 urteen bitartean produkzioa hazkunderik handiena izan duen sektorea izan da Espainia mailan. Hain zuzen ere %44,3-ko hazkunde izan zuen epealdi horretan.

Jadanik, merkataritza sektoreak Espainiar ekonomian duen pisua azterturik, hurrengo pausoa, Europar herrialdeen mailan, merkataritzak duen pisuarekin alderatzea da. Aurretik esan bezala, sektorearen pisua Espainiar ekonomian 2018. urtean BEGd-aren %13-aren inguruan zebilen, *Eurostat*-ek argitaraturiko datuen arabera, Europako herrialdeen batzuetan baino altuago zen, %11.2 datuarekin urte berberean. Gainera, ekonomikoki Europa mailan herrialde boteretsuenekin alderatuz ere lehen postuan kokatzen zen Espainia; Alemania %10, Frantzia %10,3, Italia %12 eta Erresuma Batua %10,4 (*Eurostat*, 2019).

Beste alde batetik, merkataritza sektorean hirietako lokal komertzial askok bateraturik duten ezaugarrietako bat, euren tamaina txiki-ertaina da. Honen zergati nagusia kontsumitzaile eta enpresaren artean egon beharreko hurbiltasuna da, honek lokal gehiagoren bilketa baimentzeaz gain, ekonomia eskalen ustiapen egokiago bat eskaintzen duelako.

Hala ere, Espainiar merkataritza enpresen tamaina Europar herrialdekoekin alderatuz, txikiago da bere osotasunean. Hori dela eta, Espainian enpresa komertzial bakoitzean lan egiten duten langileen batezbestekoa 4 gizabanakotan aurkitzen den bitartean, Europa mailan bataz-beste 6 langile dira merkataritza enpresa gehienetan. Gainera, Espainia mailan hamar lankide baino gutxiago duten merkataritza enpresak %44,6-a adierazten dute, Europa mailan ordea bataz-beste %34,1-a dira *Eurostat*-eko 2019-ko *Structural Business Statistics (SBS)* analisiko datuei erreparatuz.

Bestalde, Espainiako merkataritza sektoreko produktibitate datuak, Europar produktibitate mailarekin alderatuz, hurrengoa erreparatu daiteke. Alderaketa egiteko, 2 eta 9 langile okupatuen artean dituen merkataritza sektoreko enpresen produktibitate datuak alderatuko dira, (Espainia mailan, merkataritza enpresa gehientsuenak tarte honetakoak izanik). Honekin jarraituz, 2018-an Espainian 2-9 langileen arteko produktibitatea merkataritza sektoreko enpresetan 24,7 miloi €-koa langile lanpetu bakoitzeko izan zen (CEOE, 2018). Bestalde, Europa mailan ezaugarri berberak mantenduz, bataz-beste 29,6 miloi €-koa langile lanpetu bakoitzeko izan zen. Beraz, datuak erreparatu ondoren, esan daiteke Espainiako merkataritza sektorean murgiltzen diren enpresen produktibitatea Europakoena baino baxuagoa dela. (Eurostat, 2019).

Merkataritza sektorearekin bukatzeko Euskadiri buruzko datuak aztertuko dira sektore honen eboluzioa ezagutzeko.

EUSTAT erakundeak 2019-an argitaraturiko jarduera ekonomikoen direktorioaren esanetan, urte horretan Euskadi mailan guztira 38.965 lokal komertzial existitzen ziren: horietako 11.130 komertzio handizkariak eta 27.835 komertzio txikizkari izanik. Baina komertzio guzti hauen dentsitate komertziala aztertzeko, mila biztanleko zenbat komertzio dauden aztertuko da. Horregatik 2019-ko datuen arabera, komertzioen dentsitatearen totala Euskadin 15.526 komertziokoa da mila biztanleko. Bereizketa burutuz, horietatik %11,16 txikizkako merkataritzarenak izanik eta %4,36 handizkakoak (EUSTAT, 2019).

Beraz, dentsitate horri buruzko eboluzioa aztertuz **txikizkako merkataritzan**, aipatu daiteke 2012. urtetik txikizkako komertzioen kopurua baita dentsitatea murrizte joera argi bat izan dutela Euskadin. Hala ere, 2012-2019 bitartean 3.659 txikizkako merkataritza galdu ziren, hau da, txikizkako merkataritza dentsitatearen 1.81 puntu murriztuz. (EUSTAT, 2019)

Bestalde, **handizkako merkataritzan** datuek joera berdintsua erakusten dute, handizkako komertzioen eta dentsitate komertzialaren murriztapena emanez 2012 urtetik. Zehaztasun gehiagoz aztertuz, 2012-2019 urteen bitartean, 1.810 handizkako komertzio galdu dira Euskadin eta handizkako dentsitate komertziala 0.89 puntu jaitsi da.

Bukatzeko, Euskadi mailan merkataritza sektoreko enplegu egoera aztertuko da, horretarako gizarte segurantzako datuak erreparatuz. Gizarte segurantzako datuen

arabera, 2019-an merkataritza sektoreko afiliatuen kantitatea mantendu egin zen aurreko urteko zifrekin alderatuz, guztira 137.714 afiliatu izanik sektore honetan. Hala ere eboluzio hazkunde argiago bat ikusten da 2015.urteko datuekin alderatuz. Izan ere, azken 5 urteetan joera hazkor bat izan du eta 3.200 afiliatu berri barneratu dira Euskadiko merkataritza sektorean (EUSTAT, 2019).

Euskadiko merkataritza sektoreari buruzko datuak aztertu ondoren esan daiteke, merkataritzak bere garrantzia duela Euskadi mailan, gehien bat txikizkako komertzioak nagusi izanik, beraz hirien merkataritzarekin lotuz txikizkako komertzio hauek euren presentzia bermatzen dute hirietan eta horien egiturari. Biztanleriaren lan postu sorreran berriz, hazkunde txiki baina hazkorreko sektorea dela aztertu daiteke.

## b) OSTALARITZA SEKTOREA

Ostalaritza sektorea hainbat azpi-taldetan zatikatzen da, oso sektore zabala izanik. Estatistikako Institutu Nazionalaren Enpresen Direktorio Nagusiko (DIRCE) datuen erreferentzia hartuz, sektorea **bi azpi-sektore** nagusitan banatuta dago: Alde batetik, **janari eta edari zerbitzuak**, eta bestetik **ostatu zerbitzuak**. Hala ere, bi hauek jarduera ezberdinetako azpi-adarretan zatitzen dira: lehena jatetxeak eta janari.-postuak, edari-establezimenduak eta *catering* zerbitzuak Bestalde, ostatuaren azpisektorean, hotelak, antzeko ostatuak, turismo ostatuak, apartamentuak eta landetxeak barneratzen dira, kanpinak eta karabanentzako aparkalekuak alde batera utzi gabe.

Hasteko, Europa mailan sektore honek turismoaren gain duen indarrari esker, ostalaritza Europar ekonomiaren bultzatzaile nagusienetakoa da. Izan ere turismoarekin batera, ostalaritza Europar Batasuneko hirugarren jarduera sozio-ekonomiko garrantzitsua da. Aipatzen den garrantzi hau bermatzeko, *Hotrec Hospitality Europe* erakundeak hurrengo datuak argitaratu zituen 2018.urtean; Finantza arloan jarduten ez duten 10 enpresa Europarretik, 1 ostalaritza sektorean jarduten du. Horrez gain, ostatuaren industriak Europar Batasuneko BPG-aren %5-a adierazi zuen urte berean (Hotrec, 2018). Ondorioz, pisu eta balio ekonomiko handiko sektorea da ostalaritzarena.

Bestalde, Europa mailako lanbide eta okupazio datuak erreparatuz, 2013 eta 2018 urteen artean sektore honetan Europa mailan 1,6 milioi lanpostu berri sortu zituen, honela 11,9 milioiko langileria sorturik Europa osoan (Hotrec, 2018). Lanpostuen zifrak hasteaz gain, sektorean enpresa berrien sortzea ere eman zen, ostatu eta bestelako azpitaldeen hazkunde benetan positiboa izanik azken urteetan. Honek erakusten du, hazkunde bizkorreko sektorea izateaz gain, lanpostuak sortzeko erraztasuna duela.

Europako ostalaritza datuen inguruko datuekin bukatzeko, sektoreak eskaintzen duen aberastasuna erreparatuko da, non, 2018-an sektoreko fakturazioa 1,1 bilioi € gaitzen zituen. Honek ekonomia ekoizpenaren %8.1 inguru irudikatzeaz gain urte hartan, azken hamarkadan izandako daturik positiboenen artean kokatu zen (Hotrec, 2018). Beraz, esan daiteke ostalaritza Europa mailan zaindu beharreko sektorea dela,

turismoarekin oso lotuta baitago eta Europar ekonomiaren daturik oparotsuenek eskaini ditu azken hamarkadan.

Espainia mailan erreparatuz, ostalaritza arrakasta handiko sektorea da baita hainbat aspektutan, turismoaren erakargarritasunean balio handiko sektorea izanik. Honela adieraziz, sektoreko lokalen existentzia biztanle bakoitzeko nahiko handia dela beste herrialde batzuekin alderatuz, hain zuzen ere, Espainian ostalaritza lokal bakoitzeko, 175 biztanle daude herrialdean, Europako beste herrialdeen buruan kokatuz.

### 1. Taula: Espainiako ostalaritzako lokalen banaketa (2019)

LOKAL MOTAK	LOKALAK GUZTIRA	GUZTIAREN GAINEKO %
<b>SUKALDARITZA ETA JATETXEAK</b>	<b>279.396</b>	<b>88,9</b>
Jatetxe eta kafetegiak	78.950	25,1
Katering	17.140	5,5
Tabernak	183.306	58,3
<b>OSTATUAK</b>	<b>34.915</b>	<b>11,1</b>
Hotelak	16.615	5,3
Apartamentu eta landetxeak	15.824	5
Kanping-ak	1.246	0,4
Bestelakoak	1.230	0,4
<b>GUZTIRA OSTALARITZA</b>	<b>314.311</b>	<b>100</b>

Iturria: INE-DIRCE (2018 Urtarrilak 1)

Aurreko taulak adierazten duen bezala, 2019. urtean Espainian jatetxe eta sukaldaritza formatuko lokalen artean, tabernak (%58.3) banaketa handiena zutenak ziren eta ostalaritza formatuen barnean berriz, hotelak (%5.3) ziren nagusi .

Honekin jarraituz, Espainiar mailako taberna eta jatetxeen distribuzioa geografikoa aztertuz DIRCE-ren datuez baliatuz, 2019. urtean lau autonomi erkidego ziren taberna eta jatetxe kopuru totalaren erdia baino gehiago barneratzen zituenak; Andaluzia, Katalunia, Valentziar komunitatea eta Madril. Lau hauetan, hiri oso garrantzitsuak aurkitzen dira, bai komertzialki, bai turistikoki beraz horrek sektore honen oparotasuna bermatu du. Bestalde, ostalaritza sektoreko ostatuen distribuzioa aztertzen badugu 2019. urtean DIRCE-k ondorioztatu zuen Espainiar lurralde osoko ostatuen tertzioa Katalunia eta Andaluzia komunitateetan aurkitzen zela (DIRCE, 2020). Honekin loturik, 2018. urtean, Bartzelona eta Sevilla hiri turistikoen artean aurkitzen ziren Espainiar mailan.

Baina sektore honek ekonomikoki hirietan eta estatu mailan duen boterea eta indarra azaltzeko, sektorearen produkzioa eta bere osagarriak ezagutzea oso baliagarria izango da. Estatistika institutu nazionalaren kontabilitatea nazionalen arabera, 2018. urtean ostalaritza sektoreak, Espainiar mailako produkzioa nazionalaren %5,7 adierazten zuen. Ostalaritzaren produkzioa historian zehar aztertzen badugu, azken hamar urteak harturik, 2009-an produkzio erorketa handia somatu zen garai hartako krisiaren hasierak jota, nahiz eta sektorearen gora-beherak, ostalaritzak indarra irabazten jarraitu du nazioko

produkzio mailan, 2008-an produkzioaren %5,2-tik aurretik aipaturiko %5,7-ra igaroz (CEHE, 2019).

Ostalaritza sektorearen osagarrietako bat enplegua da, izan ere sektore honen ezaugarri nagusienetakoa enplegua sortzeko gaitasun handia da eta honek era askotan eragin dezake hirietako aspektu sozialetan. Espainian, ostalaritzan lorturiko enplegu batezbestekoa lanean dabilen biztanleriaren artean %8,8-koa izan zen 2018.urtean. Honela, ostalaritza hirugarren postuan kokatuko litzateke datu hauekin enplegu tasa altuenen artean, industria eta merkataritzaren atzetik (%12,8 eta %15,6 enplegu tasa datuekin). Ohar gisa, langileen gehiengoa *sukaldaritza eta jatetxeen* azpitaldean aritzen ziran, 2018-an %76 ziren eta beste %24-a ostatuen jardueretara atxikitzen dira.

Euskadi mailan berriz, ostalaritzak 13.628 lokal izan zituen 2018.urtean, horien %92,2-ak sukaldaritza eta jatetxeen azpitaldearen zati izanda. Urte berberean Euskadin, 2017-ko datuekin alderatuz, ostalaritza lokalen baita ostatuen kopurua hazi egin zen baina, hotelen kopuruan jaitsiera nabarmen batekin.

Euskadiko probintzien analisi indibiduala eginez, hiru lurraldeetan aurreko urtearekin alderatuz sektorean hazkundera eman da lokal gehiagoren aspektuan, bai ostatu azpisektorean, bai taberna eta jatetxe kopuruan. Hala ere azken hamar urteetako eboluzioan, Arabako ostalaritza izan da denbora horretan gehien hasi dena, lokal berri gehiago gehitu baititu Bizkaia eta Gipuzkoarekin alderatuz. Bestalde, hiru lurraldeetako ostalaritza sektoreko produkzioa aztertuz, 2018-an azken zortzi urteetako daturik altuena lortu zen, aurreko urtearekin alderatuz hazkunde maila handia izanik. Gainera, enplegua hiru lurralde historikoetan hasi den aspektua izan da sektorean, enplegu oparotasuna ekarriz.

## 2. Taula: Euskadiko ostalaritza establezimenduen eboluzioa (2010-2018)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>ARABA</b>									
Jatetxeak	1.813	1.881	1.825	1.809	1.810	1.793	1.952	1.690	1.845
Ostatuak	175	168	173	200	199	185	181	164	175
<b>GUZTIRA</b>	<b>1.988</b>	<b>2.049</b>	<b>1.998</b>	<b>2.009</b>	<b>2.009</b>	<b>1.978</b>	<b>2.133</b>	<b>1.854</b>	<b>2.020</b>
<b>GIPUZKOA</b>									
Jatetxeak	4.070	4.068	3.962	3.864	3.801	3.780	4.022	3.645	3.932
Ostatuak	389	384	374	462	447	442	453	449	496
<b>GUZTIRA</b>	<b>4.459</b>	<b>4.452</b>	<b>4.336</b>	<b>4.326</b>	<b>4.248</b>	<b>4.222</b>	<b>4.475</b>	<b>4.094</b>	<b>4.428</b>
<b>BIZKAIA</b>									
Jatetxeak	7.248	7.242	7.092	6.960	6.841	6.847	7.223	6.299	6.791
Ostatuak	365	361	353	393	385	378	390	358	389
<b>GUZTIRA</b>	<b>7.613</b>	<b>7.603</b>	<b>7.445</b>	<b>7.353</b>	<b>7.226</b>	<b>7.225</b>	<b>7.613</b>	<b>6.657</b>	<b>7.180</b>

Iturria: INE-DIRCE (Urte bakoitzeko Urtarrilak 1-eko datuak)

### c) ZERBITZU SEKTOREA

Hiru azpi-sektoreekin bukatzeko, zerbitzuen sektorea aztertuko da. Zerbitzu hitzak barneratzen dituen enpresen jarduera handia eta zabala izanik, atal honetan **finantzarioak ez diren** merkatuko beste zerbitzu guztien analisia egitea erabaki da (ostalaritza kanpo utzita) honela zerbitzuen sektorea osatuz. Modalitate honetako zerbitzu azpi-taldeak hurrengoak dira:

- Garraio eta biltegiatze zerbitzuak
- Informazio eta komunikazio zerbitzuak
- Zerbitzu profesional, zientifiko eta teknikoak
- Administrazio zerbitzuak
- Zerbitzu artistiko eta aisialdikoak
- Beste zenbait zerbitzu pertsonal

Espainia mailako zerbitzuen sektorea aztertzen hasteko 2019. urtean finantza merkatukoak ez diren zerbitzu enpresak 530.655 milioi inguruko kopurura heldu ziren. Zerbitzu enpresa horien artean, zerbitzu azpi-sektoreen ranking-burutzen bada, fakturazio handiena lortu zuen zerbitzu taldea **garraio eta biltegiatzeen**-a izan zen, zerbitzu sektore osoaren %21.9-a bereganatuz. Horren jarraian, fakturazio handieneko zerbitzu taldea **zerbitzu profesional, zientifiko eta teknikoena** izan zen %18.1-arekin urte berberean (INE, 2020).

Honekin jarraituz, zerbitzu sektoreko produktibitatea aztertuz 2019. urtean sektore honek 36.500 milioi irabazi zituen (langile okupatu bakoitzeko balio erantsiarekin neurtuz), azken hamarkadan urte honetan zerbitzuen sektoreak izandako produktibitate daturik altuenetarikoa izanik INE erakundearen esanetan. Orain, sektore osoko produktibitate hori lortzera eraman duten azpi dibisioak aztertuz (milioiko datuetan); produktibitate handienekoa, **telekomunikazio zerbitzuak** izan ziren 190.339€-rekin eta bigarren tokian **zorizko eta apustu jarduerak** 100.233€-rekin. Bestalde produktibitate txikieneko zerbitzuen artean, **ile-apaindegiak, arropa garbitegiak eta bestelako zerbitzuak** kokatzen dira, urte berberean 13.791€-ko produktibitate balioarekin.

Zerbitzu sektorearen ezaugarri nagusia enpresa oso txikiak direla da Espainia mailan, horien %95-ak baino gehiago 10 langile baino gutxiago zituen 2019-an. Sektore honetako enpresa horiek langile aktiboen artean %39,1-ari eman zion enplegua eta haien fakturazioa sektore osoaren %25,3 izan zen. Bestalde, 250 langile edo gehiago dituzten enpresak guztizkoaren %0,1 izan ziren, eta sektoreko negozio-zifraren %44,1 fakturatu zuten. Enpresa horiek langileria aktiboaren %32,3- okupatu zuten. (INE, 2020).

Bukatzeko autonomia erkidegoetan zentratuz, zerbitzuen sektorean partaidetza handiena dutenak Madril, Katalunia eta Andaluzia izan ziren %35, %19.6 eta %9.1-eko datuekin. Bestalde, sektorearen partaide txikieneko autonomia Espainiarrak; Kantabria, Extremadura eta Errioxa izan ziren %0.7, %0.6 eta %0.3-ko datuekin. Bestalde, Euskadi

mailako zerbitzuen sektoreari buruzko datuak batuz, 2019. urtean sektore honen partaidetza %4.3-koa izan zen, hain zuzen 21.331 milioi €-ko negozio zifra erakutsiz. Langile okupatuen inguruan sektore honetan, ehuneko totalaren gain %4,6-a sektore honetan jardun zuen (INE, 2020).

Beraz zerbitzu sektoreko azken urteetako eboluzio hau aztertu ondoren, esan daiteke merkataritza sektorea bezain garrantzizkoa dela Espainiar eta Euskal merkatuetan. Geroz eta arrakasta gehiago irabaziz produktuak eskaintzen dituzten sektoreen gain, ekonomikoki nabaritasun handia duen sektorea izanik egunerokotasuneko kontsumoan murgildurik.

## 4.2 HIRI MERKATARITZAKO JOERA BERRIAK

Hurrengo atal honetan gaur egun hirietan ematen ari diren merkataritza joera aipagarrienak erreparatuko dira. Nahiz eta aldaketa askok, kontsumitzaileen joerarekin duten harremana, joera hauek gizadiaren eboluzioak eta globalizazioak hirietako merkataritza estiloetan izandako aldaketatik aztertuko dira, alde positibo zein negatibotik erreparatuz. Beraz, joera berritsuenak aztertu ondoren, hiri merkataritzan inpaktu handiena izan dutenak azaltzea erabaki da.

### **-Merkataritza Elektronikoa ( eCommerce)**

Merkataritza elektronikoa joera komertzial nagusi bezala aztertzeko, lan honetan joera berri hau bi ikuspuntutik begiratzea erabaki da. Lehenik eta behin, joera honen **ikuspuntu ekonomikoa** erreparatuko da non teknologia beti berrikuntzaren eta erosotasunaren sinonimo bihurtzen den. Beste alde batetik, merkataritza elektronikoa hirietako **merkataritza tradizional eta hirigintza** ikuspuntutik aztertua izango da, non, urbanistikoki eta komertzialki teknologi berriek onurak baino kalte gehiago ezartzen duten erreparatu ahalko da.

Merkataritza joera berri honek merkatu, salerosketa, zerbitzu, gestio, logistika eta orokorrean internet bidez eginiko edozein elkartruke komertzialetan du funtsa, gehienetan ordainketa elektronikoa bidez burutzen direnak. Gaur egun, internetek eskaintzen duen erabilera erraz eta zabalak eraginda, arrakasta handiko erraminta komertziala bihurtu da bai kontsumitzailearentzat, bai merkatarari eta ekoizleentzat (CEOE, 2018). Azken hauentzat, eskaintzen duen aurrerapen handiena, tresna honek ematen duen merkatu hedapena eta geografikoa izango litzateke, merkataritza operazioetan arintasun eta bizkortasuna eskaintzeaz gain (Fernandez, 2012). Hala ere, joera berri honen atalik ezonuragarrien artean, bezero eta saltzaile edo ekoizlearen artean galtzen den erlazio fisikoa litzateke. Salerosketak inbertsonalagoak egiteaz gain bezeroekiko fidelizazioa zailduz baita.



