

DELICATESSEN DENDAK

NEGOZIOAREN DEFINIZIOA

Kalitate handiko produktu gastronomikoetan espezializaturiko saltokiak dira, beren orijinaltasunagatik eta eskuz landuak direlako nekez aurkitzen direnak supermerkatu eta dendetan.

MERKATU-DATUAK

□ *Eskariaren azterketa*

Honelako saltokiak sortzen dira, batetik, jendearen bizi-maila igo eta ongi jan eta edateko zaletasunagatik, eta bestetik, ohiko produktuen aberastasun eta ugaritasunagatik eta horiek merkaturatu eta balioan jartzeko strategiengatik, betiere kontsumitzaileen eskakizun gero eta zorrotzagoak asetze aldera. Estrategia honen oinarritzko mekanismoetako bat kalitate-deiturak dira.

Kalitatea babesteko sistemen bidez 2000. urtean merkaturatutako nekazaritzako elikadura-produktuen balio ekonomikoa 452,3 milioi eurokoa izan zen, eta hori urte berean Espainian kontsumitutako elikagaien balio osoaren %1 inguru da, eta gehitzeko joera du, Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Ministerioko txostenen arabera.

Europan produktu ekologikoak ekoitzi eta merkaturatzea gehitzen ari da %25-30eko erritmoan azken urteotan.

ENPRESA-PLANA

Marketin-plana

□ *Produktuak/zerbitzuak*

Delicatessen dendan saltzen diren produktuek baldintza hauek bete dituzte:

- Kalitate handikoak
- Ontzi erakargarri eta tentagarria
- Ohiko janari-dendetan (supermerkatu eta hipermerkatuetan) nekez aurkitzeko modukoak
- Orijinalak
- Eskuz landuak

Zerbitzuaren aurkezpenari dagokionez, etxez etxeko zerbitzua eskain liteke, edo baita Internet bidez saldu ere.

□ *Elikadura-kalitatea*

Espanian lurreko emaitzen aberastasun eta aukera handia da landa-kulturaren osagairik baliotsuenetakoa eta ezaugarrikerik garrantzitsuenetakoa. Honela, elikadura-kalitatea pieza erabakigarria da landa-ingurunearen eta nekazaritzako elikadura-arloaren etorkizunerako.

Espaniako elikadura-politikaren ekintza estrategikoetako bat kalitate handiko produktuetara bideratzen da, kontsumitzaileen eskakizun gero eta zorrotzagoak ase ahal izateko, eta aldi berean elikadura-eskaintzaren dibertsifikatzea eragiteko. Gainera, politika honek eraginkortasunez lagundu dezake soberakindun merkatuen arazoak konpontzen. Politika honen oinarritzako mekanismoetako bat Kalitate Deiturak dira, zenbait produkturen kalitatea eta nortasuna aitortzen dituztenak. Deitura hauek babesitutako produktuen ezaugarriak Kontseilu Arautzaileek bermatzen dituzte. Gaur egun ardoak, edari apartsuak, gaztak, lehenengo oliba-olioak, urdaiazpikoak, arroza, lekale idortuak, piperrak, zainzuriak, fruituak, landare-ozpinetakoak, haragi freskoak, hestebete onduak, ezitia, turroia eta haragitzako gazituak daude Kalitate Deitura eta kontrol hauen babespean.

Kalitatearen babes-sistema hauetan sartuta merkaturatzen diren nekazaritzako elikagai guztien balio ekonomikoa gero eta handiagoa da.

Kalitate handiko produktu gisa, komeni da nekazaritza ekologikoko metodoen bidez lortutakoak aipatzea.

Nekazaritzako elikagaien ziurtagarria zeinu bereizgarri gisa

Kontsumitzailearen prestakuntza eta informazio hobea, merkatuko eskaintzen aniztasuna, gizaritearen erosmen handiagoa, elikadura-segurtasunagatikoz kezka, nekazaritzaren eta elikagai industriaren zerbitzura dauden gehigarrien eta osagarri teknologikoen aukera zabala dira arrazoietakoz batzuk kontsumitzaileak gero eta jarrera positiboago eta selektiboago izateko, jateko erosten duen nekazaritza-produktuaren ezaugarrien informazio egiaztatua eskatzen baitu.

“Nekazaritzako elikagai edo produktu bat ziurtagarria izateko, hau da, bere etiketan azaltzen den informazioa edo nolakotasuna kanpoko erakunde batek abalatu dezan, beharrezkoa da bere definizioa, ekoizpen-baldintzak eta autokontrol-sistemak idatziz jarrita egotea, eta horiek eskuratu ahal izatea bai operadoreek (nekazariak, transformatzaileak, saltzaileak...), bai banatzaileak eta bai kontsumitzaileak”.

