

# HIZKUNTZA NORMALIZAZIOA

## merkataritza eta zerbitzugintzan

Hitz egin dezagun komertzioen hizkuntzaz!

### SIADeco (2005eko otsaila)

Ohiko denda eta establezimendu txikien garrantziaz eta biziraupenaz gero eta gehiago hitz egiten da udaletan nahiz herriz gaindiko erakunde publikoetan ere (eskualde mailako garapen agentziak, Eusko Jaurlaritzako Industria, Merkataritza eta Turismo Saila, ...). Herri eta hirien erdiguneetan kokatutako komertzio txikiek zenbait herriren garapen ekonomikoan nahiz sozialean garrantzia handia izan lezakete.

Merkataritza biziberritzeko plangintza eta zereginetan hizkuntza normalizazioak eta euskararen sustapenak tokirik izan dezan, sektorearen beraren biziberritzeak eskatzen dituen estrategiak ezagutu beharra dago. Sektorearen biziberritzeak hizkuntza normalizazioan lagundu behar du eta hizkuntzaren normalizaziorako estrategiek, aldi berean, sektorea indartzeko ere balio behar dute.

Planteamendu horrek, merkataritza eta zerbitzugintza alorreko profesionalen kudeaketa beharrak, eragin esparruak eta helburu soziokomertzialak nahiz hirigintza alorrekoak ezagutu eta horien inguruko hausnarketa bat ere egitea eskatzen du.

Herri, auzo, dendarien gremio eta komertzio bakoitzak, behar, interes, aukera eta garapenerako bide propioak garatzea eskatzen badu ere, oro har, herri eta ingurune gehientsuenetan administrazio publikoko erakunde eta merkataritza alorreko eragileen artean (dendarien elkarteak, GATC/MLTK bulegoak,...) sustatu eta indarrean jartzen diren lan-ildo eta estrategia nagusiak aipatuko ditugu jarraian:

#### **1.- Hiri antolaketa komertziala.**

Herriak, auzoak eta kaleak, erakargarriak eta oinezkoentzako erosoak bihurtzeko udal eta udalez gaindiko erakundearen azpiegitura alorreko inbertsioak garrantzitsuak dira: aparkalekuak, kaleen argiztapena, espaloiak, oinezkoen pasabideak, kale seinaleak,

kaleko altzariak, kaleen apainketak, hutsik dauden lokalen erabilera komertziala, motore gisa funtzionatzen duten herri mailako ekipamendu publikoen kokapena merkataritza guneetatik gertu,...

## **2.- Establezimenduak eraberritu eta berriztatzeko inbertsioetarako diru-laguntzak:**

Establezimenduen kanpoko nahiz barneko irudia hobetzera, salerosketarako erraztasunak bezeroari eskaintzera, teknologia berriak erabiltzera,... bideratutako diru-laguntzak izan daitezke.

## **3.- Dinamika soziokomertziala sustatzeko antolatutako jarduera eta ekintzak:**

Denda, taberna, jatetxe eta bestelako zerbitzuak kokatzen diren ingurune komertzialetan aisialdirako eskaintza bat ere herritarrari egin eta erosketa momentuak aisialdiarekin lotzeko ekimen publiko eta pribatuak: azoka bereziak, kultur ekitaldiak, moda desfileak, erakusketak, lehiaketak, ...

## **4.- Bezeroen fidelizaziorako promoziozko neurri eta ekintzak:**

Erosketa, finantziazio edo aparkalekurako txartelak, salmenta ondorengo zerbitzuak, dendarien elkartearen irudi korporatiboa, herriko elkarte desberdinetako bazkideentzako deskontuak,...

## **5.- Merkataritza eta zerbitzugintza alorreko profesionalen prestaketa eta birziklatzea:**

Gipuzkoako Bazkundera, Gipuzkoako Merkatarien Elkartea, Eusko Jaurlaritza eta bestelako hainbat erakundek merkatarien prestakuntzarako antolatutako ikastaroak, material didaktikoak eta softwareak gero eta zabalduagoak daude: informatika eta teknologia berrien erabilpena komertzioetan, komertzioaren gestiorako ikastaro aplikatuak (salmenta puntuetako terminalak, tesoreria edo diruzaintza komertzioetan, hornitzaileekiko negoziazioa nola hobetu, nola lan egin finantza erakundeekin, merkataria nola motibatu eta gidatu,...), hizkuntza alorreko ikastaroak (euskara, ingelesa eta frantsesa), establezimenduen irudia eta bezeroarekiko arreta hobetzeko ikastaroak (irudia eta protokoloak, salmentarako teknikak, merchandising-a, erakusleihen apainketa,...), datuen babeserako legea komertzioetan, frankiziak, ...