Tresna honen hazkunde abiadura bizkorra erreparaturik, enpresak martxan jarri dira teknologi berrietara egokituz, interneten eurei buruzko orrialde korporatibo bat aurkitzeaz gain merkataritza elektronikoa ezartzeko pausoa emanaz. Modu honetan, interneten presentzia egonkor eta efizienteagoa lortzeko. Konpetentzia Merkatuaren Komisio Nazionalak (CNMC) Espainian merkataritza elektronikorekin buruturiko operazio eta negozio bolumenaren inguruan eskaintzen dituen datuen arabera, 2018. urtean merkataritza elektronikoen operazioen bolumena %29 batean igo zen aurreko urtearekin alderatuz. Izan ere, azken lau urteetan merkataritza elektronikoen bidez eginiko operazioak lau bider handitu dira eta hazten jarraitzeko joera mantentzen dute etorkizunari begira (CNMC, 2019).

Merkataritzako azpisektoreetan aztertuz, merkataritza elektronikoen bitartez buruturiko salmenten ehuneko nagusia **textil sektoreak** izan zuen, salmenten %20 modu elektronikoa eginez. Honen atzetik, bigarren jarduera oparoena, **etxe-tresnak eta teknologia** salmentak litzateke %11-ko datuarekin eta hirugarren jarduera **liburu, musika eta papergintza artikulua** litzateke salmenta totalen %5,2 modu elektronikoa eginez (El País, 2019).

Hau guztia dela medio, hiriguneetako komertzio fisikoetan salerosketak murriztuz doaz denboraren igaroarekin, batez ere komertzio txiki eta tradizionalak kaltetuenak izanik. Hiriguneetako zonalderik zigortuenen artean hirietako kanpoaldean aurkitzen diren komertzio txikiak izanik, non euren betiko negozioak gaur egungo garaira ekartzea eta digitalizatzea probabilitate gutxiako ekintza da.

Hala ere, PwC aholkularitzak buruturiko *Total Retail* txostenaren esanetan, nahiz eta oraindik gaur egun kontsumitzaileen zati handi batek erosketak modu fisikoan egiten dituzten, (gehienbat egunerokotasuneko eta elikagai produktuak) joera honek beherantz egiten jarraitzen du urteak igaro ahala (PwC, 2017). Erosketak modu presentzian egiteko arrazoi nagusien artean, produktuen ezagutza maila altua, saltzaileen salmenta eskaintza pertsonalagoa eta komertzio hauek eskaintzen duten ingurune erakargarriagatik litzateke.

Bukatzeko, merkataritza elektronikoa, hiriei eta honen komertzioari ere beste modu baten eragiten die. Kasu honetan, aurretik esandako merkataritza elektronikoa izan duen hedapen handiaren ondorioz, hirien plangintza urbanistikoetan ere sakrifizioak eginez. Izan ere, merkataritza elektronikoa hazten den bezain bizkor behar izaten dira logistika eta banatze zentro berriak eraikitzea. Beraz, merkataritza elektronikoa eskaintzen duen efikazia eta bizkortasunagatik zentro hauen eraikitzea hirien kanpoaldeetan egiteko joera sortze ari da, ingurune industrialak sortuz eta bertako merkataritza gaizkituz. Zentro logistikoen berri hauen artean *Amazon*, *Decathlon* eta bestelako marka multinazionalak aurkitzen dira adibidez.

### **-Frankizia formatuko negozioen hedapen bizkorra**

Frankizien merkataritza estiloa ekintzaileentzat aukera ona izateaz gain, krisi garaietan ematen den ez-jakintasunaren aurrean ere aukera ona izaten da marka eraginkor batean inbertitzeko. Izan ere, jadanik arrakasta izan duten negozioak direla ziurtatu ondoren, arriskuak murrizten ditu. Gaur egun, sektore guztietan aurkitzen dira marka ezberdinetako frankiziak.

Azken urteetan frankiziek izan duten hedapena hirietako komertziotan, merkataritza tradizionalagoarekin nahasiz handia izan da. Merkataritza formatu honen hazkunde tasa bizkorra izateaz gain, globala ere izan baita. Nahiz eta mundu mailako hiri ezberdinetara bidaiatu frankizia berdintsuak aurkitzen baitira gaur egungo globalizazio maila altuak eraginda. Hala ere, fenomeno hau hirien arteko lehiakortasun aldetik begiztatuz, hiriek duten pertsonalitatea galtzera eramaten duen jarduera da, hirien arteko parekidetasuna sortuz merkataritza ikuspuntu batetik (Díez de Castro, 2004).

Honen arazo nagusia, frankiziek, frankizia-emailei euren etorkizuneko frankiziaren kokalekua hiriko zonalderik zentrikoetan izatera edo kale nagusietan kokatzera baldintzatzen dietelako da. Izan ere, bezero posibleen jariaortasuna handiagoa da hirietako kokaleku estrategiko hauetan. Iradokizun hauek bultzatuta, tradizionalagoa den komertzioa hiriko kale nagusietatik kanporatzera eramaten du, ezin dutelako frankiziatu eta denda kateen aurka lehiatu. Ondorioz, bigarren mailako kaleetan ezartzera eragiten diete, non bezero berriak erakartzeko jarduera zaildu egiten du. Gainera, hiriek duten lehiakortasun faktore nagusienetarikoa merkataritza izanda, hauek kalteturik ikusten dira.

Espainiaren kasuan, 2019. urtean herrialdean 1.388 komertzio berri zabaldu ziren frankizia formatuarekin, aurreko urtearekin alderatuz %2.4-ko hazkundera izanik Espainiako frankizien urteroko gidaren esanetan ([www.generaldefranquicias.es](http://www.generaldefranquicias.es)). Berriz ere, frankizia formatuko marken artean sektorerik oparoena **ostalaritza** izan zen, horren atzetik **moda** sektorea eta **elikagai espezializazioko** zerbitzuen frankiziak kokatuz. Espainia mailan Madrilgo hiria da frankizia gehien jasotzen dituen beste komunitateetako hiriekin alderatuz (CEOE, 2018)

Laburbilduz, merkataritza formatu honek azken urteetan izandako hedapen handi eta bizkorrak hirietako merkataritza aldatzeaz gain, kontsumitzaileen erosteko moduan eragin du, internazionalak diren markak euren hirietara hurbilduz. Internazionalizazioak bultzaturik, marka desberdinak hedatu egin dira frankizia formatuan, hirietara helduz eta hirietako merkataritzan eraginik. Baina hedapenaren arrazoi nagusia, formatu komertzial honek eskaintzen dituen merkataritza izaera eraginkorra eta fidagarritasuna litzateke, enpresari batek norbere idea komertzialarekin ekintzaitza jardutea baino bide errazago bezala ikusten baitute horietako askok.

### **- Hiri kanpoaldean sorturiko distribuzio taldeen lekualdatzea hirigune zentroetara**

Mundu mailan ematen ari den merkataritza joera berri hau, garai baten hirien kanpoaldean, merkataritza zentro erraldoien inguruan finkatzen ziren distribuzio talde handien sorreraren kontrako joera da honako hau. Egoera horri buelta erdi emanda, merkataritza aro honetan, hirietako erdiguneetara bueltatzen ari dira pixkanaka-pixkanaka. Fenomeno honen adibide da, hiriguneetako supermerkatuak, merkatu kuota handia kendu baitiote hirien kanpoaldean kokatzen diren hipermerkatu handiei.

Bartzelonako *ESADE Business School*-eko irakasle den Lluís Martínez-ek *El País*, egunkarian idatzitako artikulua baten esanetan, urbanizatzeko prozesu berri baten fruitu da joera berri hau (El País, 2017). Mundu mailako biztanleri kopuruak hazten jarraitzen du, eta hauen merkataritza eta kontsumitzeko joerak eboluzionatuz doaz denborak aurrera egin ahala. Izan ere, marketineko irakasle honen teoriaren arabera; “*Merkataritzaren kokalekua helmuga izatetik, hau da, kontsumitzaileak nire dendara etortzetik, kontsumitzailea mugitzen den tokira mugitzera joan gara*”, dio. Azken finean kontsumitzaileak bilatzera eta hauen kontsumitze joeretara moldatzea litzateke estrategia berria.

Baina joera berri honen atzean badaude beste jarrera batzuk honen arrazoi direnak. Horien artean, lehenengoa *bizitza estilo aldaketak* dira eta ondoren *aldaketa komertzialak*. Hasteko, biztanleriaren bizitza estiloaren aldaketen inguruan, hirietan azken urteetan emandako aldaketak mugikortasunaren esparruan joera honen arrazoi nagusia dira. Hirian bertan bizi diren biztanleen artean interesa galdu da auto edo bestelako mugikortasun garraio partikularretan mugitzea, non kanpoaldean kokatzen diren merkataritza gune hauek helatzeko kasu gehienetan beharrezkoa izaten den. Aurrekoarekin loturik hau dena gutxi balitz, Europa mailako hiri nagusienak, araubide berriak sortu dituzte, hirietako trafikoa erregulatzeko eta honela kutsadura tasak murrizteko asmoz. Beraz, hirietako mugikortasuna garraio publikoaren eskuetan jarri dute hiri hauen agintariek, mugikortasun partikularreko garraioen erabilera tasa urritzeko asmoz.

Bestalde, joera honen beste arrazoi nagusia aurretik aipatu bezala merkataritza aldaketak izango litzateke. Nahiz eta arrazoi hau ere oso loturik dagoen mugikortasunarekin, multinazionalak konturatu dira kontsumitzaile potentzialekiko hurbiltasuna, euren markentzat onuragarria dela. Hau da, hirian bertan lokal komertzialaren kokaleku egoki batek aukera dezente izango ditu gaur egun, nahiz eta hirian dagoen lokalak saltzen dituen produktuen eskaintza kantitatea murriztagoa izan. Gaur egungo kontsumitzaileak nahiago baitu hurbiltasuna, eskaintza zabal bat baino. Honen adibide dira erdiguneetan lokal komertzialak dituzte supermerkatuen marka anitzak; *Lidl, Mercadona, DIA, Eroski City...*

Bukatzeko, distribuzio talde handi hauen lekualdatzearen beste arrazoi bat, aurretik azaldutako joerarekin dator bat; *Merkataritza elektronikorekin*. Izan ere, eCommerce-aren erabilera masiboa dela eta distribuzioa talde handienek *online* eta *offline*

kanalen arteko bidea sortzen saiatu dira. Hirigunean ezartzen dituzten distribuzio talde handi hauen denda berriek funtzio berritzailea hartzen dute; hasteko, erakusleiko bezala erabiltzen dira produktua erosi aurretik kontsumo nahiak berpiztuz eta bestalde, kontsumitzaileak online bidez erositako produktuentzat batze puntua bihurtuz, azken honek logistika zein banatze jarduerak murriztuz enpresarentzat. Honen adibide argia da *IKEA*-k, Bilboko Zubiarte merkataritza-gunean ([www.zubiarte.com](http://www.zubiarte.com)) ezarritako denda, tamainaz txikiagoa baina merkataritza joera berri honen erreferentzia argia dena.

### 4.3 MERKATARITZA ARLOKO FORMATU DESBERDINEN ANALISIA

Lan honetan hirietako merkataritza aztertzen denez, interesgarria bezain garrantzizkoa da hiriek gaur egun eskaintzen duten merkataritza egitura eta formatu ezberdinen ezagutzea eta analisia egitea. Horregatik, lehenik eta behin, hirietan funtzionamenduan dagoen eta presentzia handieneko merkataritza distribuzio mota ezarri beharko da:

#### a) **Handizkako Merkataritza:**

Ondasunen distribuzio katea aztertzen badugu, handizkarien merkataritza, katearen erdigunean kokatzen den jarduera dela ikus daiteke, hau da, manufaktura enpresen eta merkataritza txikizkarien arteko erlazio lantzen du bukatutako ondasunekin eta bestalde, ekoizleen artean bitarteko ondasunekin landuz. Distribuzio honen helburu nagusia, erakunde komertzialen arteko kantitatea handiko ondasunen salerosketan zentratzen da (Díez de Castro, 2004, 254.or).

Merkataritza handizkarien jarduerak, enpresa ezberdinei distribuzioan espezializazioa eskaintzeaz gain, ondasunen inbentarioan eraginkortasuna ematen diete, beti ere materien efizientzia maila handia eskainiz. Aipaturiko espezializazio eta efizientziari esker, aldizkako ondasunen distribuzioa eta ematea eraginkorragoa izaten da. Merkataritza estilo honen aipagarriena, ondasun eta inbentarioen pilatze edo urritasunaren gaineko arrisku maila txikia litzateke. Gainera distribuzio prozesuan zehar kostuen murrizketa ere aldeko puntua da. Guzti hau kontuan izanik, ekoizleek probabilitate altuagoa dute, euren produktu zein ondasunak merkatu objektibo batetan kokatzeko.

#### b) **Txikizkako Merkataritza:**

Txikizkarien merkataritzak bai ondasunak, bai zerbitzuak barneratzen ditu, beraz bezeria handiagoko distribuzio talde bezala sailkatzen da Merkataritza mota hau ondasun eta zerbitzuen distribuzio kateko azken zatia da, hau da, handizkarien eta azken kontsumitzaileen arteko lotura errazten duen atala (Díez de Castro, 2004, 256.or).

Txikizkarien merkataritzari esker, bezeroekin kontaktu zuzena izateaz gain, jarrera aktiboa erakusteko aukera ematen du, azken bezeroekin harremanetan jartzeko. Bestalde, produktu eta zerbitzuak eskaintzen dituzten markentzat txikizkarien

merkataritzak hedadura geografiko handiagoa ematen diete. Handizkarien salmentekin alderatuz, txikizkariak produktuen salmenta prezioa altuagoa izaten ohi da (Díez de Castro, 2004, 256.or). Hala ere, txikizkarien kasuan euren gain dago produktuen kontrol osoa, produktuaren inguruko erabaki guztiak euren eskuetatik igaroz; non, noiz eta zenbat saltzen den erabakiz.

Merkataritza estiloak azterturik eta bakoitzaren ezaugarriak aipaturik, ondorioztatzen da, hirietan gehien aurkitzen den merkataritza eredu nagusia **txikizkako merkataritza** dela. Hirietan kontsumitzen duten kontsumitzaile nagusiak azken kontsumitzaileak izanik. Txikizkako merkataritza formatu desberdinen analisia burutzeko, merkataritza jardueran **lokal komertzial finkoko** formatuen azaltzea izango da xedea (Díez de Castro, 2004, 417or.). Izan ere, hirietako merkataritzari buruzko ikerketa honetan, argi dago presentzia finkoa duten komertzioak pisu handiagoa izango dutela hirien gain.

### **Lokal komertzial finkoa duten merkataritza formatuak**

Talde honen desberdintze punturik handiena, komertzio finkoek bezeroei eskaintzen dieten salmenta esperientzia da. Komertzio finkoetan askoz ere errazagoa baita bezeroekiko erabateko salmenta bizipen arrakastatsua eskaintzea eta aspektu honek balioa ematen diete komertzioei. Merkataritza finkoen formatu ezberdinak sailkatzeko formatuen **salmenta sistema** izango da irizpide nagusia formatuen gaineko desberdintzapena burutzeko (Santesmases, 2012, 564.or) Beraz, salmenta sistemaren irizpidea jarraitzeko hiru dira modalitate honen adarrak:

#### **1-Salmenta tradizionala**

Saltzaile bat edo gehiagotan oinarritzen den salmenta puntua da, beraien eta erosleen artean erakusmahai bat existitzen da biak banatzen dituen euren artean, modu honetan produktuak ez daude eskuragarri eroslearentzat. Saltzaileak produktuak kontsumitzailearen begi bistan jartzen ditu eta horiei buruzko informazio eskaini, hau da erosleak saltzailearen bitartez ezagutzen du produktua eta erosketa prozesua osoan zehar saltzailea aurrean dagoen irudia da (Díez de Castro, 2004, 419.or). Horrez gain, formatu honek biltegi bat izaten du salmenta espaziotik banatuta non produktuak biltegitratzeaz gain ezkutatu egiten diren, honela erosleak ez daki produktu espezifikoko baten existentzia nolakoa den edo agorturik dagoen, informazio hori ez baitago erosleen eskuetan saltzaileari galdetu gabe.

#### **2-Auto zerbitzua**

Merkataritza modalitate honetan bezero bakoitza askea da produktuen erosketa edo aukeraketan. Bezeroak libreki doaz produktuak hartzen, begiratzen eta aukeratzeko, bertako langileek ez dute erosketa prozesuan esku hartzen ordainketa prozesuan ez bada edo erosleak langileen laguntza eskatzen ez badu (Díez de Castro, 2004, 420.or).

Modalitate honetan, espazioaren aprobetxamenduak garrantzi handia dauka, produktuak apaletan eskaintzen zaie bezeroei kantitate handiak erakusteko

ahalmenarekin. Sistema honek erosleen gain kontsumitze estimulua areagotzen du, produktuen eskaintza handiagatik eta libreki aukeratzeagatik. Bertako langileen betebeharrak handiena produktuen berrezartzea eta ordainketa prozesua burutzea izaten da.

### 3-Nahasia (Mix-a)

Hirugarren modalitatea hau *aurreko bien arteko nahasketa* bat bezala definitzen da, salmenta tradizionala eta autozerbitzuen artean. Merkataritza modalitate honetan, bezeroek askeak dira produktuak libreki aukeratu eta erosteko. Hala ere, komertzio hauetako langileek, eskaintzen duten produktuei buruzko informazioa eta laguntza ematea, bezeroen erosketa prozesuan eskaintzen duten zerbitzuaren zati da. Modalitate hau tamaina handiko komertzio guneetan izaten da nagusi (Díez de Castro, 2004, 420.or).

Formatuen *salmenta sisteman* oinarritutako hiru modalitate nagusi hauen oinarria eta zertan datzan aztertutik, hurrengo pausua modalitate bakoitzaren barnean aurkitzen diren formatuak aztertzea izango da:

#### 1-Salmenta tradizionala

**1.a) Komertzio tradizionala:** Dimentsio txiki-ertaineko dendak izaten dira nagusi, hirietako kale ezberdinetan kokaturik. Formatu honen ezaugarri nagusia, eskaintzen duten produktuen ezagutza maila handia eta egunerokotasuneko bezeroekiko harremanak dira (Santesmases, 2012, 566.or). Saltzen dituzten produktuen artean marka bat baino gehiago izan ahal dira, baita ere produktu bereberko mota asko, baina eskainitako produktu larroaren sakontasuna ez da zabalegia izaten.

**1.b) Komertzio berezitua:** Komertzio formatu hauek produktu berezitu kategoriatan zentratzen dira, barietate murriztua duena baina produktu horren sakontasun handiarekin (Santesmases, 2012, 568.or). Lokal hauetan saltzen diren produktuen gain langileen ezagutza handia izaten da, horrek balioa ematen dio formatuari eta bezeroentzat aldeko puntua da produktuaren inguruko informazioa edukitzeko.

**1.c) Bigarren eskuko komertzioa:** Formatu komertzial honetan, jadanik erabilera izan duten produktuak bir-saltzen dira, bigarren bizi bat emanez. Produktu erabiliak saltzeaz gain, mota honetako komertzio askotan, bezeroentzat euren produktu erabilien salmenta puntu izaera ere badute. Bigarren eskuko produktu hauen dendak arlo desberdinetakoak izan daitezke; arropa, elektronikak, liburuak, musika...

**1.d) Bidezko merkataritza denda:** Komertzio hauek saltzen dituzten produktuak berezitasun batzuk izan behar dituzte. Izan ere, produktu hauen gehientsuena garapen bidean dauden herrialdeetatik ekartzen dira eta euren produkzioa, prozesu etiko bat jarraituz eta ahalik eta bitartekari gutxienez eskuetatik igarotzea galdatzen da.

## 2-Auto zerbitzua

**2.a) Supermerkatuak:** Lokal komertzial hauen azalera 400 eta 2500 m<sup>2</sup>-ren artekoa izaten da. Supermerkatuetan saltzen den produktuen gehiengoa elikagai eta etxerako produktuak izanik. Hauen kokaleku geografikorik ohikoena hiriguneetako zentroetan izaten da duten tamainarengatik (Díez de Castro, 2004, 398.or).

**2.b) Hipermerkatuak:** Merkataritza formatu honetan barneratuak izateko salgune hauen azalera 2.500 m<sup>2</sup>-koa baino handiago izan behar da, izan ere, komertzio handi hauek planifikaturiko merkataritza guneen hasiera puntua izaten dira. Hauen kokaleku geografikoa normalean hiriguneen erdigunetik hurrentzen da, hirien kanpoaldeko zonaldeetan eraikiz. Hiriarekin nahiz eta komunikaturik egon aparkaleku zonalde handiak zein doakoak ere barneratzen dituzte. Supermerkatuekin alderatuz, produktuen eskaintza handiagoa da baita etxe zein elikagai produktuetatik at eskaintza zabalagoa izanik (Díez de Castro, 2004, 395.or).

**2.c) Deskontu supermerkatuak:** Formatu hauen desberdintasun handiena supermerkatuekin alderatuz eskaintzen duten prezio baxuak dira. Saltzen dituzten produktuen gehiengoa bigarren mailako produktuak edo marka zuriak izaten baitira. Komertzio hauen azalera 300 eta 900m<sup>2</sup>-ren ingurukoa izaten da (Díez de Castro, 2004, 401.or).

Formatu honen barnean bi azpitalde barneratzen dira, *Hard discount* eta *Soft discount* bezala ezagutzen direnak. Lehenengo azpitaldea, hirien kanpoaldean kokatu ohi da, merkataritza azaleraren kostuak murrizteko asmoz. Hauen produktuen eskaintza kopurua murrizta izateaz gain, langileria kopurua txikia izaten da. Bigarren azpitaldea, hirigunetan zein hirien kanpoaldean aurkitu daitekeen formatua izaten da 1.000 eta 1.400m<sup>2</sup>-ren arteko azalerarekin. Nahiz eta bigarren lerroko eta marka zuriak nagusi izan, lehen mailako produktuak ere barneratzen ditu, bezeroen erosketa prozesuan ohikoagoak diren produktuak eskainiz

**2.d) Komenentzia dendak:** Gehienez 400m<sup>2</sup>-ko supermerkatu txikiak bezala sailkatu ahal da merkataritza formatu hau. Nahiz eta ez eduki produktu lerro luzeegia, lerro horrek mota askotako produktuak barneratzen ditu. Hirietako erdiguneetako auzuneetan aurkitzen dira formatuek hauek eta euren irekiera ordutegia beste formatu batzuk baino zabalago da 15 ordutik 24 orduko irekiera ordutegia izanik. Hala ere, arrazoi horregatik formatu honetako produktuen salmenta prezioa garestiagoa da beste formatuekin alderatuz (Díez de Castro, 2004, 320.or).