Kalitate bereiziko elikagaiak aukera estrategiko bat dira beti, kontsumitzaileak kalitate-zeinuak gero eta gehiago balioesten dituen munduan. Produktu horiek erregistratu eta babestea ahalbidetzeko aurretiko baldintzak bete behar dira, eta horiek esparru geografiko bat edota ekoizpen-era espezifiko bat daukate, hauek ematen dizkietelarik ezagutarazteko bereizgarri propioak.

Babes-ezaugarriren bat duten elikagaiak beren unerik onenetakoan daude, eta merkaturatutako kopuruak asko gehitu dira praktikan, bai elikagai-multzo batzuetan deitura-kopurua gehitu delako, eta bai zenbait zigiluren eskaera asko gehitu delako ere, Eguberri aurretikoan, hau izaten delarik goi-denboraldia honelako elikagaien zat. Ez alferrik, merkaturatutako deituradun produktuen balio ekonomikoa, ardoena kanpo utzita, 83.503 milioi pezetakoa (501,9 milioi eurokoa) izan zen, eta horien %84,9 Estatuko merkaturatutako saldu zen eta gainerako %15,1 atzerriko merkaturatutako.

2001. urtean, Nekazaritzako Ministerioak zenbaturiko azkenekoan, jatorrizko eta berariarazko (adierazpen geografikoa duten) deiturak 88 ziren, 2000. urtean 79 zirelarik. Urte horren bukaeran, 88 deitura horietatik 61 izena emanda zeuden Komunitateko Erregistroan [Europako Batzordeak bideratua, (CEE) 1081/92 Erregelamenduak, nekazaritzako produktuen eta elikagaien adierazpen geografikoen eta jatorrizko deituren babesari buruzkoak, 5.5 artikuluan ezarritakoaren aplikazioz] eta gainerakoak tramitazio-prozesuaren hainbat fasetan, batzuk transmitituta eta beste batzuk, gainera, eskaera Europako Erkidegoen Egunkari Ofizialean argitaratuta dutela, sei hilabetez aurkakotasun posibleak aurkezteko epea igaro behar baitute.

2000. urteko deitura-kopuru berbera izan arren, merkaturatutako kopurua asko gehitu dutenak hauek dira, besteak beste: eztia (%42,1), haragi-produktuak (%35), bedaur edo txufak (%32,6), urdaiazpikoak (%14,1) eta arrosa (%7,2).

Deitura berriak hartu dituzten multzoetan, barazkiak nabarmendu behar dira, hiru deitura berriekin, hauek ia %70 gehitu baitituzte merkaturatze-datuak, nahiz eta horietako bat Almagroko berenjena izan, lehen landare-ozpinetakoaren artean zegoena, baina ezabatuta geratu dena.

Haragi freskoen kopurua, beste bi deiturarekin, %18,4 gehitu da, eta kondimentu edo ongailuen merkaturatzea ere ikusgarri igo da, Murtziako piperrautsari esker.

Euskal nekazaritzako elikagaien kalitatea hamar urteotan Kalitatea Fundazioak koordinatu izan du, eta denboraldi honetan zenbait helburu lortu ditu, bai kuantitatiboak eta bai kualitatiboak berari dagokion sektorean.

□ *Sustapena*

- Kokapen ona erdi- eta goi-mailako erosmena duen jende asko ibiltzen den guneetan.
- Harreman publikoak oso garrantzitsuak dira honelako saltokiak abian jartzeko fasean. Hasteko era ona da inguruko jende ospetsuarentzat eta goi-mailako eta erdi-goi mailako jendearentzat inaugurazio-festa egitea. Festa honetan opari orijinal eta kategoriakoa egin beharko litzaieke.
- Zuzeneko marketina egin bezero izan daitekeenari —adibidez, erosmen handiko lanbide liberala dutenei: mediku, abokatu eta abarri— edo bizi-maila handiko inguruneetan.

- Turisten segmentua helburu den kasuan interesgarria izango da lankidetzaz hitzarmenak egitea inguruan dauden lau eta bost izarreko hotelekin, pizgarriak eskainiz honelako establezimenduetako harrera-buruei.
- Goi-mailako catering enprekin sinergiak garatzea.
- Publizitatea kontratatzea aldizkari espezializatuetan edota iragarkiak sartzeko gida-liburuetan edo bertako irratietan.