## **6.- Txikizkako merkataritzaren sektore mailako integrazioa eta asoziazionismoa:**

Herri eta hiri erdiguneetan, ohiko establezimendu txikien sektorea osotasunean hartuta, establezimendu guztien artean eskaintza zabal eta osatua bezeroari eskaintzeak gero eta garrantziagoa du ; horrek elkarrekin erabakiak hartu eta lan egitea eskatzen du.

#### **7.- Komunikazioa eta sustapena:**

Komertzio txikien izana eta etorkizuna herritarren eta herriaren identitatearekin lotu, denda horien eskaintza komertzialaren aniztasuna eta balio komertziala komunikatu, irudi korporatibo bateratu baten hedapena sustatu,...

#### **8.- Eragile pribatu eta publikoen arteko elkarlana:**

Merkatariek, oro har, herrietako dendari elkarteetan bitartez udal mailan eta udalerriz gaindiko erakunde publikoetan eragin eta administrazio publikoaren inplikazioa lortzea beharrezkoa dute; horretarako arlo pribatu eta publikoaren arteko elkarlan guneak sustatu beharra dago.

#### **9.- Merkataritza fluxuen balantzea:**

Aurreko alderdi eta gehiagorekin merkatarien helburua, herri edo auzo batean merkataritza fluxuaren balantzea positiboa izatea da, alegia, herri edo auzo bertakoek herri edo auzotik kanpora egiten dituzten erosketen bolumena, kanpokoek herrian edo auzoan egiten dutena baino txikiagoa izatea.

Merkataritzaren biziberritzeak hizkuntza normalkuntzari bidea zabaldu eta euskararen sustapenak komertzioen komunikazioa hobetu eta normalizatu nahi horrek ondorengo planteamendu orokorrera eramaten gaitu:

- *Euskarak non egon behar du: eskaintzarentzat (dendarientzat) eta eskaerarentzat (bezeroentzat) motibagarria den guzti hartan.*
- *Euskarak non ez du egon behar: eskaintza eta eskaria eragozten duten egoera edo elementu haietan.*

Merkataritza eta zerbitzugintza biziberritzeko estrategiekin uztartuz, SIADECOK garatu dituen programa nagusiak jaso dira ondorengo koadroan:

1	Hiri antolaketa komertziala.	10	<p>12 urteko ibilbidea egina du “Euskara Merkataritzara” proiektuak SIADECOren gidaritzapean. Txikizkako merkataritzaren ezaugarriak kontuan hartuta, hizkuntza normalkuntzarako programa desberdinak biltzen dituen egitasmoa da. Egitasmoaren metodologiazko argibideak garrantzitsuak izan arren, azalpen horiek alde batera utzi eta egitasmoak une honetan eskaintzen dituen zerbitzu eta programa nagusien aipamen labur bat jaso da jarraian:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sektorearen ezaugarrietara diseinatu eta aurrera eramandako hizkuntza diagnostikoak egiteko metodologia aplikatua eta kontrastatua.</li> <li>2. Establezimenduen hizkuntza paisaian eragiteko programa.</li> <li>3. Jarraipenerako metodologia sistematizatua.</li> <li>4. Merkatarientzako euskara ikastaro espezifikoak.</li> <li>5. Eskaintza eta eskariari buruzko datuetan oinarritutako sentiberatze ekintzak.</li> <li>6. Egitasmoaren material eta zerbitzu eskaintzak katalogo bidez zabaltzeko metodologia eta euskarria: “zure esanetara” katalogoa, internet bidezko kudeaketa,...</li> <li>7. Establezimenduen hizkuntza normalizazio osorako plangintza integralak: MEPI planak.</li> <li>8. Hizkuntza egiaztagirien definizio, auditoria eta zabalpena.</li> <li>9. “Euskara merkataritzara kluba”: zerbitzuen sektorean eragiteko komunikazio eta sentsibilizazio plataforma, bezeroen fidelizazio soziokomertziala eta euskararen erabilera uztartzen dituen</li> </ol>
2	Establezimenduak eraberritu eta berriztatzeko inbertsioetarako diru-laguntzak.		
3	Dinamika soziokomertziala sustatzeko antolatutako jarduera eta ekintzak.		
4	Bezeroen fidelizaziorako promoziozko neurri eta ekintzak.		
5	Merkataritza eta zerbitzugintza alorreko profesionalen prestaketa eta birziklatzea.		
6	Txikizkako merkataritzaren sektore mailako integrazioa eta asoziazionismoa.		
7	Komunikazioa eta sustapena.		
8	Eragile pribatu eta publikoen arteko elkarlana.		
9	Merkataritza fluxuen balantzea.		