**2.e) Azalera handiko komertzio berezituak:** *Category killers* bezala ere ezagutzen zaio formatu honi, izan ere produktu kategoría espezifikoko baten espezializatzen diren formatuak izanik, kategoría horretako liderrak dira bai prezio, bai produktu sorta zabalean, bai salmenta bolumen handietan horregatik produktu sorta berbera eskaintzen duten komertzioak ezin diote aurka egin. Formatu hau nagusi da parke komertzialetan

hiriguneetatik kanpo eta 2.000 eta 13.000 m<sup>2</sup>-ren arteko azalerako komertzioak izanik (Díez de Castro, 2004, 406.or).

**2.f) Precio bakarreko dendak:** Produktu eskaintza zabala duten dendak izaten dira, etxerako zein produktu pertsonalak eskainiz. Produktuen prezio baxuagatik eta kalitatearekiko erlazioagatik formatu hauek oso arrakastatsuak dira. Bigarren zein hirugarren mailako kaleetan kokatzen diren komertzioak dira.

**2.g) Factory outlets:** Produktua ekoizten den lantegitik jarraian salduko diren merkataritza guneetara banatzen dituzten txikizkariak izaten dira. Produktuaren balioa merkatuan murriztu izanagatik edo bestelako irudi zein utilitate arrazoirengatik produktu horiek saldoaren prezioan saltzen dira. Hiriguneen kanpoaldean, bigarren mailako merkataritza azaleretan aurkitzen dira formatu hauek 2.000 eta 12.000 m<sup>2</sup>-ko azaleradun guneak izaten dira.

**2.h) Zergarik gabeko dendak:** Lokal komertzial hauen kokaleku berezia dela eta (aireportuak, itsas portuak...) ez dute zerga edo tasa konkretu batzuk ordaindu behar. Komertzio hauetan saltzen diren produktu nagusienak tabako, alkohol eta boutique produktuak izaten dira duten prezio murrizketagatik (Díez de Castro, 2004, 321.or).

### 3-Nahasia (Mix-a)

**3.a) Saltoki handiak:** Formatu komertzial hauek tamaina handiko merkataritza guneak izaten dira 4.000m<sup>2</sup>-tik gorakoak. Eraikin berdinean, salmenta azalera osoa solairu ezberdinetan banatzen da eta solairu bakoitzean departamentu komertzial ezberdina bat aurkitu daiteke, non, departamentu horiek ondoren sekzioetan banatzen diren (Díez de Castro, 2004, 390.or). Departamentu bakoitza bere produktu eta langileekin osatzen da. Produktuen eskaintza maila zabala eta aberatsa izaten da saltoki hauetan.

**3.b) Herri biltegiak:** Merkataritza formatu hau saltoki handien familian sartu daiteke nahiz eta desberdintasun batzuk izan bere merkataritza egituran. Hasteko, komertzio hauen azalera komertziala murriztagoa izaten da, 4.000m<sup>2</sup>-koa baino txikiagoa. Eskaintzen dituzten produktuen zabalera beste formatu batzuen baino handiagoa da baina saltoki handiekin alderatuz txikiagoa. Horrez gain, langileria kopurua eta hauen espezializazio jakintza produktuen gain murriztagoa da baita produktu kantitatea ere (Díez de Castro, 2004, 393.or).

Beste ildo batetik jarraituz, aztertu beharreko beste merkataritza formatu edo tipologia bat, *merkataritza-elkartua* da, non, merkatariek osotutako distribuzio-sistema honetan, euren izaera independenteari eutsi arren, erosketak biltzen dituzten xehekarien talde edo elkarteetako kide dira, non, elkarteei zerbitzu komun batzuk eskaintzen dizkiete (Sainz de Vicuña, 2001, 200.or). Honen barnean, *kontratu sistema* deituriko



merkataritza-elkarte tipologia aurkitzen da non, azpitalde bezala kate-frankiziatuak barneratzen dituen. Lan honetan aurretik aipaturiko frankizien joera eta aipamena dela eta sistema honen ezaugarriak azalduko dira:

**Kate-frankiziatuak:** (Sainz de Vicuña, 2001, 203-204.or)

Frankizia-eragiketa bat frankizia-emailearen eta frankizia-hartzailearen arteko kontratu-harremana da. Harreman horretan, lehenengoak bigarrenaren negozioan etengabeko interesa eskaintzen du edo izatera behartzen du bere burua, produktuari buruzko ezagutza eta esperientzia bezalako arloetan. Horren truke, frankiziatuak izen komertzial baten pean jarduten du, frankizia-emaileak kontrolatzen dituen formatu eta sistema eragilearekin. Gainera, frankiziatuak kapital propioa inbertituko du bere negozioan. Frankizia mota hauek aurkitzen dira:

- ❖ **Industrialak:** Frankiziatzailea, patente baten jabea, markako edo fabrikazioko lizentziak lagatzen dituen.
- ❖ **Banaketakoak:** Frankiziatzaileak bere produktuak frankizia-hartzaileari banatzeko eskubidea ematen dionean, marka eta teknika komertzial jakin batzuen pean.
- ❖ **Zerbitzuetakoak:** Frankizia-hartzaileak kontsumitzaileari zerbitzuak ematen dizkionean, frankizia-emailearen bereizgarri, marka eta jarraibideen pean.

## 5. SANTUTXU AUZUNEAREN ANALISI KOMERTZIALA

Aurretik aipaturiko teoria eta joera berriak hurbileko hirietan ematen ari diren egiaztatzeko Bilbo hiriko merkataritza eremu erreala baten analisia burutzea erabaki da. Baina hiria bere osotasunean aztertu beharren, Bilboko merkataritza auzune interesgarri batetik hasiko da, hain zuzen ere **Santutxu** auzuneko erdigune komertzialeko eremua aztertuko da, bere merkataritza errealitatea begiztatzeko.

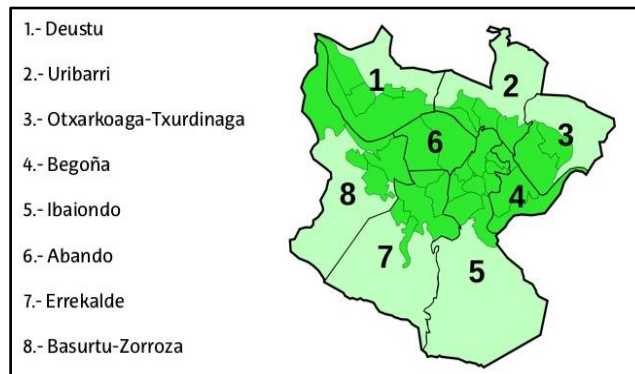
### 5.1 BILBO, SANTUTXU AUZUNEA ETA EREMU KOMERTZIALAREN AURKEZPENA

Bilbo, Iberiar Penintsulako ekialdeko isurialde atlantikoan kokatuta dago, itsas mailatik 19 metrotara, eta 41,6 km<sup>2</sup> zabalera du. Hiriaren garraio azpiegitura dela eta, Europako gainerako herrialdeekin lotuta dago, lurretik, itsasotik zein airetik. 1300. urtean sortu zenetik, garapen ekonomiko eta sozialaren ardatz nagusia da, eta funtsezko faktorea Bizkaiko inguruaren modernizatzean ([www.bilbao.eus](http://www.bilbao.eus)).

Bilbo hiriak, aldaketa asko jaso izan ditu hainbat aspektutan eta mendeetan zehar. Hiriaren birmoldatze nagusia industria alde batera utzi zuenean eman zen, denbora luzean hiriko ekonomiaren eragile nagusia izanik portuarekin bat. Honekin batera eraldaketa eta

plangintza urbanistikoei esker, ezaguna da Bilbo, bere industria izaeratik, zerbitzu eta teknologian nagusi izatera. Bizkaiko hiriburu den hiri hau administratiboki **8 udal-barrutitan** banatzen da, non horietan hiriak dituen 44 auzuneak sakabanatzen diren.

### 1.Irudia: Bilbo hiriko Udal-barrutiak eta banaketa mapa



Iturria: [www.bilbao.eus](http://www.bilbao.eus)

Bilboko udalaren 2019. urteko datuen arabera ([www.bilbao.eus](http://www.bilbao.eus)), hirian 32.818 establezimendu komertzial existitzen ziren guztira. Enpresa-dentsitatearen arabera, mila biztanleko, 94,6 establezimendu ziren. Aurreko urteko datuekin alderatuz 277 establezimendu berri sortu ziren Bilbo hirian, hazkunde positibo batekin. Zehaztasun handiagoz bereizten badira komertzio hauek eta sektoreka banatu, 2019-an hiriko establezimendu guztien artean, 28.536 komertzio, **zerbitzu sektorean** edo **tertzarioan** baneratzten ziren. Beraz komertzio osoaren %87 inguru zerbitzu jardueran baneraturik dagoenez, esan daiteke Bilbo hirian indar handiko sektorea dela eta azken kontsumitzaileak eskatzen dituen zerbitzuen kontzentrazio handia biltzen duela hiriak. Bestalde, establezimendu totalak sakabanatzen badira, 2019. urtean, 4.680 establezimendu **txikizkako merkataritzakoak** ziren totalaren gainean.

Honekin jarraituz, Bilbo hiriaren jarduera nagusia zerbitzuak eta merkataritza izateaz gain, turismoak ere paper oso garrantzitsua betetzen du hiriaren egiturari eta ekonomian. Azken urteetan Espainia mailako zein Europa mailako helmuga turistikoaren artean baneratztea lortu baitu hiriak. Turismo eskari honek bultzaturik, **ostatu-establezimenduen** kopurua igo egin da Bilbon azken urteetan, formatu ezberdineko establezimenduak eskainiz bisitariei, hain zuzen ere, Bilboko udalaren datuen arabera, azken urtean 83 establezimendutara igo da zifra hau, aurreko urtean baino 8 gehiago izatera helduz.

Aurretik aipatu bezala, Begoña udal-barrutiko Santutxu auzuneko erdigune komertziala, lanaren kasu errealerako eremua izango da. Honen arrazoiak, Santutxuko ingurune honek duen komertzioa zein kontsumo aktibitateaz gain, gaur egungo merkataritza joera berrien ezarpena aztertzeke zonalde egokia dela uste delako aukeratu da, auzoaren alde tradizionalagoa eta beste alde eguneratuaren arteko kontrastea modu egokian adierazten baitu bien arteko oreka mantenduz.

XX. mendean, erdi landa eremu izatetik, hiri txiki baten dimentsioak bereganatu arte hazten jardun zuen Santutxu auzuneak, 60-ko hamarkadan eraikuntza ustiapenak inflexio puntu nabaria adieraziz. Honekin batera, biztanleria dentsitate handiak eta udalak bultzaturiko bizileku kolektiboen eraikuntza masiboen ondorioz, inguruko garapen industrialak bultzatu zen, non, hainbat lantegi ezarri ziren inguru horietan, honela langile klaseko auzune bezala ezagutua izan da denbora luzean Santutxu auzunea (Olea, 2010). Bestalde, auzoa Begoñako udal-barrutian kokatzen da, hiriaren ekialdean kokatzen dena eta hiru auzunek osatzen dutena; *La Peña*, *Bolueta* eta *Santutxuk*. Udal-barruti honek duen kokapena benetan abantailatsua da, hiriko zati garaienetarikoan sortua eta hazten jarraitu zuena hiriko alde zaharrarekin bat egin arte.

## 2.Irudia: Begoñako Udal-barrutia (04) eta Santutxu auzunearen mapa



Iturria: [www.bilbao.eus](http://www.bilbao.eus)

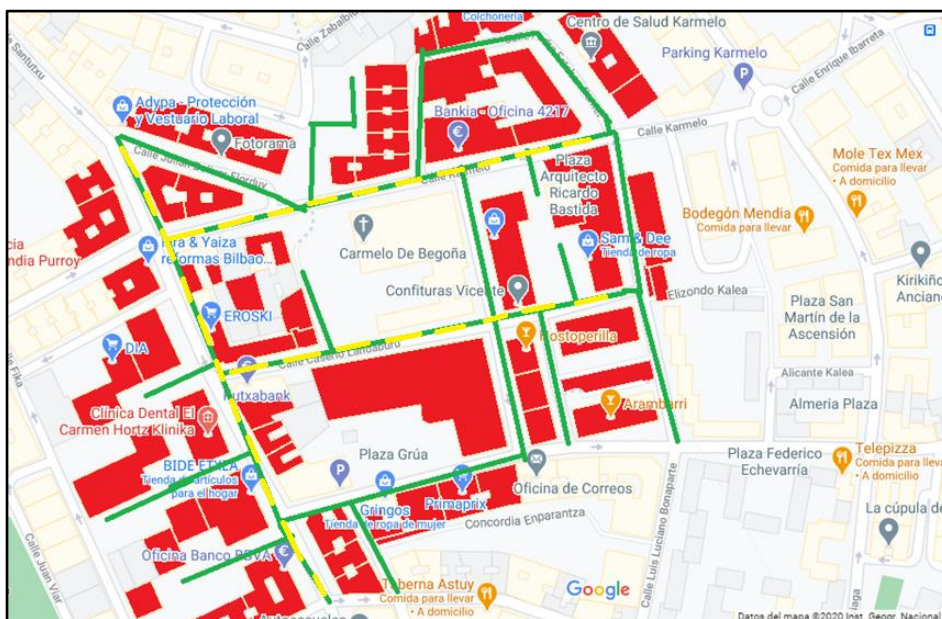
Bilboko udalaren adierazle sozio-ekonomiko datuen arabera ([www.bilbao.eus](http://www.bilbao.eus)), 2019. urtean hiriko establezimendu totalaren artean, 2.021 lokal komertzial Santutxu auzunean aurkitzen ziren. Hain zuzen ere, mila biztanleko, Santutxun 64,4 establezimendu existitzen dira eta lokal horietatik 1.654 *sektore tertziarioan* jarduten dute. Bestalde, auzuneko enpresa guztien artean, 425 establezimendu, *txikizkako merkataritza* bezala kalifikatzen dira. Beraz, argudiatu daiteke, zabalera txikiko auzunea izateaz gain, komertzio kontzentrazio handiko gunea bihurtu dela. Gainera, bertako bizilagunek auzunean bertan erosteko eta kontsumitzeko erraztasuna dute, honela tradizionalagoa den komertzioek, merkataritza jarduera printzipala bereganatuz auzunean.

Turismo jardueren inguruan, nahiz eta auzunearen historia eta eraikin erlijioso batzuen presentzia izan kulturalki, auzunean zehar ez da ohikoena turista gehiegi ikustea. Bilbo hiriak eskaintzen dituen interes puntuak erdigunerago aurkitzen baitira. Hala ere, ostatu, hotel eta bestelako geldialdi zerbitzuen existentzia auzunean zehar ugariagoa da. Izan ere, hiriko alde zaharrarekin duen hurbiltasun eta konexio ona dela eta bidaiari askok nahiago dute erdigunean ez dauden ostatuak bilatu alde ekonomikoagatik. Honetarako, Santutxu aukera ona izan ohi da bidaiari horientzat, horregatik ostatu zerbitzu hauen hazkundera nabaritu da auzunean azken boladan.

Auzunea bere osotasunean aztertu ondoren, merkataritza analisia egiteko aukeratu den **merkataritza eremu** espezifikoaren aurkezpena adieraziko da. Eremua osatzen duten kaleak hurrengoak izanik: *Bolívar Elorduy Julian kalea, Santutxu Kalea, Allende Partikular kalea, Errosario Santua kalea, Landaburu baserria Kalea, Luis Luciano Bonaparte Kalea, Karmelo kalea, Landaorlegi Kalea, Aurelio Arteta Pintor Kalea, Aranbarri Musikariaren Kalea eta Aita Esteban Pernet Kalea.*

Ondorengo mapan, adierazi nahi izan da zehaztasun gehiagoz zeintzuk diren azterturiko kaleak **(kolore berdez)** eta kale bakoitzean aurkitzen diren lokal komertzialen presentzia **(kolore gorriz)**. Aukeraturiko eremu komertziala hiru kale nagusik osatzen dute; *Santutxu kalea, Landaburu Baserria kalea eta Karmelo Kalea (marra ez-jarrai horiz irudikatuak)*. Hiru kale nagusi hauen inguruan aurkitzen diren beste kale eta plazekin batera aztertuko den ingurune komertziala osatzen da:

### 3.Irudia: Santutxu auzunean, azterturiko merkataritza-eremua



Iturria: Google Maps eta elaborazio propioa

Merkataritza analisia burutzeko, auzuneko komertzio nahasketa aberatsaz gain, ingurune honek barneratzen dituen azpiegitura ofizial eta udal zerbitzuen presentzia nabaria da, eremu komertzialari balioa ematen diotenak. Izan ere, zerbitzu hauen existentzia jarduera handiko kale eta auzo printzipaletan aurkitu ohi direnez, honek esan nahi du aukeraturiko zonalde komertzialak aktibitate handia duela, bizilagun zein kontsumitzaile ugariaren presentzia nabarmenduz. Hurrengo zerrendan aipatzen dira zonaldean zehar aurkitu ahal diren azpiegitura ofizialak:

- **Garraio zerbitzuak:**
  - Metro geltokia (Karmelo): *Metro Bilbao* zerbitzua
  - Autobus geltokiak: *Bilbobus* zerbitzua

- **Karmelo osasun zentroa:** *Osakidetza-Euskal Osasun Zerbitzu*-ko zentroa
- **Karmelo ikastola:** 1964-an sortua, Bilboko ikastola zaharrenetarikoa, 1993-tik ikastola publikoa dena.
- **Santutxuko Udaltegia:** *Bilboko Udala*-ren auzo udaltegietako bat
- **Posta Bulegoa, “Correos”:** Espainian posta-zerbitzua emateaz arduratzen den estatuko enpresako sukurtsaletako bat
- **El Karmelo egoitza zentroa:** Titulartasun publikoko zentroa, Bizkaiko Foru Aldundiaren eskutik, modu pribatuan kudeatzen dena, izaera forala eta pribatua izanik aldi berean, hirugarren adinekoentzat zuzendua nagusiki.

## 5.2 BIZTANLERIA ETA KONTSUMO JOERAK

Bilbo hiriaren eta Santutxu auzunearen aurkezpenak alde batera utziz, aztertu beharreko beste aspektu batzuk hiria eta auzunea bizirik mantentzen duten biztanleria eta demografia datuak dira. Modu honetan, egoera sozioekonomikoa, kontsumitzaile profil berriak eta euren kontsumo joeren analisia burutu ahalko dira baita.

Hasteko, Bilbo, milioi bat biztanle baino gehiago dituen metropolian dago. Hala ere, 2019-ko udalaren datuen arabera hirian 347.0083 biztanle soilik daude erroldatuak, non horietatik 31.399 Santutxu azunean bizi direla ziurtatzen du urte bereko erroldak ([www.bilbao.eus](http://www.bilbao.eus)). Hurrengo hiru faktoreak, nahiz eta kontsumoan eragiten duten aldaketa sozial bakarrak ez izan, nabarmendu daiteke, azken mendean eragin handia izan dutela kontsumo aldaketetan, Bilbo hirian eta Santutxu azunean barne: ***Biztanleriaren zaharkitzea, Biztanleria etorkina eta Kide bakarreko etxebizitzaren hazkundera.***

### **-Biztanleriaren zaharkitzea:**

Bizi-itxaropenaren luzapenarekin bat, zaharkitze datuak hasi egin dira mundu mailan, *OMS (Organización Mundial de la Salud)* erakundearen arabera, gaur egungo biztanleriaren zaharkitze eboluzioa inoiz baino azkarragoa da ([www.who.int](http://www.who.int)).

Euskadi mailan ere zaharkitzearen datu horiek erreparatu daitezke *Eusko Jaurlaritzaren* datuen arabera, izan ere 2005-2018 urteen bitartean, 65 urtetik goragoko biztanleriaren pertzentila %18,5-etik %22,5-era igaro da. Hala ere, aldaketa handiena ikusi den adin tarte, 85 urtetik gorako biztanleriaren hazkundera izan da. Euskadi mailan %2 izatetik %4,5-era igaro da denbora tarte berean biztanleria totalaren gain ([www.osalan.euskadi.eus](http://www.osalan.euskadi.eus), 2018).

Bilboko udalaren datuen arabera, hirian ere zaharkitze eboluzioaren hazkunde bizkorra ikus daiteke. Udalak eginiko ikerketen arabera, 2007-2019 urteen bitartean, zaharkitze adierazlea (65 urtetik gora) %21,42-tik %24-ra igaro da hirian. Bestalde, 85

urteik gorako biztanleriaren artean, berriz ere alde handiagoa nabari da hirian, izan ere urte tarte berebean, hirugarren adineko biztanleri hauen pertzentila % 12,2-tik % 20,6-ra igaro da ([www.bilbao.eus](http://www.bilbao.eus)).

Beraz, kontsumitzaile talde handia eta oparoa izanik, bere eragina ere aztertu beharko da. Biztanleriaren zaharkitze honek kontsumoan eta hiriko merkataritzan dituen eragin nagusiak hurrengokoak bezala laburtu daitezke (Eusko Jaurlaritza, 2010, 108.or):

- Beste kontsumitzaile talde batzuek baino garrantzi handiagoa ematen diete prezioei.
- Kontsumitzerako orduan, talde honek nahiago du lokal komertzialaren hurbiltasuna eta erosotasuna, eskaintza zabala baino.
- Produktu freskoen kontsumoa ohikoagoa da euren erosketa ohituretan, izan ere osasuna garrantzi handiko faktorea da eurentzat.

### **-Biztanleria etorkina:**

Atzerriko biztanleriaren presentzia Bilbon moldatuz joan da urteen igaroarekin, hain zuzen ere, Bilbo hiriko 29.815 gizabanakok atzerritar biztanleria osatzen dute hirian, non, horietatik 2.472 Santutxu auzoan dute euren bizilekua ([www.bilbao.eus](http://www.bilbao.eus)).