Plan Operatiboa

□ *Lokala eta kokapena*

Garrantzitsua da kokapena, tradizio eta nortasuneko merkataritza-gunean kokatuta egotea, edota erosmen handiko jendea bizi den aldean. Turistak helburu interesgarria baldin badira, bertako produktu tipikoen aldeko apustua egin delako, ezinbestean egon behar dugu jende asko ibiltzen den denda-gune batean.

□ *Ekipamendua*

Apalak behar dira, diru-kutxa, hotz-ganbera (produktu galkorrei iraunarazteko), mahaiak eta aulkiak (dastapenerako).

Gainera, interes berezia jarri behar duzu lokala eta erakusleihoa apaintzeko.

Giza baliabideen plana

Ez da titulazio berezirik behar txikizkako denda bat martxan jartzeko, nahiz eta garrantzitsua den merkataritza txikiaren salmenta-teknikak, merchandising-a eta bezeroaren arreta nola egin jakitea. Gutxienez bi saltzaile beharko dira dendan eta txandak ezarri merkataritza-ordutegia betetzeko. Merkataritzak hitzarmen kolektibo propioa du.

Inbertsio-plana

Hasierako inbertsioa 48.000 eta 81.000 euro artekoa izan daiteke, gutxi gorabehera honela banatuta kontu-sailen arabera: lokala egokitzea, altzariak eta tresneria (15.000-30.000 euro), segurtasuneko stocka lortzea (15.000 euro), errenta eta esku-aldaketa ordaintzea (12.000-30.000 euro), eraketa-gastuak eta gastu arruntetarako maniobra-funtsa (6.000 euro).

Garapen-en elkartutako agentzietan autoenplegurako orientabide- eta laguntza-zerbitzuak eskaintzen dira.

<http://www.garapen.net>

Administrazio-izapideak

EAE: Administrazio-prozedura hauek jardura bat abian jartzeko sektoreka dauden laguntzak eta egin beharreko izapideak azaltzen dituzte.

<http://www.ejgv.net/m20/M20BusquedaProcedimientosServlet?Cmd=listarAyudas&lenguaje=es>
<http://www.ejgv.net/m20/M20BusquedaProcedimientosServlet?lenguaje=es&EstadoVigencia=1>

Enpresa bat sortzeko informazio osoa

<http://www.creaciondempresas.com/>

Laguntzak, diru-laguntzak eta bekak

Espainia. Herri Administrazioen Ministerioa.

Estatuko Administrazio Orokorrak eta Autonomia Erkidegoek deitutako laguntza, diru-laguntza, beka eta sariei buruzko kontsulta lagundua, baita Europako Batasunak eta Toki Administrazioak deituriko batzuei buruzkoa ere.

IDEIAK ETA ARRAKASTAREN GAKOAK

- Bezeroa mimatzea eta leial bihurtzea: bezeroen datu-base onarekin, beraiekiko detaileak zaintzea (urtebetetzeak eta beste une batzuk zoriontzea), zaletasunen bilakaera arretaz jarraitzea, beraien gustuetara egokitutako produktu berriak aurkeztea, produktu-dastatzea antolatzea, bidaia gastronomikoak, etab.
- Profesional-talde ona inguratzea: saltzaileak ondo prestaturiko profesionalak izan behar du, produktuez eta hauen manipulazioaz asko dakiena. Honela zehatz-mehatz informatuko du bezeroa (produktuaren balio erantsia azalduz) eta bere erosketa-erabakian orientatu.
- Kalitatea eskaintzea: merkaturatutako produktuen kalitateak apartekoa izan behar du, eta beraz erosketa-funtzioa erabakigarria da negozio honetan. Produktuak aukeratzeko, arlo honetan espezializaturiko dastatzaile-talde bat izatea komeni da.
- Merchandising edo marketina saltokian negozioaren funtsezko arazo bat da: kontsumitzaileek erraz aurkitu behar dituzte produktuak, banaketa ordenatuta dagoelako, eta produktuen aurkezpena asko zaindu behar da. Erakusleihoak garrantzi berezia du: produktu erakargarriak eta sofistikuak jarri behar dira ikusgai, aldi berean dotorea eta xumea izango den erakusleihoan.

HELBIDE INTERESGARRIAK

<http://www.euskolabel.com>

<http://www.kalitatea.org>

<http://www.euskolabel.net>

<http://www.nekanet.net>

Agrodigital

<http://www.agrodigital.com>

Gourmet vasco

<http://gourmetvasco.com>