Biztanleria etorkina segmentu nabaria da gaur egungo merkatuetan, denboraren igaroarekin presentzia hartzen ari dena. Nahiz eta kontsumo zein erosketa ohitura ezberdinak dituen taldea izan, gizabanako hauek emigraturiko merkatuetara moldatzen doazen segmentua dira. Kontsumitzaile talde honek duen eragina kontsumo joera berrien gain hurrengo puntuetan laburtu daiteke (Eusko Jaurlaritza, 2010, 110.or):

- Kontsumitzaile talde honek prezioaren menpe erosten du eta faktore honek merkataritza formatuen arrakastan eragiten du, *deskontu merkataritza* formatuentzat bezero potentzialak bihurtuz.
- Etorkinengatik kudeaturiko merkataritza establezimenduen hazkundera nabarmendu da, normalean kontsumitzaile talde berekoentzat eskaintza duten komertzioak eta produktuak zuzenduz.
- Etorkinek kontsumitzera ohituta dauden produktu exotikoen eskari indize handiak direla eta, produktu horien inportazio hazkundera merkatuetan.
- Txikizkako merkataritzan, elikadura etnikoa eskaintzen duten komertzio lerro berrien sorkuntza nabaria eta segmentu oparoena izan da.

### **-Kide bakarreko etxebizitzaren hazkundera:**

Segmentu honen hazkundera bere eraginak ere utzi ditu merkataritzan eta kontsumitzeko eran. Eusko jaurlaritzaren arabera, Euskadin 2006-2019 urteen artean egondako hazkundera kide bakarreko etxebizitzetan handia izateaz gain, sozialki inoiz ikusi den mugimendurik aldakorrena bezala kontsideratzen da. Hain zuzen ere 95.841

kide bakarreko etxebizitza izatetik, 120.706 izatera igaro da urte tarte horretan (Eusko Jaurlaritza, 2015)

Talde honen barnean aurkitzen diren kontsumitzaile profil nagusiak, jende nagusi alarguna eta jende ezkongabea dira, familia tradizionalaren irudia atzean utziz bakarrik bizi direnak. Horregatik bizitza estilo aldaketek, kontsumoan ere eragin dute segmentu honek erakarriak (Eusko Jaurlaritza, 2010, 110 or.):

- Produktuen ontziratze gehiago kontsumitzen dituzte, bakarkako neurri faltaren ondorioz merkatuko hainbat produktutan eta jadanik sukaldaturiko produktuen kontsumoa ohikoagoa delako segmentu honetan.
- Neurritz kontsumitzen dute, gastuen kontrol zorrotzagoa eramanez eta kontsumoa neurtuz, beharrezkoa dena soilik erosiz. Beraz gutxiago erostean, hondakin gutxiago ere sortzen dituzte, erosten dutenaren ehuneko altuagoa aprobetxatuz.
- Kontsumitzaile profil gazteen artean, aztertu da gehien inbertitzen duten sektorea aisialdian dela. Bestalde, hirugarren adin tartean berriz, elikagaietan kontsumo handia eginez.

### 5.3 MERKATAL EREMUA AZTERTZEKO GARATUTAKO METODOLOGIA

Atal honetan Santutxun aukeraturiko merkataritza eremuaren nondik-norakoak eta arrazoiak azalduko da. Horrez gain, analisia burutzeko erabili diren informazio eta datuen trataera eta nola jaso diren aipatzea era beharrezko pausoa da, honela garaturiko metodologia azalduz.

Hasteko, eremu komertzialaren aukeraketaren zergatia azalduz, esan daiteke Santutxu auzunearen bihotz dela bai sentsu komertzialean, bai aktibitate jarduera nagusian. Beraz, gaur egungo hirietan ematen ari diren merkataritza joerak eta analisia burutzeko ingurune apropos bezala aukeratu da.

Honekin jarraituz, behin eremua zehaztuz, zonalde komertzialean bilatzen zena, hurrengo bost zutabe hauetan batzea erabaki da: komertzioen izena, lokalaren helbidea, komertzioaren antolakuntza sistema (*independentea* edo *denda-katea*), lokalaren sektorea sailkapena (*merkataritza*, *zerbitzu* edo *ostalaritza*) eta azkenik establezimenduaren jarduera ekonomikoa. Ondoren, informazio horrekin ondorioak eta emaitzak lortzeko auzunearen analisia eginez. Horretarako, beharrezkoa zen komertzioen informazio banan-banan jasotzea. Esan beharra dago, jaso den informazioa kanpotik eskuratutakoa dela, hau da, aurrerago ikusiko den bezala, baturiko informazioa komertzioaren kanpoaldetik jaso da, establezimenduen barnealdera sartu gabe informazio gehigarriaren eske.

Komertzioen informazioa banan-banan eskuratzeko, Santutxura hurbilduz, zonaldeko komertzioen informazioa jaso zen helbidea eta kaleak kontutan edukiz. Behin bertan, aurretik prestatutako taula baten, aipaturiko bost zutabeekin, kale bakoitzeko



komertzio bakoitzaren informazio idatziz zonalde komertzial guztiko establezimenduen informazioa batzea lortu zen. Aipatu beharrekoa da baita ere, informazio batzerakoan, zabalik zeuden komertzioez gain, itxita zeudenak ere kontutan hartu zirela analisia egiteko.

Behin, zonaldeko informazioa baturik, sorturiko taularen txukuntzea eta prestaketa egin zen. Hori baino lehen, komertzio bakoitzaren helbidea hobeto zehazteko, lokal komertzial bakoitzaren zenbakia bilatu behar zen. Horretarako, interneten laguntzaz eta establezimenduen web horietan bilatuz, posible izan zen. Modu honetan sorturiko zerrendan, komertzio bakoitza ordenaturik gelditu da helbideko zenbakiez baliatuz. Beraz, landuriko komertzio hauen informazio guztia batzen duen taula, lan honen amaieran erreparatu daiteke, eranskinen atalean.

Bukatzeko, Santutxura eta zonalde komertzialera joandako bi aldien informazioa emango da. Lehen aldian, Santutxu auzunea aztertzea zen helburu, kaleak ikustea eta jarduerarik handieneko eremuak ezagutzera honela merkataritza eremua irudikatzen. Aukeraketa une hau 2020-ko Irailean burutu zen, uda amaiera izanik eta oraindik eguraldi onak lagundurik errazagoa izan zen bizilagunen ohiko establezimenduen aktibitatearen berri izatea, ondoren eremua zehazteko. Bigarren aldia berriz, informazioa batzen hasteko unea izan zen eta 2020-ko Abendu erdialdean burutu zen, hain zuzen arratsaldeko lehen orduetan egin zen informazio bilketa, aktibitate maila handiko orduetan. Gainera, Covid.19-aren aurkako neurrietako bat ostalaritzaren itxiera izanik, neurri hau ezeztatu arte ezinezkoa izan zen sektore aipagarri honen analisi egokia egitea. Beraz, ostalaritzaren ber-aktibazioarekin bat egin zen informazio bilketa.

#### 5.4 LOKAL KOMERTZIALEN AKTIBITATEA ETA EGOERA

Baturiko datuekin eta ondoren ikusgai dagoen landutako taularen laguntzaz, eremu komertzialaren analisia egingo da. Hasteko, aukeraturiko zonaldeko jarduera komertziala ezagutzeko, komertzioen **aktibitate maila** neurtuko da. Horretarako, zonaldeko kale bakoitzean zabalik eta itxita dauden lokalen datuak aztertu dira lokal gehien dituen kaletik, gutxien dituen kalera antolatuz.

#### 3.Taula: Santutxuko merkatal eremuko establezimenduen aktibitate egoera, 2020

<i>Kalea</i>	<i>Totala</i>	<i>Irekita</i>	<i>Itxita</i>	<i>% Irekita</i>	<i>% Itxita</i>
Santutxu Kalea	67	59	8	%88,1	%11,9
Karmelo Kalea	46	38	8	%82,6	%17,4
Bolivar Elorduy Julian Kalea	37	34	3	%91,9	%8,1
Aita Esteban Pernet Kalea	33	23	10	%69,7	%30,3
Errosario Santua Kalea	30	23	7	%76,7	%23,3
Landaburu baserria Kalea	26	21	5	%80,8	%19,2
Ricardo Bastida arkitektoaren plaza	26	23	3	%88,5	%11,5
Allende particular Kalea	20	14	6	%70,0	%30,0



Luis Luciano Bonaparte Kalea	18	14	4	%77,8	%22,2
Aranbarri Musikariaren Kalea	14	13	1	%92,9	%7,1
Karmelo Kalea (Plaza)	12	7	5	%58,3	%41,7
Landaorlegi Kalea	9	7	2	%77,8	%22,2
Aurelio Arteta Pintor Kalea	7	5	2	%71,4	%28,6
<b>Guztira</b>	<b>345</b>	<b>281</b>	<b>64</b>	-	-

Iturria: Elaborazio propioa

### **Santutxu Kalea:**

Hurrengo kale hau eremu komertzialeko nagusienetariko bat da, zonalde komertzial osoan zehar azterturiko establezimenduen zati handia kale honetan aurkitzen baitira. Guztira zenbatutako 67 komertzioetatik 59 (%88,1) zabalik eta 8 (%11,9) itxita kontabilizatu ziren. Santutxu kaleko aktibitate komertziala handia eta oparoa dela esan daiteke. Aktibitate maila altu honen arrazoietakoa bat, daukan garraio trantsizio handia eta azpiegiturak izango litzateke, eremuko kale nagusi bezala ezagutuz egitura aldetik. Baita, aipatzekoa da, Santutxu kalea ez zela bere osotasunean aztertu, eremu komertzialetik haratago jarraitzen baitzuen, beraz kale komertzial garrantzitsua izateaz gain luzea ere bada.

### **Karmelo Kalea:**

Santutxu eta Landaburu baserria kaleekin batera, Karmelo kaleak eremu komertzialeko hiru kale nagusiak osatzen ditu. Luzaera handiko kale honetan 46 komertzio zenbatu ziren, horietatik 38 (%82,6) irekita eta 8 (%17,4) itxita. Eremu komertzialetik at, kaleak hedatzen jarraitzen du, baina datuak erreparatuz jadanik ikusten da merkataritza maila handiko kalea dela, aktibitate handiarekin eta kontsumorako kale nagusienetariko bat bezala kontsideratuz.

### **Bolivar Elorduy Julian Kalea:**

Eremu komertzialeko kale honetan, taulan erreparatu daitekeen bezala, 37 lokal komertzial zenbatu dira. Horietatik 34 (%91,9) irekita eta 3 (%8,1) itxita aurkitzen direnak datuen batze momentuan. Ondorioztatu daiteke, aktibitate handieneko kalea dela eremuan zehar portzentualki begiraturaz, lokal gehienak zabalik egoteaz gain, bizirik mantentzen baitira nagusi ez den kale honetan. Santutxu auzuneko merkatua bertan kokatzeak ere laguntzen du aktibitatea maila altu hau mantentzerako orduan, jarduera handiko auzo-merkatua izanik. Kalearen kokalekuaz gain, kontutan hartzeko da baita Santutxuko metro geltokiaren irteeretako batekin duen hurbiltasun handia dela baita, komunikazioa hobetuz.

### **Aita Esteban Pernet Kalea:**

Kale honen egitura urbanistikoak sortzen duen zirkulu-erdiren formak bi irteera ematen dizkio kaleari, biak Karmelo kalera zuzenduz. Nahiz eta Karmelo Kalearen konexio ona eta bere hurbiltasuna, Aita Esteban Pernet kalea nahiko ezkuturik mantentzen da. Nahiz eta lokal komertzial ugari aurkitu bertan, hain zuzen 33 guztira,

kalearen sarbideetan aurkitzen dira gehienak, zehaztasun gehiagoz, 23 (%69,7) irekita eta 10 (%30,3) itxita. Klean barneratu ahala, merkataritza aktibitatea murriztagoa izanik.

#### **Errosario Santua Kalea:**

Errosario Santuaren kaleak, Karmelo kalea Allende particular kalearekin lotzen duena da eremu komertzialean zehar. Kalearen erdigunean, Landaburu Baserria kalearekin sortzen du bidegurutzetariko bat. Kaleak dituen 30 komertzioetatik 23 (%76,7) zabalik eta 7 (%23,3) itxita aurkitzen ziren. Bidegurutze eta kalearen luzera kontutan harturik, aktibitate oparoa duen kale dela esan daiteke eremuaren erdigunean aurkitzen baita.

#### **Landaburu baserria Kalea:**

Zonalde komertzialeko beste kale nagusi bezala kontsideratzen den honetan, 26 lokal komertzialetik, 21 (%80,8) irekita eta 5 (%19,2) itxita bezala kontabilizatu ziren. Santutxu kalearekin irteera zuzena izateaz gain, *Begoñako Karmelo* baselizaren ondotik igarotzen den kalea da, kontsumitzaile askoren erosketa ibilbidean aurkitzen dena eta merkataritza aktibitatea mantentzeko erraztasun handiagoarekin bizilagunen fluxu konstanteagatik.

#### **Ricardo Bastida arkitektoaren Plaza:**

Nahiz eta hurrengo hau ez izan kale bat, eremu komertzial osoan aurkitzen den plazarik handiena izateaz gain, merkataritza lokal ezberdinez beteriko plaza da Santutxu erdi-erdian. Plaza honetako 26 lokalen artean, 23 (%88,5) irekita eta 3 (%11,5) itxia kontabilizatu ziren. Plazak duen tamaina eta azpiegiturengatik leku egokia da bertan erosteko eta kontsumitzeko, modu honetan jarduera komertzial handiko eremua izanik. Gainera Landaburu Baserria kalearen ondoan kokatuz, kale horretako jendetza plazarantz erakartzen du.

#### **Allende particular Kalea:**

Santutxu kaletik gora jarraituz, Allende Partikular kalea urkitzen da, non dituen 20 lokal komertzialetik 14 (%70) irekita eta 6 (%30) itxita bezala kontabilizatu ziren. Nahiz eta lokal zenbakia murriztagoa izan, aktibitate maila nahiko altua da etxebizitza eta umeentzat jolas-parke bat barneratzen duen kalea izanik. Gainera, kale honetan motordun ibilgailuek zentzu bakarreko errepidetik ibili behar dira, horren truke kale honetako espaloiak ibiltarientzat prestatuago daude euren tamaina zabalagatik. Horrek esan nahi du, bizilagun eta bertako merkataritzarentzat onuragarria den hirigintza egitura eskaintzen duela kaleak.

#### **Luis Luciano Bonaparte Kalea:**

Ricardo Bastida arkitektoaren Plazako atzealdean aurkitzen den kale honetan, 18 komertzio kontabilizatu ziren, horietatik 14 (%77,8) irekita eta 4 (%22,2) itxita. Bere amaieran, Karmelo kalearekin lotura duen kale honek, nahiz eta gordeago dagoen kalea izan eremu komertzialean zehar, aktibitate mailan on bat mantentzen du bere osotasunean.

### **Aranbarri Musikariaren Kalea:**

Landaburu baserria kalearekin fusionatzen den kale hau plaza batez osatzen da baita ere. Bertako komertzio gehienak kaleko plazan kokatuz, merkataritza aktibitate maila handiagoa eskaintzen du. Guztira 14 establezimendu zenbatu ziren, horietatik 13 (%92,9) irekita eta soilik komertzio bakarra (%7,1) itxita. Datu hauek oparoak eta positiboak izanik kale honen aktibitate mailarako.

### **Karmelo Kalea (Plaza):**

Karmelo kalearen azpian kokatzen den plaza hau merkataritza-pasabidez ere osatuta dago. Plaza honetan aurkitzen diren 12 lokal komertzialetatik 7 (%58,3) irekita eta 5 (%41,7) itxita aurkitu ziren. Kale nagusitik urrunduta egonik, merkataritza jarduera murriztagoa da. Hala ere, plaza baten inguruan kokaturik egonda, bertako establezimenduen ingurunea prestaturik dago kontsumo emankor baten murgiltzeko, baita bezeroak erakartzeko.

### **Landaorlegi Kalea:**

Santutxu kaletik hurbil dagoen kale honetan komertzio kopurua murrizta da. Kalearen sarbidea aurkitzeko duen ikusmen murrizta eta kalearen egitura aldapatsuak zaildu egiten du bezeroen sarrera kale honetan. Horregatik, kalean zehar soilik 9 komertzio kontabilizatu ziren, horietatik 7 (% 77,8) zabalik eta 2 (%22,2) itxita. Nahiz eta aktibitate maila ez izan handiegia, komertzio batzuen iraupena denboran zehar kalean nabaria zen bertara hurbildutakoan.

### **Aurelio Arteta Pintor Kalea:**

Landaburu Baserria kalearekin bat egiten duen beste kaleetako bat izanik eta aldi berean Errosario Santuaren kalearekin paraleloki egituratua egoteko, esan daiteke aktibitate maila gutxiko kalea dela hau. Kale osoan zehar guztira 7 komertzio zenbatu ziren, non, horietatik 5 (%71,4) irekita eta 2 (%28,6) itxita zeuden. Beste kale batzuekin alderatuz komertzio bolumen gutxiko kalea litzateke hau, nahiz eta bertako establezimendu gehienak irekita egon.

### **Aktibitate analisiaren ondorioa:**

Azterturiko merkataritza eremuan, analisia egin ondoren, aktibitatea maila handia dela ondorioztatu daiteke. Kale guztietan, zabalik dauden lokal kopurua, lokal totalaren gain handiagoa izan baita. Bestalde, itxita dauden lokalak nahiz eta presentzia izan kale guztietan zehar, parametro hau murriztagoa izan da. Baita ere ikus daiteke establezimendu kontzentrazio maila altua duela eremuak, eta ikusirik bizilagun handiko auzoa dela, bi osagai hauek ezin hobeak dira aktibitate maila oparo bat mantentzeko. Beraz, eremuan zehar aktibitate handiena izan duen kalea pertzentiletan oinarrituz, *Bolivar Elorduy Julian Kalea* izan da eta aktibitate maila txikieneko kalea bestalde, *Karmelo kalean kokatzen den plaza* da.

## 5.5 KOMERTZIOEN SEKTORE SAILKAPENA

Santutxuko eremu komertzialaren analisiarekin jarraitzeko, atal honetan eremuko komertzioen **sektore analisia** burutuko da. Aurretik aipatu bezala, hirietako merkataritza jarduera hiru sektore nagusitan banatzen da; **Merkataritza**, **Zerbitzu** eta **Ostalaritza sektoreak**. Beraz, azterketa honetan eremuko kale bakoitzeko lokalak sektoreka sailkatuko dira. Aipatzekoa da lorturiko sektoreen analisi datuak kale bakoitzean, irekita dauden establezimendu totalaren gain lortu direla, itxita daudenak alde batera utziz.

Horrez gain, sektore bakoitzaren barnean aurkitu ahal diren komertzio segmentu ugariak direla eta analisi honetan eremu komertzialeko komertzio guztien gain buruturiko taula erabili da, lan honen amaierako eranskinetan ikusgai.

**4.Taula:** Santutxuko merkatal eremuko komertzioen sektore sailkapena, 2020

<i>Kalea</i>	<i>Guztira Irekita</i>	<i>M. Sektorea</i>	<i>Z. Sektorea</i>	<i>O. Sektorea</i>	<i>% M. Sektorea</i>	<i>% Z. Sektorea</i>	<i>% O. Sektorea</i>
Santutxu Kalea	59	30	23	6	<b>%50,80</b>	%39,00	%10,20
Karmelo Kalea	38	16	18	4	%42,1	%47,4	%10,50
Bolivar Elorduy Julian Kalea	34	23	9	2	<b>%67,6</b>	%26,5	%5,9
Aita Esteban Pernet Kalea	23	6	13	4	%26,10	<b>%56,50</b>	%17,40
Errosario Santua Kalea	23	11	8	4	%47,80	%34,80	%17,40
Ricardo Bastida arkitektoaren Plaza	23	8	8	7	%34,80	%34,80	%30,40
Landaburu Baserria Kalea	21	6	11	4	%28,60	<b>%52,40</b>	%19,00
Allende particular Kalea	14	6	5	3	%42,90	%35,70	%21,40
Luis Luciano Bonaparte Kalea	14	6	4	4	%42,90	%28,60	%28,60
Aranbarri Musikariaren Kalea	13	4	2	7	%30,80	%15,40	<b>%53,80</b>
Landaorlegi Kalea	7	1	6	0	%14,30	<b>%85,70</b>	%0,00
Karmelo Kalea (Plaza)	7	1	2	4	%14,30	%28,60	<b>%57,10</b>
Aurelio Arteta Pintor Kalea	5	0	4	1	%0,00	<b>%80,00</b>	%20,00
<b>Guztira</b>	<b>281</b>	<b>118</b>	<b>113</b>	<b>50</b>	-	-	-

Iturria: Elaborazio propioa

### Santutxu Kalea:

Aktibitate maila altua duen kalea izanik, irekitako 59 komertziotik, 30 (%50,8) erdia baino zerbait gehiago, merkataritza sektorean sailkatzen dira. Bestalde, zerbitzu sektorekoak 23 (%39) lokal zenbatu ziren eta bukatzeko, ostalaritza sektorekoak 6

(%10,2) lokal. Esan daiteke, presentzia handiena duten sektorea merkataritzakoa dela eta murrizena, ostalaritza. Baina, kalearen garrantzia eta bezeroen fluxua dela eta, merkataritza sektorerako prestatuago dagoen kalea dela esan beharra dago.

Sektoreetako jarduerak banaka erreparatuz, merkataritza sektoreko lokalen artean, gehien errepikatzen dena, elikaduran jarduten duten lokalak dira eta horren ondoren modako arropa eta bestelako janzkeren jarduerak. Nahiz eta zerbitzuak zerbait murrizagoak izan, jarduerak erreparatzean argi dago, zerbitzu batek kale honetan presentzia handia duela, Ileapaindegiek. Hain zuzen ere 6 desberdin aurkitzen baitira kalean zehar. Horrez gain, banketxe ezberdinetako 4 sukurtsal ezberdin daude baita. Azkenik, ostalaritza sektorean berriz, kantitatean murrizena izanda hiruretatik, jardueran denak dira tabernak eta Santutxu kaleko ezkerrean kokatzen den plaza baten zentratzen dira ia denak, honela bezeroentzat kontsumorako erraztasuna eskainiz.

### **Karmelo Kalea:**

Merkataritza aktibitate handiena duen bigarren kalea izanik eremu komertzialean, irekitako 38 lokalek, sektorerik ugariena zerbitzu sektorea da kale honetan 18 (%47,4) lokalekin. Merkataritza sektorearen inguruan, 16 (%42,1) ziren irekita zeuden lokalak eta ostalaritza sektoreko 4 (%10,5) lokal komertzial kontabilizatu ziren, azken hauek murriztenak izanik kalean zehar.

Sektore bakoitzeko jarduerak aztertuz, zerbitzu sektoreko lokaletan murgildurik, gehien errepikatzen den jarduera, telefonia zerbitzuak dira 3 lokalekin. Bestalde, merkataritzako lokalen jardueren inguruan esan beharra dago, moda arropa, zapata-denda eta janzkerarekin loturiko segmentua ugariena dela Karmelo kalean. Izan ere, kaleak duen garrantziagatik, esan daiteke merkataritzako bezero fluxua handia eta konstantea dela. Bukatzeko, ostalaritza sektoreko 4 lokalak tabernak dira kalean zehar. Berriz ere, merkataritzarako prestatuagoa den kale bezala sailkatu daiteke eremuko kale hau, ostalaritza bigarren maila baten utziz.

### **Bolivar Elorduy Julian Kalea:**

Kaleak irekita dituen 34 lokaletatik, sektorerik ugariena merkataritzakoa da kasu honetan, hain zuzen, horietatik 23 (%67,6) merkataritza sektorean jarduten duten establezimenduak baitira. Bestalde, zerbitzu sektoreko lokal kopuruaren artean, hain zuzen 9 (%26,5) dira sektore honetakoak. Hiru sektoreen artean, Bolivar Elorduy kalean ostalaritza sektoreak dauka presentziarik murrizena eta alde handia nabari da, totalaren gain soilik 2 (%5,9) lokal sektore honetakoak baitira.

Sektore bakoitzeko lokalen jarduera hurbilagotik aztertuz, merkataritza sektorekoak diren kale honetako lokalen jarduera oso anitza da. Kontutan izanik bertan kokatzen dela Santutxuko auzo-merkatua, bertako lokal guztiak elikadura produktuetan jarduten dute, segmentu hau errepikakorrena izanik. Hala ere, merkatutik kanpo apainteten arloan jarduten duten bi komertzio zentratzen dira kale berebean. Zerbitzuen jardueren artean ordea, telefoniarekin lotura duten 2 lokal aurkitzeaz gain, estetika eta

edertasunarekin loturiko beste 4 kokatzen dira kale berebean, sektore segmentu hau indartsua dela aipatuz kalean zehar. Bukatzeko, ostalaritza sektoretik taberna bakarra aurkitzen da bertan, beste lokala jabetxe bezala definituz. Beraz ondorioztatu daiteke, merkataritza eta kontsumorako prestatuago dagon kalea dela hau.

### **Aita Esteban Pernet Kalea:**

Kalean irekita dauden 23 lokal komertzialetatik, sektorerik ugariena kasu honetan, zerbitzua da 13 (%56,5) establezimendurekin. Jarraian sektorerik ugariena merkataritzakoa da, baina alde handiarekin aurrekoarekin alderatuz, hain zuzen, 6 (%26,1) lokal merkataritza sektoreak baitira. Azkenik, ostalaritza sektoretik soilik 4 (%17,4) lokal zenbatu ziren. Esan beharra dago, kalearen egitura eta sarbide zaila dela eta, ez dela harritzekoa zerbitzuak oparagoak izatea kale honetan. Izan ere, zerbitzu baten eske dabilen bezeroa bere bila joango da, baina merkataritzarako ez da toki erakargarria, ezta ostalaritzarako ere.

Sektore bakoitzeko lokalen segmentu ugariena aztertzen bada, hasteko, merkataritza sektoreko bertako lokalen artean ez da segmentu errepikakor edo nabaririk antzematen. Hau da, lokal bakoitza segmentu ezberdin baten zentratzen baita, merkataritza mix bat eskainiz. Zerbitzu sektoreko lokalen artean berriz, bi jarduera nagusi antzeman dira; lehena, estetika eta ileapaindegi segmentua 4 lokal ezberdinekin eta bestalde, auto-errezarazio tailer 2 zenbatu dira kale berdinean. Azkenik, ostalaritzari dagokionez, tabernak dira segmentu ugariena kalean baita murriztenak ere kopuru aldetik.

### **Errosario Santua Kalea:**

Hurrengo kale honetan irekita zenbatu ziren 23 merkataritza lokaletatik, 11 (%47,8) merkataritza sektorean jarduten dute, kaleko sektorerik oparo eta ugariena izanik. Bestalde, totalaren gain, 8 (%34,8) establezimendu kontabilizatu ziren zerbitzu sektorean jarduten dutenak. Azkenik, ostalaritza sektorea murriztena izanik kalean, guztira 4 (%17,4) lokal zenbatu ziren irekien artean.

Komertzio hauen jarduera aztertuz, merkataritza sektoreko lokalen jardueran artean, gehien errepikatzen den segmentua elikadurarena da, hain zuzen, 4 komertzio dira segmentu honetan jarduten dutenak. Ondoren, merkataritza sektorean errepikatzen den beste segmentu bat kale berebean, osasun arlokoa da, 2 komertzioarekin. Beraz, esan daiteke merkataritzarako prestatuago dagoen kalea dela, egunerokotasunean kontsumitzen diren ondasunak eskainiz. Bestalde, zerbitzu sektoreko jarduera aztertuz, ileapaindegi eta estetika segmentua errepikakorra da kalean 2 lokalekin eta kaleko beste zerbitzuak nahasiagoak izanik. Azkenik, ostalaritza sektoreko lau lokalak taberna bezala segmentatzen dira. Beraz, esan liteke, nahiz eta merkataritzak presentzia gehiago izan, beste sektoreak ere nahiko orekatuta daudela kalean, aktibitate maila sumatzen baita bertan.

### **Ricardo Bastida arkitektoaren Plaza:**

Enparantza honetan irekita zenbaturiko 23 lokaletatik, 8 (%34,8) merkataritza sektorean jarduten dute eta beste 8 (%34,8) zerbitzu sektorean. Beraz bi sektore hauen presentzia berdina da plaza honetan, honela bi hauek tokiko sektore nagusiak bihurtuz. Bestalde, ostalaritza sektoreko 7 (%30,4) establezimendu zenbatu ziren. Azken hau, nahiz eta kopuru aldetik murriztagoa izan, oso alde txikia dago besteekin alderatuz, beraz esan daiteke enparantza honetan 3 sektoreek aipamen berdintsua dutela.

Lokal hauen jardueran murgildurik, nahiz eta merkataritza eta zerbitzu sektoreen presentzia berdina izan kopuru aldetik, aipatzekoa da, merkataritza sektoreko jardueren barnean moda-arropak segmentuan jarduten duten 3 lokal zenbatu direla kale berdinean, eta zerbitzuen jardueren artean ileapaindegiak diren 2 lokal zenbatu direla. Beraz, merkataritza sektoreak segmentazio kontzentrazio handiagoa eskaintzen du. Bestalde, ostalaritza sektoreko lokal guztiak enparantza honetan taberna bezala jarduten dute, beraz ostalaritza aktibitate maila handia eskaintzen du baita ere.

### **Landaburu Baserria Kalea:**

Eremuko beste kale nagusi bezala hartzen den kale honetan, irekirik zenbaturiko 21 lokaletatik, 6 (%28,6) merkataritza sektorean jarduten dute. Bestalde, kale honetako sektore nagusia izanik, zerbitzu sektoreak 11 (%52,4) establezimendu barnerratzen ditu. Azkenik, presentzia txikiena duen sektorea kasu honetan ostalaritzakoa da, hain zuzen totalatik 4 (%19) establezimendu sektore honetan jardunez.

Aipaturiko lokal huen jarduera aztertuz sektoreka, lehenengo, merkataritza sektoreko lokalen jardueren artean, bada bat errepikatzen dena, hain zuzen kirol mundua jarduten duten 2 merkataritza lokal existitzen baitira. Beraz, kale berdinean kokatuz eta segmentu berdinean jardunez, lehiakidetzak ikuspuntutik aipagarria da. Bestalde, sektore berdinean, elikadura jarduerakoak diren beste 2 lokal ere aurkitzen dira. Ondoren, zerbitzu sektoreko jardueran, kale berberean etxebizitza-agentzien 3 lokal zenbatu dira, presentzia handiko zerbitzua izanik kalean. Azkenik, ostalaritza sektorean denak tabernak dira eta aipatzekoa da guzti hauek kale horretan kokatzen den *Begoñako Karmelo* baselizaren aurrean kokatzen den plazan aurkitzen direla, ostalaritzarako gune aproposa eskainiz.

### **Allende particular Kalea:**

Kaleak irekita dituen 14 lokal komertzialetatik, merkataritza sektoreko lokalak dira ugariak kale honetan, hain zuzen totalaren gain 6 (%42,9) establezimendu adieraziz. Lokal komertzial bakarreko aldearekin zerbitzu sektorea da bigarren ugariena kalean, 5 (%35,7) lokalekin. Azkenik, presentzia gutxien duen sektorea ostalaritzakoa da kale honetan, guztira 3 (%21,4) lokal sektore honetakoak izanik.

Sektore sailkapena egin ondoren, sektore bakoitzeko komertzioen jarduera erreparatuz, esan beharra dago merkataritza eta zerbitzuen sektoreko jardueren artean segmentu nagusirik desberdinu ez arren, aipatzekoa dela berrikuntzen segmentuan

jarduten duten 2 establezimendu daudela. Baina bakoitza sektore batekoa, bat merkataritzakoa eta bestea zerbitzu sektorekoa. Horrez gain, beste segmentuak nahiko desberdinak dira euren artean. Bestalde, ostalaritza sektoreko lokal guztiak kale honetan taberna bezala definitzen dira. Beraz, beste behin merkataritzara ohituago dagoen kalea dela esan daiteke, nahiz eta ostalaritzak beste kale batzuk baino presentzia gehiago izan oraingo honetan.

### **Luis Luciano Bonaparte Kalea:**

Kalean zehar irekita dauden 14 lokal komertzialetatik, 6 (%42,9) merkataritza sektorekoak dira, honela Luis Luciano Kaleko sektorerik ugariena izanik. Ondorengo sektorerik ugariena zerbitzuena eta ostalaritzarena dira. Izan eren bi sektoreek komertzio kopuru bera dute kalean zehar, hain zuzen, 4 (%28,6) lokal. Nahiz eta merkataritza sektoreko lokalak nagusi izan, ostalaritza eta zerbitzuen lokalak parean egoteak aipatzeko datua da eta ondorioztatu daiteke biek partekatzen dutela kale horretako merkatu kuota zati berdina.

Hala ere, sektoreka, lokalen jarduerak erreparaturik, argiago ikus daiteke sektore nagusia merkataritzakoa izateaz gain, elikadura segmentuaren presentzia kalean argia dela, elikadurara jarduten duten 3 lokal existituz. Bestalde, zerbitzu sektoreko segmentuak nahasiak dira kale honetan eta bakoitzak bere jarduera ezberdina dauka. Azkenik, ostalaritza lokalen jarduera erreparaturik, gehiengo taberna bezala definitzen da, lokalen  $\frac{3}{4}$  hain zuzen, falta dena jabetzea izanik. Beraz, ondorioztatu daiteke, ostalaritzarako nabariagoa den kalea dela, zerbitzuentzako baino nahiz eta kopuru berdineko lokalak izan bi sektoreek.

### **Aranbarri Musikariaren Kalea:**

Hurrengo kale honetan, non, aurretik aipatu bezala bere barnean enparantza bat duen, zenbaturiko 13 merkataritza lokaletatik, 4 (%30,8) merkataritza sektorean jarduten dute. Bestalde, lokal kopuru totaletik, soilik 2 (%15,4) establezimendu zerbitzu sektorekoak bezala sailkatu ziren. Azkenik, kale honetako sektore nagusi bezala izendatu ondoren, ostalaritza sektoreko 7 (%53,8) lokal kontabilizatu ziren, erdia baino gehiago segmentu honetakoak izanik.

Merkataritza lokalen jardueran sakonago murgilduz, esan beharra dago, nahiz eta merkataritza sektorea ez izan murriztena kalean zehar, hainbat segmentuko establezimenduak aurkitzen direla bertan merkataritzari lotuak. Bestalde zerbitzu sektorea guztietatik sektorerik urriena izanik kalean, existitzen diren bi lokalen arteko segmentuak ere guztiz desberdinak dira, lehiakidetzat alde batera utziz kaleko sektore honen barnean. Azkenik, ostalaritza sektorea nabariena izanik, establezimendu guztiak tabernak dira eta aipaturiko enparantza horretan aurkitzen dira, beraz ostalaritzarako prestatuago dagoen kale bezala kontsidera daiteke Aranbarri Musikariaren kalea.



### **Landaorlegi Kalea:**

Aktibitate maila murriztagoa duen kale honetan bere konexio eskasengatik, zenbaturiko 7 establezimenduetatik, bakarra (%14,3) merkataritza sektorean jarduten du. Bestalde, zerbitzu sektoreko lokalak nagusi dira kalean, hain zuzen, 6 (%85,7) establezimendu kontabilizatuz sektore honen barne. Azkenik, ostalaritza sektorekoa den establezimendurik ez da zenbatu kale honetan, beraz bere presentzia hutsa da.

Sektore bakoitzeko lokalen jarduera hurbiletik aztertuz, merkataritza sektoreko lokal bakarra izanik kalean zehar, aipatzekoa da sektore honetarako kale hau ez dela proposena, baina existitzen den lokal bakarra elikadura segmentukoa dela, agian, segmenturik oparoenetariko eremu osoan zehar. Bestalde, zerbitzu sektorea nagusi izanik kalean, argi ikusten da kalea nahiz eta konexio txarrak izan kokaleku ikuspuntutik zerbitzuentzat kale prestatuagoa dela. Gainera kale bereko 2 lokal ileapaindegiak izanik, aipatzekoa da hain gutxi izanik. Azkenik, ostalaritzarako ez da kale egokia hemengo hau, zenbakiak argi uzten dute, baita kaleko hirigintza ezaugarriek, kalearen izaera aldapatsuak adibidez.

### **Karmelo Kalea (Plaza):**

Karmelo kalearen gehigarri den enparantza honetan, guztira 7 lokal zenbatu ziren. Horietatik, lokal bakarra (%14,3) merkataritza sektorekoa bezala zenbatu zen. Bestalde, zerbitzu sektorekoak ziren 2 (%28,6) establezimendu kontabilizatu ziren totalaren gain. Bukatzeko, ostalaritza sektoreko 4 (%57,1) establezimendu zenbatu ziren, erdia baino gehiago sektore honetakoak izanik eta enparantzako sektore nagusian bihurtuz.

Enparantzan zehar dauden lokalen jarduerak aztertuz, merkataritza sektoreko lokal bakarra izanik, bere jarduera musika-tresnen salmenta da. Eremu komertzial osoan segmentu honetan jarduten duen bakarra izanik, salmenta aukera gehiago izango ditu lehiakidetza faltagatik bere inguruan. Zerbitzu sektoreko lokalen jardueran zentratuz berriz, guztiz kontrakoa ematen da enparantzan, bi lokal daude eta biak estetika segmentuan jarduten dute, lehiakidetza gehituz. Azkenik, beste behin enparantza bat izanik, ostalaritza sektorea nagusi da, 4 lokalak tabernak izanik, beraz arrakasta gunea da sektore honentzat.

### **Aurelio Arteta Pintor Kalea:**

Aztertzekoa den azken kale honetan non bertako aktibitate maila baxuena den eremu osotik, guztira 5 lokal komertzial zenbatu ziren. Horietatik, ez zen merkataritza sektoreko lokalik zenbatu kalean zehar. Bestalde, zerbitzu sektoreko 4 (%80) establezimendu zenbatu ziren, kale honetako sektore nagusi bilakatuz kopuruan totalaren gain. Azkenik, ostalaritza sektoreko lokal bakarra (%20) kontabilizatu zen kalean zehar.

Kaleko lokalen jarduera aztertuz, zerbitzu sektoreko lokaletatik beste behin estetika eta ileapaindegi segmentuan jarduten duten 2 lokal zenbatu ziren, hau da, zerbitzu sektoreko lokalen erdia segmentu berekoak izanik, lehiakidetza sortuz euren artean. Bestalde, ostalaritzako lokal bakarra izanik, hau taberna bezala identifikatzen zen.

Bukatzeko, zerbitzu sektorea nagusi izanik kale honetan, esan daiteke gizabanako fluxu gutxiko kale dela ondorioztatzen dela eta horregatik ere aktibitate maila baxua duela.

### Sektore analisiaren ondorioa:

Landutako merkataritza-eremuko sektore analisia burutu ondoren, ondorioztatu daiteke **merkataritza sektorea**, sektore nagusia dela eremuan zehar, hain zuzen, aztertutako 13 kaleetatik, horietako 6 kaleetan merkataritza sektoreko establezimenduak baitira nagusi. Bestalde, zerbitzu sektorea ez da oso urrun gelditzen, hau da, kaleen totalatik, beste 5 kaleetan zerbitzu sektorea baita nagusia. Beraz, esan daiteke, eremu honetan bi sektore hauek ia-ia garrantzi bera izan dezaketela, kontsumitzaileen aldetik eskari gehien duten establezimenduak sektore hauetakoak izanik. Bestalde, ostalaritza sektorea murriztena da eremuan zehar, kale guztien artean, soilik horietako bitan baita nagusi sektorea. Azkenik, sektore bakoitzaren barnean jarduera segmenturik ugarienek eremuan zehar; *elikadura*, *ileapaindegiak*, *moda arropak* eta *tabernak* izan dira errepikakorrenak.

## 5.6 KOMERTZIOEN ANTOLAKUNTZA MOTA

Santutxu auzoan diseinaturiko eremu komertzialen analisiarekin bukatzeko, azken zati honetan, eremuko kale bakoitzeko komertzioen **antolakuntza mota** aztertuko da. Honela bi segmentu desberdinduz; *independentek* diren komertzioak eta *denda-kate* edo *frankizia* baten parte direnak. Berriz ere, irekita dauden lokal totalaren gain lorturiko datuez baliatzea erabaki da.

**5.Taula:** Santutxuko merkatal eremuko komertzioen antolakuntza mota, 2020

<i>Kalea</i>	<i>Guztira irekita</i>	<i>Indep.</i>	<i>Denda Katea / Frankizia</i>	<i>% Indep.</i>	<i>% Denda Katea / %Frankizia</i>
Santutxu Kalea	59	42	17	%71,20	%28,80
Karmelo Kalea	38	28	10	%73,70	%26,30
Bolivar Elorduy Julian Kalea	34	26	8	%76,5	%23,5
Aita Esteban Pernet Kalea	23	19	4	%82,60	%17,40
Errosario Santua Kalea	23	21	2	%91,30	%8,70
Ricardo Bastida arkitektoaren Plaza	23	16	7	%69,60	%30,40
Landaburu Baserria Kalea	21	18	3	%85,70	%14,30
Allende particular Kalea	14	12	2	%85,70	%14,30
Luis Luciano Bonaparte Kalea	14	9	5	%64,30	%35,70
Aranbarri Musikariaren Kalea	13	11	2	%84,60	%15,40
Landaorlegi Kalea	7	7	0	%100,00	%0,00
Karmelo Kalea (Plaza)	7	7	0	%100,00	%0,00
Aurelio Arteta Pintor Kalea	5	5	0	%100,00	%0,00
<b><i>Guztira</i></b>	<b>281</b>	<b>221</b>	<b>60</b>	-	-

Iturria: Elaborazio propioa

### **Santutxu Kalea:**

Kale honek irekita dituen 59 lokal komertzialetatik, 42 (%71,2) independenteak dira eta 17 (%28,8) denda kate edo frankizi baten zati, horien artean; *General Optica*, *Eroski City*, *BM*, *BBK* eta *Santander* kate nagusien artean. Lokal komertzial independente kopuru ugari honez gain, aipatzeko da, eremu komertzial osotik denda kate baten zati diren lokal gehienak (kopuruan) Santutxu kalean kokatzen direla. Beraz, beste behin ikusi ahal izan da, Santutxu kalearen kokaleku eta konexio ona, interes handiko ezaugarriak direla denda kate eta frankizientzat, nahiz eta oraindik tradizionalagoa den komertzioak presentzia nabaria izan kalean zehar.

### **Karmelo Kalea:**

Santutxu kalearekin bat, Karmelo, eremu komertzialeko kalerik garrantzitsuenetariko bat izanik, bere lotura oparoak bai bezero, bai merkataritzarekin aldeko puntuak dira denda kateek euren arreta jartzeko bertan. Hala ere, irekita dauden 38 establezimenduetatik 28 (%73,7) independenteak eta 10 (%26,3) denda kate edo frankizi baten zati dira, horien artea; *Iberdrola*, *Orange*, *Euskaltel*, *Afede* eta *Bankia* kate nagusien artean. Berriz ere, komertzio independenteen presentzia nabariagoa da kalean, nahiz eta denda kate kopuru gehien dituen bigarren kalea izan. Kontsumorako prest dagoen kale hau esan liteke, komertzialki eremuko kale nagusi bezala kontsideratzen dutela kontsumitzaileek.

### **Bolivar Elorduy Julian Kalea:**

Karmelo kalearekin paraleloki kokatzen den kale honetan, zenbaturiko 34 lokal irekietatik, 26 (%76,5) independenteak dira eta 8 (%23,5) denda kate edo frankizi baten zati, horien artea; *Movistar*, *Laboral kutxa* eta *Panaderia Lemoa*, kate nagusien artean. Kale honen kokaleku zentriko eta metro geltokitik duen hurbiltasunagatik, denda kateentzat erakargarri den kalea da hurrengo hau. Hala ere, kalean bertan, nahiz eta komertzio independenteak nagusi izan kopuruan, horietako asko Santutxuko merkatuan aurkitzen direnak, bi formatuen arteko merkataritza harmonia bat ematen da, bien arteko existentzia baimenduz.

### **Aita Esteban Pernet Kalea:**

Kaleak zabalik dituen 23 komertzioetatik, 19 (%82,6) independenteak eta 4 (%17,4) denda kate edo frankizi baten zati dira, horien artean; *Dentix* eta *aeK Euskaltegia* kate nagusien artean. Kale honen kasuan, aurretik aipatu bezala, kaleak duen konexio kaskarra dela eta merkataritza ikuspuntutik, ulertzekoa da denda kateen presentzia murriztagoa izatea. Hala ere, baita esan beharra dago ez dela denda kate kopururik txikiena duen kalea guztien artean. Independentek diren komertzioei buruz, kale honetan esan daiteke, inguruko bizilagunentzat aproposagoa den merkataritza jarduerak eskaintzen dituela kaleak, tradizionalagoa den merkataritza bultzatuz.

### **Errosario Santua Kalea:**

Beste behin, komertzio independenteak Santutxun eta eremu komertzialean duen presentzia ikusi daiteke kale honetan. Izan ere, zabalik dituen 23 lokalen artean, 21 (%91,3) independenteak eta soilik 2 komertzio (%8,7) dira denda kate edo frankizi baten zati, ezagunena *Rass autoescuela* izanik. Errosario Santua kalearen kasuan, nahiz eta Landaburu Baserria kalearekin sortzen duen bidegurutzea izan, bere konexioagatik, eremu komertzialean, oso barneraturik dagoen kale bezala sailkatu daiteke. Horregatik, denda kateen lehentasunetako bat kokaleku aproposa eta bezero fluxua izanik, ulergarria da denda kateen presentzia baxua kalean zehar. Hala ere, datuei bakarrik erreparatuz, ondorioztatu daiteke independenteak diren komertzioak oparoak direla bertan.

### **Ricardo Bastida arkitektoaren Plaza:**

Hurrengo aztergaia enparantza bat izanik, kale baten aldean, denda kate edo frankiziek, euren lokalak ezartzeko kontutan hartu dezaketen ezaugarriak desberdinak izan ahal dira. Hala ere, Ricardo Bastidaren plazak jasotzen duen kontsumitzaile eta bizilagun fluxu handia kontutan izanik, esan beharra dago, komertzio independenteak ugariagoak direla beste behin. Irekirik dauden 23 lokaletik, 16 (%69,6) independenteak eta 7 (%30,4) denda kate edo frankizi baten zati dira, horien artean; *Naturgy* eta *Oxford Language School* kate nagusien artean aurkituz. Beraz ondorioztatu daiteke, plaza honek ere tradizionalagoa den merkataritzaren babesleku dela. Hori jakinda, eremu komertzialeko beste kale batzuk baino denda kate presentzia handiagoa duela ere aipatzeko datua da.

### **Landaburu Baserria Kalea:**

Nahiz eta hurrengo kale hau, eremu komertzialeko nagusienetariko bat izan, dituen konexio eta inguruko interes puntuengatik, kalean zehar irekirik kontabilizaturiko 21 lokaletik, 18 (%85,7) independenteak eta 3 (%14,3) denda kate edo frankizi baten zati dira, horien artean; *Viajes Eroski* eta *Peluqueria Rasel* kate nagusien artean. Aipatzekoa da kaleko denda kateen kopurua oso murrizta dela garrantzi maila honetako kale batentzat. Hala ere, egia da beste kale nagusien artean (Santutxu eta Karmelo) Landaburu Baserria kalea, eremu komertzialen erdi-erdian aurkitzen den kalea dela, komertzialki ikuspegi lausoagoa duen gune bezala sailkatu ahal dena eta kontsumitzaileen fluxua murriztagoa izan daitekeena frankizia bezalako merkataritza formatu batentzat. Beraz, nahiz eta denda kateentzat ez izan kokalekurik oparoena, komertzio independenteentzat aukera handiko kalea da, bere kokaleku zentrikoagatik merkataritza eremuan.

### **Allende particular Kalea:**

Allende particular Kalean kontabilizaturiko 14 lokal irekietatik, 12 (%85,7) independenteak eta soilik 2 (%14,3) denda kate edo frankizi baten zati dira, horien artean; *PokerStar Sala de juegos* eta *Primaprix*, kate nagusien artean. Kale honetan ere, komertzio independenteak nagusi dira eta denda kateen presentzia minimoa da. Aurretik aipatu bezala, kaleak barneratzen duen hirigintza egiturak, bizilagun zein bertako komertzioei egiten die onura. Beraz, denda kateen presentzia nabariagoa izan ahalko litzateke, nahiz eta bertako denda independenteen funtzionamendua oparoa izan.

### **Luis Luciano Bonaparte Kalea:**

Ricardo Bastida arkitektoaren Plazarekin paralelo den, kale luze honen barnean sartzen den zati honetan, guztira irekirik dauden 14 lokal komertzialetik, 9 (%64,3) independenteak eta 5 (%35,7) denda kate edo frankizi baten zati dira, horien artean; *Alainafflelou Optica* eta *RETAbet Sala de juegos*, kate nagusien artean. Kale osoaren bide-tarte labur hau aztertu ondoren, esan beharra dago nahiz eta komertzio independenteak nagusi izan, eremu osoko kale guztien artean, kale honek denda kate ireki gehien dituen bigarren dela (portzentualki). Beraz, Ricardo Bastida plazaren inguruan kokatzen den kale hau, merkataritza interesdun gune erakargarri bezala bermatu daiteke frankiziatuentzat.

### **Aranbarri Musikariaren Kalea:**

Hurrengo kale honetan, irekita dauden 13 lokal komertzialen artean, 11 (%84,6) independenteak eta 2 (%15,4) denda kate edo frankizi baten zati dira, horien artean; *Natur House*, kate nagusi bezala. Kale honek bere barnean duen plaza kontutan izanik, kokaleku komertzial egokia da independente zein denda kate bat kokatzeko. Hala ere, komertzio independenteak bertako establezimendu gehienak bereganatzen dituzte. Izan ere, aurretik aipatu bezala, ostalaritza indar handiko sektorea izanik kale honetan, taberna independenteak nagusi dira bertan.

### **Landaorlegi Kalea:**

Landaorlegi Kalean irekita dauden komertzioen artean, kasu honetan 7 guztira, denak dira independenteak eta ez da denda katerik zenbatu kalean. Aurretik aipaturiko kale honen sarbide eta egiturak ez du erakartzen bertan kontsumitzera. Merkataritza eremuan zehar presentzia txikiko kalea izanik. Hala ere, bertan jarduten duten komertzio independenteek aurkitu dute aktibo mantentzeko modua frankizia edo bestelako formatu komertzialekin bat egin gabe, txikizkako merkataritza landuz.

### **Karmelo Kalea (Plaza):**

Karmelo kaleren gehigarri den plaza honetan, irekita dauden lokal guztiak independente bezala sailkatzen dira, hain zuzen 7 lokal komertzialak, independenteak dira. Nahiz eta Karmelo kalearen zati izan, bien artean existitzen den distantzia nahikoa da plazako komertzioak ez nabarmentzeko Karmelo kalekoekin alderatuz. Beraz, plazak eskaintzen dituen merkataritza pasabideak eta egitura aproposagoa litzateke, independentea den komertzioentzat. Izan ere, plazan zehar gehien errepikatzen den negozioa taberna independenteak dira.

### **Aurelio Arteta Pintor Kalea:**

Guztien artean irekirik dauden lokal komertzial kopururik txikiena duen kale honetan, hain zuzen 5 komertzio, guzti horiek komertzio independente bezala sailkatzen dira. Denda kate presentziarik gabeko kalea izateak argi uzten du, tradizionalagoa edo txikizkako merkataritzak protagonismo komertzial osoa bereganatzen duela. Gainera,

kalearen luzaera laburrak eta interes puntuetatik urrundurik egoteak, kale hau bigarren mailako kale komertzial izatera eramaten duen ezaugarriak biltzen ditu.

### **Antolakuntza Mota analisiaren ondorioa:**

Azterturiko eremuan, establezimenduen antolakuntza mota analizatu ondoren, esan daiteke azterturiko kale guztietan, independenteak diren komertzioak nagusi direla kopuruan, hau da, tradizionalagoa den merkataritza nagusi izaten jarraitzen du eremuan zehar. Hala ere, denda-kate eta frankizien presentzia kale batzuetan, nabarmentzen hasia da, eremuko kale nagusienetan, hirietako merkataritzan ematen ari den frankizi hazkundearen joera berriaren adibide argia izanik.

## **6. AUZUNEAREN ANALISIARI BURUZKO EMAITZAK**

Lanaren azken atal honetan, aurreko puntuarekin lotuz, Santutxu auzuneko eremu komertzialaren inguruan jasotako informazio eta datu horiekin, azken pausoa landuko da. Eremu komertzial osoaren azterketa eginez ondorioztatzeko eremu oparo bezala sailkatu daitekeen eta gaur egungo hiri merkataritza joerekin bat egiten duen. Horretarako AMIA analisia erabiliko da amaieran ondorio nagusiak ezartzeko.

### **6.1 AMIA ANALISIA**

AMIA analisi honen bitartez, azterturiko eremu komertzialaren emaitzak lortuko dira, azterketa borobilago bat edukitzeaz gain. Horretarako kanpo eta barne jatorriko puntu bortitzak zein puntu makalak aztertuko dira aurreko azterketako ondorio nagusiak erabiliz. Analisi honekin ikusi nahi dena da ea aukeraturiko eremua merkataritza oparotasuneko zonalde aproposa den eta etorkizunera begira zeintzuk diren aurre egin beharreko erronkak merkataritza eremu bezala:

#### **AUKERAK**

**A.1:** Merkataritzaren arazo eta errealitateaz gero eta sentsibilizazio handiagoa existitzen da kontsumitzaile eta botere instituzioen artean, garrantzia emanik aspektu ekonomiko honi.

**A.2:** Merkataritzaren hazkunde potentziala emate ari da, turismoaren garapen progresiboaren ondorioz eta hirien lehiakortasunean eragiten duen botereagatik.

**A.3:** Negozio-aukera berrien existentzia bermatzen da, geroz eta pertsonalizatuago den eskaera ematen ari delako merkataritzan eta kontsumitzaileen artean.

**A.4:** Merkataritza-formatu berrien agertzea eta komunikazioak hobetzearen ondorioz, teknologia berrien barneratzea.

**A.5:** Merkataritza hirietako tresna lehiakorra izanik, kontsumitzaile askok erosketa-esperientzia baloratzen dute kontsumoko balio erantsi gisa.

**A.6:** Kontsumitzaile profil berrien sorkuntzak, beste enplegu-nitxo berri batzuk irekitzen ditu, eta lanpostuak sortzeko aukera ematen du langileriaren artean.

### MEHATXUAK

- M.1:** Merkatu-botere geroz eta handiagoa duten kate eta banaketa-talde handien existentzia eta hazkunde bizkorra, merkataritza tradizionala kaltetuz
- M.2:** Kontsumo-ohituretan aldaketak gizarte taldeek bultzaturik ematen dira, epe-laburrera eragina dutenak hainbat aspektutan (ekonomiko, sozial...)
- M.3:** Garapen teknologikoarekin lotura estua duten erosketa-metodo berrituen (online salmenta) barneratze eta euren emankortasuna merkatuetan, salmenta fisikoen murriztapena emanez.
- M.4:** Etengabeko aldaketa biztanleriaren adin-egituran eta familia-egituran
- M.5:** Gizarteak bizi duen osasun pandemiak Covid.19-ak eraginda ekarriko dituen krisi ekonomiko eta bestelakoak
- M.6:** Merkataritzarako profesionaltasun eta generazio-erreleboa emango duten adin tarte prestatuaren falta, gizabanako gaztearen artean

### INDARGUNEAK

- I.1:** Merkataritza independentea ugaria izanik eremu komertzialen, txikizkako merkataritzaren kontsumoa sustatzeko eragina bultzatzen da.
- I.2:** Hirigintzaren aldetik, zerbitzu publikoen eta ingurumen-zerbitzuen existentzia nabaria da eremuan zehar.
- I.3:** Hiriarekin eta garraio publikoko azpiegiturekin dituen lotura onak, balioa ematen dio merkataritza eremuari
- I.4:** Merkataritza-kontzentrazio handiko eremua denez, produktu eta zerbitzuen eskaintza ugaria eta segmentu ezberdinetako da.
- I.5:** Santutxu auzoak merkatarien elkarte propioa du, etorkizuneko erronkei aurre egiteko eta indartzeko, horrela, bertako merkataritza elkartuta sentitzen da.
- I.6:** Biztanleria ugariko auzoa denez, merkataritza-eremuan maiztasuneko kontsumitzaileen kopurua handiagoa da, bertako komertzioetan kontsumituz, honela eremu horretako aktibitatea oparua izanik.

### AHULEZIAK

- AH.1:** Frankizien eta denda kateen kontzentrazio txikia zonaldean (tradizionalaren aldean), salmenta-sistema mota hauen egungo indarraren aurrean
- AH.2:** Denda independente ugari daudenez, eCommerce salmenta sistema ez da ohikoa saltoki horien artean, tradizionalagoak direlako eta bezeroaren erosketa prozesuak fisikoki balio handia duelako.
- AH.3:** Zonaldea hiriarekin ondo komunikatuta egon arren, erdigunetik urrun dagoen auzoa denez, pertsonen fluxua beti izango da zerbait txikiagoa, eta ez da bezero posible guztietara iristea.
- AH.4:** Hainbat lokal itxita eta abandonatuta daudenez, interpreta daiteke ez dela negozio berriak irekitzeko eskaria handia duen merkataritza-guneetako bat hirian zehar.
- AH.5:** Merkataritza-sektorea, eremu honetako adierazgarrienetako bat izanik, sektore berbereko kate handiek presioa eginez lehiakidetzeta desleiala sortzen dute, non, saltoki txikiek ez dute nola aurre egin.

## 6.2 ETORKIZUNERAKO IRADOKIZUN KOMERTZIAL POSIBLEAK

Azkenik, eremu komertzialaren merkataritza ondorio nagusiak azalera eta aipatu ondoren, komenigarria izan daiteke, eremuarentzat merkataritza iradokizun batzuk proposatzea. Iradokizun hauen betetzea edo beste batzuen proposamena, merkataritza plataformei dagokien betebeharrak bat da. Hain zuzen, Santutxun 1978-an auzunearen izen berberarekin sorturiko merkataritza plataformak, bertako merkataritza bultzatzea dauka helburu. Horrez gain, merkataritza eremu idealek kontutan izan dezaketen aspektuak hurrengo zerrendan aipatu dira, etorkizuneko iradokizun bezala ikusiak:

### **-Merkataritzaren zereginari buruzko garrantzia eta sentsibilizazioa:**

Merkataritzaren eginkizunak, gizarteari eta ekonomiaren susperraldiari egiten dion ekarpena goraiatzeko eta merkataritza-jardueraren balioa nabarmentzeko ekimenak babestea eta sortzea lehendabiziko iradokizunetako bat bezala hartzen da. Horretarako, komenigarria izango litzateke, *merkataritzaren egunaren sorrera sustatzea*, egutegian adierazitako erreferentzia-egun berezi gisa, aberastasuna eta enplegua sortzeko duen gaitasuna eskertzeko.

Merkataritzak, bere egun propioa izateko, dinamizazio ekintzak bultzatzea, merkataritza-gune estrategikoetan giro egokia sortzea, aisialdiko jardueren garapena sustatzea eta eremuaren irudia zaharberritzea helburu oparoak izan ahal dira merkataritza goraiatzeko. Horretarako adibidez, kultura, erraminta nagusi gisa hartuta ekintza hauek ideia emankorrak izan daitezke.

### **-Merkataritza-orekaren eredu lehiakorra:**

Beste iradokizun bat, aldean artean adostutako *merkataritza-ordutegiaren eredu berri bat definitzea* izan daiteke, formatuen arteko merkataritza-oreka bermatzeko, hiri-eremuen iraunkortasuna mantentzeko, dinamizazio ekonomikoa bultzatzeko eta merkataritza-sektoreko enpresaburuen, langileen eta kontsumitzaileen nahiak bateratzeko. Establezimendu bateko merkataritza-ordutegiak behar bezala kudeatzea; bezeroarentzat arreta orduak, ordu espezifikoetan maximizatzeak aukera ematen du, edozein komertzioetako salmentak optimizatzeak.

Bezeroen erosketak ohiturak erreparatu ondoren, jakin daiteke ze ordu diren aktibitate handienekoak eta zeintzuk ez, non, bezero fluxua murriztagoa den. Informazio horrekin, establezimendu bakoitzak bere ezaugarriak kontutan harturik, erabaki dezake, bere ordutegia luzatu, laburtu edo zerbaitetan aldarazi behar duen.

### **-Berrikuntza, teknologia berriak eta merkataritza elektronikoa:**

Eremu komertzialean ikusi da, establezimendu independenteak nagusi direla euren izaera tradizionalarekin, non teknologi berriek oraindik ez dute euren potentzial guztia erakutsi. Beraz, inplikaturako eragileekin koordinaturako kanal anitzeko estrategia bat ezartzea aukera bat izan daiteke, sektoreak teknologia berrien arloan dituen erronka nagusiei aurre egiteko.



Horren guztiaren helburua izan daiteke, salmenta *omnikanala* sustatzea (fisikoa eta online bidezkoa) merkataritza elektronikoaren gorakadaren aurrean. Honela lortu nahi dena, hurbileko merkataritza-establezimenduen digitalizazioa sustatzea eta bultzatzea da, enpresa txiki eta ertainen arteko arrakala digitala murrizteko. Horrez gain, negozio-eredu berritzaile berrien garapena sustatzea beste aukera bat izan daiteke, establezimendu fisikoetan erosketa-esperientzia handitzeko eta hobetzeko. Honela, hurbileko merkataritza kontsumitzaileen eskaera berrietara egokitzen lagunduz.

### **-Sektoreko prestakuntza eta kualifikazio profesionala:**

Eremuko langileak erreparatu, positiboa litzateke gazteen prestakuntza integrala sustatzea merkataritzan, sektorea profesionalizatzeko formula gisa erabiliz, baina batez ere, belaunaldi-erreleboa izateko. Horrez gain, berrikuntza zein teknologia berriak txertatzeko eta negozioetan informazioaren eta komunikazioaren teknologia (IKT) berriak erabiltzeko trebetasunak hobetzeko bide izango da etorkizuneko belaunaldi gazte hau. Bestalde, merkataritza-jarduerara egokitutako hizkuntza-prestakuntza sustatzea litzateke beste xede bat gazteen barneratzearekin, azken hau batez ere erakarpen turistikoari begira.

### **-Merkataritza eta Turismoa:**

Bilbo hiriaren garrantzi turistikoa kontuan izanik, Santutxuko eremu honetarako informazio turistiko-komertzialeko estrategia bat diseinatzea beste iradokizun bat litzateke. Honela, merkataritzaren protagonismoa eta "*shopping*"-a sustatzeko informazio-euskarri turistiko guztiak (panelak, turismo-gidak, liburuxkak, turismo-arretarako guneak, webguneak) erabiliz, bai off-line, bai online formatuan. Informazio hori irudi berrituarekin eguneratuz eta "*shopping ibilbideak*" garrantzi handiko eginkizun bezala kontuan hartuz, non ibilbide gidatuz baliatuz, eremuko komertzio ezberdinak bisitatzeko diren kontsumitzaile posible taldeekin. Honela, informazio eta komunikazio-kanal desberdinetan ikusgarritasuna ematea litzateke ideia.

### **-Asoziazionismoa eta enpresa-lankidetzak:**

Establezimendu komertzial independenteen artean enpresen arteko lankidetzak eta kooperazioa sustatzea azken iradokizuna litzateke eremuarentzat. Kolaborazio horretarako, enpresa txiki eta ertainen arteko esperientzia trukearen eta eskalako ekonomietaz baliozurik ondorio eta aukera asko lortu ahal baitira merkataritza eremuarentzat baita auzoarentzat ere.

Batez ere negozioaren zenbait alderditan (erosketak, logistika, sustapena, etab.) eta zeharkako arloetan (berrikuntza, kalitatea, oinarrizko prestakuntza, etab.) sakonduz, informazioa aberatsa izateaz gain, baliagarria litzateke establezimendu askorentzat. Horretarako, komertzioen arteko informazio-trukea erraztuko duten proiektuak sustatzea eta teknologia berriek eskaintzen dituzten komunikazio kanal berriak erabiltzea komenigarria litzateke. Hori bai, kontsumitzaileen iritsi eta informazio trukeak ahaztu gabe, hauek duten garrantzia kontutan izanik.

## 7. ONDORIOAK

Bukatzeko, lanean zehar lortutako informazioarekin ondorio nagusiak aterako dira lanari amaiera borobila emateko. Hurrengo ondorio hauek, landutako informazioa eta iritsi propiotik ateratzen diren emaitz dira, horrez gain, hasiera baten gradu amaierako lan honetarako planteatutako helburuen betetzea ere balioetsiko da.

Merkataritza jardueraren egoera eta eboluzioa aztertu ondoren, hiriengan duen pisua eta balioa aipagarria da, azken urteetako hazkunde positiboagatik, esan daiteke ekonomikoki erraminta bultzatzailea dela hau, oso lehiakorra izatera heltzeaz gain, produktibitate hazkunde batekin beren barneko sektore ezberdinen eragina ere nabarmentzeko gai den jarduera delako.

Lanaren helburu nagusia, merkataritza eremu erreal baten azterketa izanik, esan daiteke helburua lortu dela eta azterturiko eremutik ondorio nagusiak lortu direla hiri merkataritzaren inguruan. Horien artean, merkataritzarekin loturiko joera berriak, interes handiko puntua izan da azterketa honetan. Honela, Santutxuko eremuan erreparatu daitekeen joerarik argiena, denda kate eta frankizia ezberdinen presentzia nabaria dela eremuan. Nahiz eta eremu errealaren azterketa datuek erakusten duten eremuan txikizkako merkataritza eta denda independenteak nagusi direla momentu hauetan kopuru aldetik, denda-kateak euren nabaritasuna lortzen hasi dira auzunean. Kontuan izanik, azterturiko eremua ez dela hirigunean aurkitzen, baizik eta kanpoalderago, denda kate hauen presentziak merezimendu nagusiagoa dauka. Beraz, joera honen egiaztapena erreparatu daiteke eremuan zehar.

Bestalde, aurretik aipaturiko beste joera nagusietako bat hiri merkataritzan, distribuzio talde handien lekualdatzea izan da hiriguneetara, non, eremu errealaren azterketan, joera honen baieztapena ikusi ahal den baita ere. Eremuan zehar analizatu den distribuzio talde handi hauen formatu komertzial ohikoena, supermerkatuak izan dira. Formatu hauek, normalean hirien kanpoaldean aurkitzen diren Hipermerkatuen ordezkagarri bihurtu dira hiri barnean kokatzeko. Kontsumitzaileek gaur egun bilatzen duten eskari eta erosotasuna eskaintzen baitute. Hain zuzen ere eremuan zehar 3 supermerkatu kontabilizatu ziren, denak marka ezberdinetakoak (*Eroski City, BM eta Primapix*). Beraz, beste behin merkataritzaren inguruko beste joera bat frogatu da eremu honetan zehar.

Merkataritza formatuen ildoarekin lotuz, aipagarria da merkataritza eremuan zehar formatu ezberdinen existentzia nahiko murrizta dela jakitea, formatu konkretu batzuk nagusi izanik eremuan eta beste asko ez direlako bertan aurkitzen. Formatu tipologia ohikoena, salmenta tradizionala eta auto zerbitzukoak dira. Lehena, nagusi izanik eremuan, komertzio tradizionala eta berezitua barneratzen ditu, denda independenteen deskribapenarekin lotuz, gehien errepikatzen diren establezimenduen artean. Bestalde, aurretik aipatu bezala auto zerbitzuaren barnean; supermerkatu eta deskontu supermerkatuak beste tipologia errepikakor bat da eremuan. Aipamenik ez duen

formatua, nahasia edo bien arteko nahasketa barneratzen dituenak dira, formatu horientzat eremua murrizta izanik. Beraz, beste behin ondorioztatu daiteke, txikizkako merkataritza independentea nagusi dela eta salmenta tradizionala tipologia ohikoena eremuan zehar.

Hori jakinda ere, hiri merkataritzaren eboluzioan eta jarreraren eragiten duen aldagaiak ekonomikoak edo tendentzi berrienak izateaz gain, eraldaketa teknologikoak eta kontsumitzaileen kontsumo joeren aldaketak ere zerikusi handia duten faktoreak direla ondorioztatu daiteke.

Hasteko, teknologien eraldaketak merkataritza birmoldatzen duen joeretako bat dela ondorioztatu ondoren joera berrien artean, esan beharra dago kasu errealeko merkataritza eremu honetan, agian joera honek eragite txikiena izan duenetariko izan dela besteen artean. Aipatu bezala, salmenta tradizionalako komertzioak nagusi izanik, merkataritza elektronikorako erabilera gutxiko establezimenduak gelditzen dira eremuan, nahiz eta denda-kate batzuen artean bai ematen den joera hau. Hala ere, eCommerce-aren erabilera areagotu beharreko tresna da komertzioen artean, teknologiak gidatzen duen gaur egungo mundu baten, salmenta tradizionalak indarra galduz doazen heinean, merkataritza elektronikoa, salerosketen jaun eta jabe bihurtuz baitoa.

Beste alde batetik, gizartearen jarrera eta kontsumo joeren eraldaketak, ez daude inoren eskuetan. Horregatik, eremuko zein beste edozein komertzioentzat premiazkoa da aldaketa sozial hauei arreta berezia ematea. Kontsumoan eragin dezaketen bestelakotzeek, komertzioetara moldatzea, kontsumitzaileen artean positiboki baloratzen duten jarrera baita, establezimenduei balioa emanez. Ikusitako aldaketa sozial horien artean eremuaren barrenean, biztanleriaren zaharkitze masiboak, zerbitzuak produktuen gaitetik kokatuko dituen agertokia erakusten du, adin-tarte honek zerbitzuen gain duen erabilera handiagoagatik. Bestalde, eremuan biztanleria etorkin kopurua handiagotu denez, honek komertzioei beste izaera eta eskaera mota batzuk dituen kontsumitzaile talde baten barneratzea ere kontutan izan beharko luketen kontzeptua da. Azkenik, kide bakarreko etxebizitzaren hazkundeak, eremuan ere eragina du komertzialki, gutxiago erosten baitute gizabanako hauek kantitatean. Beraz, eraldaketak gizartearen kontsumo ohituretan ere merkataritzan eragin handia daukala ondorioztatu daiteke.

Laburbilduz, Santutxuko eremu komertzial errealearen azterketatik lotu ahal diren ondorio nagusiak, hurrengoak bezala sintetiza daitezke:

- Aukeraturiko eremua auzuneko erdigunea izanik, merkataritza aktibitatea handia eta oparoa da bertako establezimenduentzat, komertzio kontzentrazio handia barneratuz. Komertzioen arteko jarduera berezia eta zabala izanik, auzunean bizi direnen kontsumitzaile posible eta bizilaguntzat onuragarria, auzunean bertan erosteko eta auzuneko txikizkako merkataritza laguntzeko, betiere denda kateen presentziak zerbitzu eta ondasunen barietatea aberastuz.

- Populazio aldetik, Santutxu biztanleria kopuru altuko auzunea izanik, eremuak ere bizilagun askoren etxebizitzak ere barneratzen ditu komertzioez gain. Jende asko bertan bizitzeak bizitasuna ematen dio eremuari, noski bizirik mantentzen den auzunea, komertzialki ere bizirik mantentzeko erraztasuna izango du denboraren igaroarekin.
- Sektoreen analisia burutu ondoren, datuek erreparatu zuten merkataritza sektorea nabariena dela eremuan zehar, sektore honek eskatzen dituen ezaugarriak barneratzen dituen zonaldea izanik. Nahiz eta zerbitzu sektorea ere nabaritasun handiko sektorea da eremuan. Beraz, bi sektore nagusi hauen bermeak eremuan, indarra hartu dute ingurune komertzial oparoa eskainiz, egunerokotasunerako prest dauden establezimenduak edukiz.
- Komertzio independenteak nagusi izanik eremuan, alde positibotik erreparatuz, tradizionalagoak diren komertzio hauek pertsonalitatea ematen diete eremuari, salerosketa esperientzia euren balio nagusia izanik. Izan ere merkataritza tradizionalaren existentzia beharrezkoa da edozein hirirentzat. Bestalde, alde negatiboa teknologikoki zein distribuzio aldetik duten atzeratzea izango litzateke, non gaur egungo mundu globalizatu baten, ezagutzera ematen ez bazara existituko ez bazina bezala da, hedadura botere murriztago batekin.
- Aurreko puntuan aipatu bezala, nahiz eta komertzio independenteak nagusi izan, frankizi eta denda kateen presentzia ere nabaritu daiteke auzunean, ondorioztatu den bezala. Formatu hauen existentzia eremuan ere aldeko ondorioa da. Izan ere, bertako bizilagun eta kontsumitzaileei erraztasuna ematen dio kate handien komertzioak auzoan bertan aurkitzeko, hiriaren erdigunera hurbildu beharrik gabe. Hala ere, beti lehenetsi behar da tradizional eta frankizia formatuen arteko oreka bat mantentzea edozein eremu komertzialetan, denda kateen presentziak gainezka egite puntua ekidituz kopuru aldetik, tradizionalen aldean.

Jarraian, hiri merkataritzarako, proposatutako etorkizun iradokizunak aurrera eramateko merkataritza plataforma eta elkarteen lana beharrezkoa dela aipatu behar da, Santutxuko merkatarien plataformaren esku gelditzen den beharretako bat izanik hain zuzen. Plataforma hauen betekizuna, merkataritza sustatze eta garatzea izanik, gaur egungo aldian euren planteamendua aldatzeko beharra ondori nagusia izanik. Ikuspegi berri horren oinarri nagusia, komertzioei ingurune teknologikoan lehiakorragoak izaten laguntzea, merkatariaik eta kontsumitzaileak sentsibilizatzea eta hauen formazio eta profesionaltasunean laguntzea izanik.

Bukatzeko, ikasle bezala gradu amaierako lan honen bitartez ikasitakoa aipatuz, merkataritzak hirien gain duen garrantzia eta bere eraldaketa gaitasuna erakutsi dit. Gaia hasieratik iruditu zait interesgarria eta lantzeko informazio askorekin, beraz horrek lana erraztu du. Bestalde, lan akademiko bat izanik, honen egitura eta arau formalak ezagutu ahal izan ditut hurbilagotik, etorkizunera begira lagungarria izango direnak.

## 8. BIBLIOGRAFIA

BILBOKO UDALA (2020, Apirila): “Situación socioeconómica de Bilbao; Balance de 2019”, [www.bilbao.eus](http://www.bilbao.eus), (2020ko Abenduak 22an kontsultatua).

CAJAMAR (2007, Apirilak 1): “Comercio y ciudad. La misión del marketing de ciudades en el desarrollo”, [www.publicacionescajamar.es](http://www.publicacionescajamar.es), 4-5 or. (2020ko Azaroak 5ean kontsultatua).

CEC (Confederación Española de Comercio) (2016): “El comercio como prioridad de futuro”, [www.cec-comercio.es](http://www.cec-comercio.es), (2021eko Urtarrilak 8an kontsultatua).

CEHE (Confederación de Empresarios de Hostelería de España) (2019, Abendua): “Anuario de la hostelería Española 2019”, [www.cehe.es](http://www.cehe.es) (2020ko Azaroak 9an kontsultatua).

CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales) (2018): “El sector comercio en la economía Española”, [www.CEOE.es](http://www.CEOE.es), (2020ko Azaroak 8an kontsultatua).

CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) (2019): Prentsa Oharra, “El comercio electrónico roza en España los 12.000 millones de euros en el segundo trimestre de 2019 ”, [www.cnmc.es](http://www.cnmc.es) (2020ko Azaroak 29an kontsultatua).

DIEZ DE CASTRO, E. (2004): *Distribución Comercial*. Madril: Mc Graw Hill.

DIRCE (Directorio Central de Empresas) (2020, Abenduak 3): “Estructura y dinamismo del tejido empresarial en España 2019”, [www.ine.es](http://www.ine.es) (2020ko Azaroak 6an kontsultatua).

EL CORREO (2019, Maiatzak 12): “Por qué tienen éxito las franquicias”, [www.elcorreo.com/economia/tu-economia/](http://www.elcorreo.com/economia/tu-economia/), (2020ko Azaroak 3an kontsultatua).

EL INDEPENDIENTE (2017, Apirilak 22): “El comercio electrónico o la desertización de las ciudades ”, [www.elindependiente.com](http://www.elindependiente.com), (2020ko Azaroak 15ean kontsultatua).

ELIZAGARATE, V. (2007): “Comercio y ciudad: la misión del marketing de ciudades en el desarrollo de la competitividad del comercio urbano”, [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net), (2020ko Urriaren 28an kontsultatua).

EL PAÍS (2019, Otsailak 9): “El crecimiento del comercio electrónico pone en jaque a las grandes ciudades” , [elpais.com/tecnologia](http://elpais.com/tecnologia) , (2020ko Urriaren 28an kontsultatua).

EL PAÍS (2017, Maiatzak 17): “Nuevo comercio para la nueva ciudad”, [www.elpais.com](http://www.elpais.com), (2020ko Abenduak 5ean kontsultatua).

EUROSTAT (2019): “Structural Business Statistics”, [ec.europa.eu](http://ec.europa.eu), (2020ko Azaroak 22an kontsultatua).

EUSKO JAURLARITZA-Industria eta berrikuntza saila (2010): “Diagnóstico del Comercio Minorista Vasco. Plan de adaptación del comercio” Euskal Autonomia Erkidegoa. Eusko Jaurlaritza: Merkataritza Zuzendaritza, (2020ko Abenduan kontsultatua).

EUSKO JAURLARITZA-Enplegu eta gizarte saila (2015): “Estudio sobre las condiciones de vida de las personas de 55 y mas años en euskadi”, [www.euskadi.eus](http://www.euskadi.eus), (2020ko Abenduak 26an kontsultatua).

EUSKO JAURLARITZA-Turismo, Merkataritza eta Kontsumo saila (2019): “Informe de estructura del comercio Vasco”, [www.euskadi.eus](http://www.euskadi.eus), (2020ko Abenduak 4ean kontsultatua).

EUSTAT (2019, Abenduak 18): Prentsa Oharra, “2019an Euskal AEko enpresen eta bertako langile okupatuen kopuruak gora egin du”, [www.eustat.eus](http://www.eustat.eus), (2020ko Azaroak 5ean kontsultatua).

EUSTAT (2020, Otsailak 7): Prentsa Oharra, “Las ventas del sector minorista de la C.A de Euskadi en el cuarto trimestre de 2019”, [www.eustat.eus](http://www.eustat.eus), (2020ko Azaroan kontsultatua).

FERNANDEZ, A. (2012): “La importancia de la Innovación en el Comercio Electrónico”, [www.Redalyc.org](http://www.Redalyc.org) (2020ko Azaroak 17an kontsultatua).

FERNANDEZ, F. (2002): “Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI”, [dialnet.unirioja.es](http://dialnet.unirioja.es), (2020ko Urriaren 27an kontsultatua).

GENERAL DE FRANQUICIAS (2020): ”Guía anual de Franquicias Españolas 2019”, 8-11. or , [www.generaldefranquicias.com](http://www.generaldefranquicias.com) (2020ko Abenduak 29an kontsultatua).

HOTREC, Hospitality Europe (2018): “*The hospitality industry’s contributions to European economy society*”, [www.hotrec.eu](http://www.hotrec.eu), (2020ko Urriak 21ean kontsultatua)

INE (Instituto Nacional de Estadística) (2020, Ekainak 24): Prentsa oharra, “Estadística Estructural de Empresas: Sector Servicios 2019”, [www.ine.es](http://www.ine.es) (2020ko Abenduak 3an kontsultatua).

OLEA, E. (2010): *Bilbao y sus barrios: Una mirada desde la historia*. Bilbao: Baster.

PwC (PriceWaterhouseCoopers) (2017): “Informe Total Retail: 10 retailer investments for an uncertain future ”, [www.pwc.es](http://www.pwc.es) (2020ko Abenduak 2an kontsultatua).

SALVADOR, J. (2010): “El territorio como bien de consumo”, [dialnet.unirioja.es](http://dialnet.unirioja.es) , 16-22 or. (2020ko Azaroak 21ean kontsultatua).

SANTESMASES, M. (2012): *Marketing. Conceptos y estrategias*. Madril: Pirámide.

SAINZ DE VICUÑA, J. (2001): *La distribución comercial. Opciones estratégicas*. Madril: ESIC.

TOBALINA, N. (2014): Unibertsitatea; EHU/UPV-GrAL: “Análisis del comercio minorista vasco, y estrategias para impulsar el comercio urbano” (2020ko Abenduak 16ean kontsultatua)

### **Kontsultatutako Web orriak:**

www.alimarket.es, (Argitalpenak, Aldizkari ekonomiko-sektoriala) (2020ko Azaroak 10ean kontsultatua)

www.academia.edu, (2020ko Azaroak 1ean kontsultatua)

www.agecu.es, (Hiri-zentroen gerentziarako Espainiako Elkarte) (2020ko Abenduak 3an kontsultatua)

www.anged.es, (Banaketa-enpresen Elkarte Nazional Handia) (2020ko Azaroak 5ean kontsultatua)

www.bilbao.eus, (Bilboko Udala) (2020ko Abenduan kontsultatua)

www.consultafranquicias.es, (2020ko Abenduak 4ean kontsultatua)

dialnet.unirioja.es, (2020ko Azaroak 12an kontsultatua)

www.doccity.com, (2020ko Azaroak 5ean kontsultatua)

economia-empresa.blogs.uoc.edu, (2020ko Azaroak 19an kontsultatua)

www.economipedia.com, (2020ko Azaroak 11n kontsultatua)

www.elconfidencial.com, (2020ko Abenduak 2an kontsultatua)

www.eldiario.es, (2020ko Azaroan kontsultatua)

es.statista.com, (2020ko Abenduan kontsultatua)

www.estrategiaynegocios.net, (2020ko Abenduak 8an kontsultatua)

eprints.ucm.es, (2020ko Azaroak 11n kontsultatua)

www.foodretail.es, (2020ko Urriak 29an kontsultatua)

www.fomentosanbastian.eus, (2020ko Urriak 7an kontsultatua)

www.franquiciashoy.es, (2020ko Azaroak 10ean kontsultatua)

www.icex.es, (Kanpo Merkataritzaren Institutua) (2020ko Azaroak 22an kontsultatua)

www.idescat.cat, (Kataluniako Estatistika Institutua) (2020ko Urriak 14ean kontsultatua)

www.kantarmedia.com, (Kantar Group Ltd) (2020ko Azaroak 7an kontsultatua)

www.marketing-xxi.com, (2020ko Urriak 21ean kontsultatua)

www.mastercardbiz.com, (2020ko Azaroak 3an kontsultatua)

www.mercasa.es, (2020ko Urrian kontsultatua)

www.muypymes.com, (2020ko Urriak 4ean kontsultatua)

www.neydeloza.blogspot.com, (2020ko Urriak 16ean kontsultatua)

www.osalan.euskadi.eus, (Laneko Segurtasun eta Osasunerako Euskal Erakundea) (2020ko Abenduak 2an kontsultatua)

www.pymesyaautosomos.com, (2020ko Azaroak 13an kontsultatua)

www.showerthinking.es, (2020ko Azaroak 3an kontsultatua)

vitrinashosteleria.com, (2020ko Azaroak 23an kontsultatua)

www.who.int, (Osasunaren Mundu Erakundea) (2020ko Abenduak 2an kontsultatua)

www.zubiarte.com, (2021eko Urtarrilak 14ean kontsultatua)

## 9. ERANSKINAK

Hurrengo taula hau, aztertutako eremu errealean lortutako datu askoren oinarri izan da lanaren prozesu guztian zehar. Interesgarria izango delakoan, azken atal honetan erakuste erabaki da, informazioaren ziurtasuna eta berariazko iturrien bermatze baieztatuz. Lanaren aurreko atalean azaldu bezala, taularen goiko atalean irakurtzen diren 5 zutabeak erabili dira informazio batzeko. Horrez gain, eremuko komertzio guztiak kaleka sakabanatu dira, itxita zein zabalik kontabilizaturikoak, guztira 345 lokal zenbatuz. Nahiz eta lokal batzuk itxita egon, aurreko jabeek utzitako errotuluz baliatuz, establezimendu hauei buruz eman ahal den informazio gehiena eskeintzen saiatuz, taula hau eraiki da.

IZENA	HELBIDEA	SEKTOREA	ANTOLAKUNTZA MOTA	JARDUERA
	<b>Bolivar Elorduy Julian Kalea</b>			
Iara y Yaizs cocinas	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 1	Merkataritza Sektorea	Independentea	Berrikuntzak
Adypa	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 1	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Lan arropak
Laboral kutxa	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 2	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Banketxea
Pollo Rico Santutxu	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 2	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Jatetxea
Bar Vintage café	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 2	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Fisioxume zentroa	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 2	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Fisioterapia
Peluqueria Sanchez	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 2	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Más fragancias	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 3	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Lurrindegia
Luxan iluminación	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 3	Merkataritza Sektorea	Independentea	Argiztapenak
Melanz productos latinos	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 4	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
La gafa boutique Nazabal	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 5	Merkataritza Sektorea	Independentea	Optika
Ecolaundry	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 6	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Garbitegia
Decoraciones Roberto	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 6	Merkataritza Sektorea	Independentea	Apainketak
Fotorama fotografías	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Argazkilaritza
Unique nails	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Estetika
Peluqueria V&M	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Ileapaindegia
Goxo	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak



<b>Santutxuko Merkatu barrenean:</b>	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	-	-	-
▪ Carnicería Oldeko	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Harategia
▪ Pescadería Itsasargi	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Arraindegia
▪ Pollería Lola	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
▪ Carnicería Murias	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Harategia
▪ Charcutería Montaraz	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
▪ Panadería lechera	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Okindegia
▪ Aves y caza Fernando	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
▪ Productos lácteos Raquel	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
▪ Bacalaos El Carmelo	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
▪ Carnicería Amondarain	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Harategia
▪ Frutas Isabel	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Frutategia
▪ Corderos Lanar	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Harategia
▪ Frutos secos Rotaetxe	Juan Bolivar Elorduy Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
Multi arte marcos y molduras	Bolivar Elorduy Julian Kalea, 9	Merkataritza Sektorea	Independentea	Apainketak
Movistar	Bolivar Elorduy Julian Kalea, 9	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Telefonía
Panadería Lemona	Bolivar Elorduy Julian Kalea, 11	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Okindegia
Mas life telecomunicaciones	Bolivar Elorduy Julian Kalea, 13	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Telefonía
<b>Tralara zapatadenda (ITXITA)</b>	Juan Bolivar Elorduy Kalea	Merkataritza Sektorea	Independentea	Zapatadenda
<b>ITXITA</b>	Juan Bolivar Elorduy Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Juan Bolivar Elorduy Kalea	-	-	-
<b>Santutxu Kalea</b>				
Zahara tienda de alimentación	Santutxu Kalea, 10	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
Costuras Elio	Santutxu Kalea, 11	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Joskintza
Audio group	Santutxu Kalea, 11	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Elektronika
Alma de Bego	Santutxu Kalea, 11	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak
Legarreta oinetakoak	Santutxu Kalea, 13	Merkataritza Sektorea	Independentea	Zapatadenda

Las meninas	Santutxu Kalea, 13	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Joskintza
Pescaderia Nagore	Santutxu Kalea, 13	Merkataritza Sektorea	Independentea	Arraindegia
Okintza okindegia	Santutxu Kalea, 13	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Okindegia
Ferreteria Vizcaina	Santutxu Kalea, 15	Merkataritza Sektorea	Independentea	Burdindegia
Bar Santutxu	Santutxu Kalea, 15	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Frutería Nora	Santutxu Kalea, 15	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
Farmacia Miren	Santutxu Kalea, 16	Merkataritza Sektorea	Independentea	Osasuna
J&C Gomez oinetakoak	Santutxu Kalea, 16	Merkataritza Sektorea	Independentea	Zapatadenda
Sinsay tintorería	Santutxu Kalea, 16	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Tindategia
Cocinas Yesser	Santutxu Kalea, 16	Merkataritza Sektorea	Independentea	Berrikuntzak
Ledezma tienda alimentaria	Santutxu Kalea, 16	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
Tres	Santutxu Kalea, 16	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda osagarriak
Eroski City	Santutxu Kalea, 17	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Supermerkatua
General óptica	Santutxu Kalea, 17	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Optika
Bazar Oriental Santutxu	Santutxu Kalea, 18	Merkataritza Sektorea	Independentea	Prezio anitzeko bazarra
Marian pizarro estilistas	Santutxu Kalea, 18	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Modas Begoña	Santutxu Kalea, 18	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak
Banco Santander	Santutxu Kalea, 18	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Banketxea
Joyería Santiago Moro	Santutxu Kalea, 19	Merkataritza Sektorea	Independentea	Bitxidenda
Multiópticas	Santutxu Kalea, 20	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Optika
Bar Las torres	Santutxu Kalea, 20	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Estetica Francis	Santutxu Kalea, 21	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Peluquería Iraide	Santutxu Kalea, 22	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Valentina centro de belleza	Santutxu Kalea, 24	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Peluquería Gare	Santutxu Kalea, 26	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Peluqueria Ines Calabria	Santutxu Kalea, 26	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia

Banco bbk	Santutxu Kalea, 27	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Banketxea
Bar Jatorra	Santutxu Kalea, 28	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Centro de estudio ABC	Santutxu Kalea, 28	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Hezkuntza
Farmacia Zubimendi	Santutxu Kalea, 31	Merkataritza Sektorea	Independentea	Osasuna
BM	Santutxu Kalea, 31	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Supermerkatua
Flex colchones Santutxu	Santutxu Kalea, 32	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Koltxoi denda
Banco Santander	Santutxu Kalea, 32	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Banketxea
Empeños oro	Santutxu Kalea, 33	Merkataritza Sektorea	Independentea	Urrea
Frutas y verduras Sandra	Santutxu Kalea, 33	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
Arktestudio Arquitectos	Santutxu Kalea, 33	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Berrikuntzak
Alesandra cafe	Santutxu Kalea, 33	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Ventanas Galset	Santutxu Kalea, 34	Merkataritza Sektorea	Independentea	Berrikuntzak
Bideetxea inmobiliaria	Santutxu Kalea, 34	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Etxebizitza agentzia
Bismili arreglos de ropa	Santutxu Kalea, 35	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Joskintza
Cerrajerías Somera	Santutxu Kalea, 35	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Burdindegia
Relojería Iris	Santutxu Kalea, 35	Merkataritza Sektorea	Independentea	Bitxidenda
Fast and clean	Santutxu Kalea, 36	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Tindategia
Hiperfruta G30	Santutxu Kalea, 36	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Elikadura
Bar Koldo	Santutxu Kalea, 37	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
La casa de la carne	Santutxu Kalea, 37	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Harategia
iRiparo arreglos de móvil	Santutxu Kalea, 37	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Elektronika
Lotería del estado	Santutxu Kalea, 37	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Loteria
Prink Bilbao impresiones	Santutxu Kalea, 37	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Inprimaketak
Tara escuela de danza	Santutxu Kalea, 40	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Hezkuntza
Bordados Dara	Santutxu Kalea, 46	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Joskintza
Cafe Iker	Santutxu Kalea, 46	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna

Banco BBVA	Santutxu Kalea, 48	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Banketxea
Prentsa Kioskoa	Santutxu Kalea	Merkataritza Sektorea	Independentea	Prentsa
<b>ITXITA</b>	Santutxu Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Santutxu Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Santutxu Kalea	-	-	-
<b>The fox taberna (ITXITA)</b>	Santutxu Kalea	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
<b>Imprenta Baroca (ITXITA)</b>	Santutxu Kalea	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Inprimaketak
<b>Bombon gozokiak (ITXITA)</b>	Santutxu Kalea	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
<b>Route (ITXITA)</b>	Santutxu Kalea	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
<b>Nenoos (ITXITA)</b>	Santutxu Kalea	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
	<b>Allende particular Kalea</b>			
Irantzu hair and style	Allende particular Kalea, 2	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Gringos moda	Allende particular Kalea, 2	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak
Joyeria F. Bayón	Allende particular Kalea, 3	Merkataritza Sektorea	Independentea	Bitxidenda
Herboristeria Flor de hibisco	Allende particular Kalea, 3	Merkataritza Sektorea	Independentea	Belardenda
Bar Ganeko	Allende particular Kalea, 4	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Santutxu inmobiliaria	Allende particular Kalea, 4	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Etxebizitza agentzia
Salon de juegos Pokerstar	Allende particular Kalea, 4	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Jolas-aretoa
Baserrri taberna	Allende particular Kalea, 6	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Atlas centro de masaje y dietética	Allende particular Kalea, 7	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Osasuna
Primaprix	Allende particular Kalea, 8	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Supermerkatua
Caprichos de casa	Allende particular Kalea, 10	Merkataritza Sektorea	Independentea	Apainketak
Bar Lambrusko	Allende particular Kalea, 10	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Isaland	Allende particular Kalea, 12	Merkataritza Sektorea	Independentea	Berrikuntzak
Reformas Elika	Allende particular Kalea, 13	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Berrikuntzak
<b>ITXITA</b>	Allende particular Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Allende particular Kalea	-	-	-

<b>ITXITA</b>	Allende particular Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Allende particular Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Allende particular Kalea	-	-	-
<b>Gambrinus Cervecería (ITXITA)</b>	Allende particular Kalea	Ostalaritza Sektorea	Denda Katea	Taberna
	<b>Errosario Santua Kalea</b>			
Bar Idoia	Errosario Santua Kalea, 1	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Peluquería Itzi	Errosario Santua Kalea, 1	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Peluqueria Ke korte	Errosario Santua Kalea, 1	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Nataly Moda	Errosario Santua Kalea, 2	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak
Bihotz Taberna	Errosario Santua Kalea, 2	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Decoraciones Karmelo	Errosario Santua Kalea, 3	Merkataritza Sektorea	Independentea	Apainketak
Bar Lanbroa	Errosario Santua Kalea, 3	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
La costura arreglos	Errosario Santua Kalea, 3	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Joskintza
Centro de estética Arenne	Errosario Santua Kalea, 3	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Sport medic suministros médicos	Errosario Santua Kalea, 4	Merkataritza Sektorea	Independentea	Osasuna
Taller mecanico Iñaki	Errosario Santua Kalea, 4	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Auto konponketak
Carniceria Halal Amine	Errosario Santua Kalea, 4	Merkataritza Sektorea	Independentea	Harategia
Zou tienda de alimentación	Errosario Santua Kalea, 5	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
Electrococina	Errosario Santua Kalea, 5	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Etxetresnak
Frutería Alonso	Errosario Santua Kalea, 5	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
Carniceria Javi	Errosario Santua Kalea, 5	Merkataritza Sektorea	Independentea	Harategia
Farmacia Ana Ruiz	Errosario Santua Kalea, 5	Merkataritza Sektorea	Independentea	Osasuna
Rass autoescuela	Errosario Santua Kalea, 6	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Hezkuntza
Materiales Rosy	Errosario Santua Kalea, 6	Merkataritza Sektorea	Independentea	Papergintza
Peluqueria Monica diez	Errosario Santua Kalea, 7	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Bar Arkupe	Errosario Santua Kalea, 7	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna

Estudioa de pintura Biarte	Errosario Santua Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Independentea	Berrikuntzak
Limpiezas Leku garbi	Errosario Santua Kalea, 7	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Garbiketak
<b>ITXITA</b>	Errosario Santua Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Errosario Santua Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Errosario Santua Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Errosario Santua Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Errosario Santua Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Errosario Santua Kalea	-	-	-
<b>Ainhoa nails (ITXITA)</b>	Errosario Santua Kalea	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Estetika
	<b>Landaburu baserria Kalea</b>			
Cafe Abando	Landaburu baserria Kalea, 1	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Viajes Eroski	Landaburu baserria Kalea, 1	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Bidaiak
Peluquería Ametsak	Landaburu baserria Kalea, 1	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Elkano inmobiliaria	Landaburu baserria Kalea, 2	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Etxebizitza agentzia
DAM Autoescuela	Landaburu baserria Kalea, 3	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Hezkuntza
Coquete Estilistas	Landaburu baserria Kalea, 4	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Centro de masajes R&M	Landaburu baserria Kalea, 5	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Fisioterapia
Bar Gaineko	Landaburu baserria Kalea, 5	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Orion asesoria	Landaburu baserria Kalea, 6	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Aseguru etxea
Deportes Landaburu	Landaburu baserria Kalea, 6	Merkataritza Sektorea	Independentea	Kirola
Bar Haritza	Landaburu baserria Kalea, 7	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Etxe bizi Inmobiliaria	Landaburu baserria Kalea, 7	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Etxebizitza agentzia
Bar Arkupe Bi	Landaburu baserria Kalea, 7	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Clinica dental Landaburu	Landaburu baserria Kalea, 9	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Osasuna
Ciclos Sandonis	Landaburu baserria Kalea, 10	Merkataritza Sektorea	Independentea	Kirola
Codigo modas	Landaburu baserria Kalea, 10	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak

Bazar y alimentación	Landaburu baserria Kalea, 11	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
Tresmimitos ropa de cama	Landaburu baserria Kalea, 11	Merkataritza Sektorea	Independentea	Etxebizitza agentzia
Villaro inmobiliaria	Landaburu baserria Kalea, 12	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Etxebizitza agentzia
Peluquería Rasel	Landaburu baserria Kalea, 12	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Ileapaindegia
Arratia frutas y verduras	Landaburu baserria Kalea, 14	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
<b>ITXITA</b>	Landaburu baserria Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Landaburu baserria Kalea	-	-	-
<b>Giroa taberna (ITXITA)</b>	Landaburu baserria Kalea	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
<b>La Nube (ITXITA)</b>	Landaburu baserria Kalea	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
<b>Confituras Vicente (ITXITA)</b>	Landaburu baserria Kalea	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
	<b>Ricardo Bastida arkitektoaren plaza</b>			
LK modas	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 1	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak
Bar Musutxu berria	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 1	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Catalana Occidente Seguros	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 1	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Aseguru etxea
Electro kit	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 1	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elektrizitatea
Arturra inmobiliaria	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 1	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Etxebizitza agentzia
Bar Baztertxu	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 1	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Joyerías Ancla	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 1	Merkataritza Sektorea	Independentea	Bitxidenda
Peluquería JV	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 1	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
The body Bilbao	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 2	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Osasuna
Bar Chevas	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 2	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna

Bar Nagara berria	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 2	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Sam and Dee	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 2	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak
Nectar cosmetica natural	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 2	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Estetika
Locutorio Ali	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 3	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Telefonia
Bar Gallbi	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 3	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Bar Txikia	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 3	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Peluquería Berri lur	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 4	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Optica Santutxu	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 5	Merkataritza Sektorea	Independentea	Optika
Dibericos carniceria	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 5	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Harategia
La Karola Kintana	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 6	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda osagarriak
Naturgy	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 7	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Energia
Bar Sorginzulo	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 8	Ostalaritza Sektorea	Denda Katea	Taberna
Language school Oxford	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza, 12	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Hezkuntza
<b>Panaderia Lemona (ITXITA)</b>	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Elikadura
<b>ITXITA</b>	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza	-	-	-
<b>Calcetines (ITXITA)</b>	Ricardo Bastida arkitektoaren plaza	Merkataritza Sektorea	Independentea	Zapatadenda
	<b>Luis Luciano Bonaparte Kalea</b>			
Auzoan bizi inbiliaria	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 25	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Exebizitza agentzia
Productos Gallegos Fernández	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 26	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura



Carnicería Alfredo	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 28	Merkataritza Sektorea	Independentea	Harategia
A.P.G	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 28	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Joyería Mikel	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 28	Merkataritza Sektorea	Independentea	Bitxidenda
Alain Afflelou	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 30	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Optika
Erika centro estético	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 30	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Bar Kakanarru	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 31	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
La casa del yogur	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 31	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Elikadura
Persianas Muñoz	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 32	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Berrikuntzak
RetaBet sala de apuestas	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 32	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Jolas-aretoa
Gokan comida japonesa	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 32	Ostalaritza Sektorea	Denda Katea	Jatetxea
Bar Belagua	Luis Luciano Bonaparte Kalea, 32	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
ONCE Kioskoa	Luis Luciano Bonaparte Kalea	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Loteria
<b>ITXITA</b>	Luis Luciano Bonaparte Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Luis Luciano Bonaparte Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Luis Luciano Bonaparte Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Luis Luciano Bonaparte Kalea	-	-	-
	<b>Karmelo Kalea</b>			
Bar itxaso berria	Karmelo Kalea, 1	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Estanco El Karmelo	Karmelo Kalea, 1	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Tabako denda
Le magnifiq nails	Karmelo Kalea, 2	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Estetika
Bazar oriental Karmelo	Karmelo Kalea, 2	Merkataritza Sektorea	Independentea	Prezio anitzeko bazarra

Modas Paraíso	Karmelo Kalea, 2	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak
Arreglos ropa Aitor	Karmelo Kalea, 2	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Joskintza
Farmacia Mercedes Boira	Karmelo Kalea, 3	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Osasuna
Bar Kaxarranka	Karmelo Kalea, 3	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Bar Ikuste ederra	Karmelo Kalea, 3	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Notaria Varela Uria	Karmelo Kalea, 3	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Notariotza
Cerrajería Somera	Karmelo Kalea, 3	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Burdindegia
Frutas y verduras Calidad	Karmelo Kalea, 4	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
Iberdrola, centro de atención al cliente	Karmelo Kalea, 4	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Energia
Rage audio- electronica	Karmelo Kalea, 4	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elektronika
Electricidad Altube	Karmelo Kalea, 5	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Elektrizitatea
Calzados May	Karmelo Kalea, 5	Merkataritza Sektorea	Independentea	Zapatadenda
Escala autoescuela	Karmelo Kalea, 5	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Hezkuntza
Apuestas de lotería	Karmelo Kalea, 6	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Loteria
Confituras Galdotza	Karmelo Kalea, 6	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
Euskal innova	Karmelo Kalea, 6	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Iturgintza
Fast mobile	Karmelo Kalea, 6	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Elektronika
Kiliken osagaiak	Karmelo Kalea, 6	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda osagarriak
Best phone Santutxu	Karmelo Kalea, 7	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Telefonia
Gernika gozotegia	Karmelo Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Elikadura
Bankia	Karmelo Kalea, 7	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Banketxea
Danger	Karmelo Kalea, 9	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak
Exclusivas J.M Garcia electrodomésticos	Karmelo Kalea, 9	Merkataritza Sektorea	Independentea	Etxetresnak
Avenue Hair salon	Karmelo Kalea, 9	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Afede	Karmelo Kalea, 9	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Jostailuak
Coquets	Karmelo Kalea, 10	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak

Alicia Bilbao modas	Karmelo Kalea, 10	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak
Bar Beroa	Karmelo Kalea, 11	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
El ajuar ropa de cama	Karmelo Kalea, 11	Merkataritza Sektorea	Independentea	Etxe arropak
Orange	Karmelo Kalea, 11	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Telefonia
Asesoría El Karmelo	Karmelo Kalea, 11	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Aholkularitza
Euskaltel	Karmelo Kalea, 12	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Telefonia
Itxiar moda	Karmelo Kalea, 12	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak
ONCE Kioskoa	Karmelo Kalea	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Loteria
<b>ITXITA</b>	Karmelo Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Karmelo Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Karmelo Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Karmelo Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Karmelo Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Karmelo Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Karmelo Kalea	-	-	-
<b>ITXITA</b>	Karmelo Kalea	-	-	-
<b>La karmela (ITXITA)</b>	Karmelo Kalea	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
	<b>Landaorlegi Kalea</b>			
Estudio digital Foto próxima	Landaorlegi Kalea, 1	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Argazkilaritza
Centro de masajes Eskumoon	Landaorlegi Kalea, 1	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Fisioterapia
Rass Peluqueria canina	Landaorlegi Kalea, 2	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Anton arreglos	Landaorlegi Kalea, 2	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Joskintza
Peluquería Iziar	Landaorlegi Kalea, 3	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Carnicería Gustul de Casa	Landaorlegi Kalea, 3	Merkataritza Sektorea	Independentea	Harategia
Peluqueria Diana Vivar	Landaorlegi Kalea, 5	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
<b>Carnicería Iñaki (ITXITA)</b>	Landaorlegi Kalea	Merkataritza Sektorea	Independentea	Harategia
<b>Café Ordinoco (ITXITA)</b>	Landaorlegi Kalea	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
	<b>Aurelio Arteta Pintor Kalea</b>			
Beitu correduria de seguros	Aurelio Arteta Pintor Kalea, 1	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Aseguru etxea
Perruqueria Rincón de Sairu	Aurelio Arteta Pintor Kalea, 2	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia

Bar Hostoperilla	Aurelio Arteta Pintor Kalea, 3	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Peluqueria Maybe	Aurelio Arteta Pintor Kalea, 3	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
D&T inmobiliaria	Aurelio Arteta Pintor Kalea, 5	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Etxebizitza agentzia
Casa blanca barbería (ITXITA)	Aurelio Arteta Pintor Kalea	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Suska opariak (ITXITA)	Aurelio Arteta Pintor Kalea	Merkataritza Sektorea	Independentea	Opariak
<b>Aranbarri Musikariaren Kalea</b>				
Santutxu Floristeria	Aranbarri Musikariaren Kalea, 3	Merkataritza Sektorea	Independentea	Loredenda
Bar Wellcome	Aranbarri Musikariaren Kalea, 3	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Bar New Scala	Aranbarri Musikariaren Kalea, 3	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Alimentara	Aranbarri Musikariaren Kalea, 4	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elikadura
Bar Hannover	Aranbarri Musikariaren Kalea, 4	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Bar Kaban	Aranbarri Musikariaren Kalea, 5	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Betsaide Bar	Aranbarri Musikariaren Kalea, 5	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Bar Koxka	Aranbarri Musikariaren Kalea, 5	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Bar Aranbarri	Aranbarri Musikariaren Kalea, 5	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Serinfór	Aranbarri Musikariaren Kalea, 6	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Informatika
Maria moda infantil	Aranbarri Musikariaren Kalea, 6	Merkataritza Sektorea	Independentea	Moda arropak
Asesoría Assecom	Aranbarri Musikariaren Kalea, 6	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Aholkularitza
Natur House	Aranbarri Musikariaren Kalea, 7	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Osasuna

<b>Karmelo Hartz klinika (ITXITA)</b>	Aranbarri Musikariaren Kalea	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Osasuna
	<b>Aita Esteban Pernet Kalea</b>			
Iparetxea inmobiliaria	Aita Esteban Pernet Kalea, 1	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Etxebizitza agentzia
Mouse multimedia	Aita Esteban Pernet Kalea, 1	Merkataritza Sektorea	Independentea	Informatika
Dentix	Aita Esteban Pernet Kalea, 2	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Osasuna
Peluqueria Anny	Aita Esteban Pernet Kalea, 3	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Academia inglés Helena	Aita Esteban Pernet Kalea, 3	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Hezkuntza
Taldez centro de informática	Aita Esteban Pernet Kalea, 4	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Informatika
Decora Zone	Aita Esteban Pernet Kalea, 4	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Apainketak
Bar New Venezia	Aita Esteban Pernet Kalea, 5	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Tatuajes Clandestine	Aita Esteban Pernet Kalea, 6	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Estetika
Escuela de Ballet Danayo	Aita Esteban Pernet Kalea, 7	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Hezkuntza
Taller mecanico Daniel	Aita Esteban Pernet Kalea, 8	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Auto konponketak
Sertek electrónica	Aita Esteban Pernet Kalea, 8	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elektronika
Txoko Tximeleta	Aita Esteban Pernet Kalea, 9	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
aek Euskaltegia	Aita Esteban Pernet Kalea, 12	Zerbitzu Sektorea	Denda Katea	Hezkuntza
Muebles Paumar	Aita Esteban Pernet Kalea, 13	Merkataritza Sektorea	Independentea	Altzariak
Bar Aintza	Aita Esteban Pernet Kalea, 13	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Cama nueva colchonería	Aita Esteban Pernet Kalea, 14	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Koltxoi denda
Pinturas Eurocolor	Aita Esteban Pernet Kalea, 14	Merkataritza Sektorea	Denda Katea	Margolaritza
Bar Tainos	Aita Esteban Pernet Kalea, 15	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Papelería Pernet	Aita Esteban Pernet Kalea, 16	Merkataritza Sektorea	Independentea	Papergintza
Autozorra taller mecanico	Aita Esteban Pernet Kalea, 18	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Auto konponketak
Peluqueria Sheila	Aita Esteban Pernet Kalea, 26	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Zalao peluquería	Aita Esteban Pernet Kalea, 26	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
<b>ITXITA</b>	Aita Esteban Pernet Kalea	-	-	-

ITXITA	Aita Esteban Pernet Kalea	-	-	-
ITXITA	Aita Esteban Pernet Kalea	-	-	-
ITXITA	Aita Esteban Pernet Kalea	-	-	-
ITXITA	Aita Esteban Pernet Kalea	-	-	-
ITXITA	Aita Esteban Pernet Kalea	-	-	-
Grow shop (ITXITA)	Aita Esteban Pernet Kalea	Merkataritza Sektorea	Independentea	Loredenda
Electrónica Jon (ITXITA)	Aita Esteban Pernet Kalea	Merkataritza Sektorea	Independentea	Elektronika
Taberna pernet (ITXITA)	Aita Esteban Pernet Kalea	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Bingo Santutxu (ITXITA)	Aita Esteban Pernet Kalea	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Jolas-aretoa
	<b>Karmelo Kalea (Plaza)</b>			
Bar New hamilton	Karmelo Kalea, 5	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Bar Kuluxka	Karmelo Kalea, 5	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Musical Santutxu	Karmelo Kalea, 5	Merkataritza Sektorea	Independentea	Musika denda
Beauty Max nails	Karmelo Kalea, 5	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Estetika
Bar Zarata	Karmelo Kalea, 5	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Artalde taberna	Karmelo Kalea, 5	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
Estilistas Más	Karmelo Kalea, 5	Zerbitzu Sektorea	Independentea	Ileapaindegia
Bar "Hay que joderse" (ITXITA)	Karmelo Kalea	Ostalaritza Sektorea	Independentea	Taberna
ITXITA	Karmelo Kalea	-	-	-
ITXITA	Karmelo Kalea	-	-	-
ITXITA	Karmelo Kalea	-	-	-
ITXITA	Karmelo Kalea	-	-	-