

# Hard Rock

## EKONOLABIDE

### IDEIA eta BALIOA:

Ebaluaketa astean zehar nahiko ordu eman behar izan genituen ikasten. Egunero, etxera iritsi orduko lehenengo gauza mahaian esertzea eta liburua irekitzea zen eta goizean lehenago esnatzen ginen gauza bera egiteko. Gainera, ikastolara iritsi eta berriz ere bi orduko azterketak genituen lau egun jarraian. Azkenengo egunean, oso nekatuta geunden eta mina gorputz osoan sentitzen genuen orduak liburu baten aurrean pasa ondoren.

Ebaluaketa astea bukatzean, ikasgai bakoitzeko liburu eta materia kontrol gehiago izan genituen. Hainbat liburu irakurri behar izan genituen (“Miguel Strogoff”, “Sua falta zaigu”, “Hamlet”, “El guardian entre el centeno”, “Anaren bakardadea”, “Zoaz infernura laztana”...)

Beraz, Ekonomia irakasleak proiektua aurkeztu zigunean, gure lepoak ez zuen birritan pentsatu:

Gure produktuak zerbitzu bat berriztatzen du, irakurtzeko eta idazteko erosotasuna, izan ere.



Produktuaren ideia bururatzean, guran pentsatu genuen, baina, konturatu gara ez dela gure arazo pertsonala soilik, gizartearen arazo orokor bat baizik.

Esaterako, *Chronicle of Higher Education*- en egindako inkesta baten arabera, ikasleek 40 ordu inguru eman beharko lituzkete ikasten astero, klase orduak barne eta gorputzak nabaritu egiten du beranduago. Lepoko minak, bizkarreko minak edo nekea jasaten dute, ikasterako orduan desmotibazioa suposatuz. Posizio desegokiek sortzen dituzten min horiek ez dira txarrenak, denbora pasa ahala, kontraktura edota gihar minak sor baitaitezke. Ikasleak erosoago egongo balira, ikastea errazago bilakatuko litzateke. Beraz, ikasten jartzea ez litzateke izango hain gogorra. Arazo hau ez da gazteena soilik, izan ere, nagusiagoak direnak ordu ugari ematen dituzte bulego batean lan egiten edota irakurzaleak direnak liburu bat irakurtzen. Badakigu arrazoi asko daudela bizkarreko mina izateko, esaterako: adina, genetika, erretzea, haurdunaldia, gehiegizko pisua hartzea... Beste arrazoi bat, bulego barruan dauden arriskuak dira, nahiz eta gehienetan ez zaien nahiko garrantzirik ematen. Behin eta berriz pisuak altxatzen dituzten lanek soilik lesioak sortzen dituztela bizkarrean esaten digute . Baina, egunero bulego batean edota mahai baten aurrean lan egiten dutenek jasaten dituzte gehien bat bizkarreko edota lepoko lesio horiek. Arazo hauek ez dira lanean gauden bitartean soilik sortzen, gure denbora librean ere, etxera iritsi orduko liburuak irakurtzen ditugu, ordenagailuarekin aritzen gara, sakelakoa edota beste aparagailu elektronikoko batzuk erabiltzen ditugu... Nahiz eta esfortzu fisiko txikia eskatzen duten, denbora pasa ahala minak berdin berdin iristen dira.

Gure klaseko jendeari beraiek ohartu gabe hainbat argazki egin genizkien. Beraien jarrera klasean ikusita, gure irakasle bati ere bideo bat egin genion berak sentitzen zuena kontatuz. Azkenean, lortutako material guztiarekin bideo motz bat egin genuen. Bideoari erreparatuz gure produktua beharrezkoa zela nabaritu genuen.

**\*Bidali dugun bideoa.**

Gure klaseaz gain ikastolako beste gela batzuetan inkesta bat egitea erabaki genuen eta honako bi galdera egin genituen:

- Zenbat ordu ematen dituzue mahai baten aurrean ikasten edo etxerako lanak egiten?
- Zenbatek dituzue bizkarreko minak edo lepokoak ikasteko orduetan zehar?

Lortutako emaitzak hauek dira:

**DBH1:**

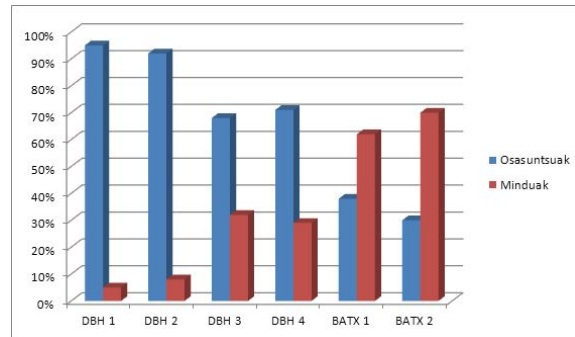
Grafikoan ikus daitekenez DBH1. mailan bizkarreko minak dituztenak oso gutxi dira eta min horien arrazoiak genetikoak dira. Izan ere, ikasle hauek lehen hezkuntzatik datoz eta ez daramate hainbeste ordu liburu baten aurrean, nagusiagoak direnak ez bezala.

**DBH2:**

Beste grafiko honetan minduen ehunekoa zertxobait altuagoa da baina pare bat ikasle (azaltzen ari garen arazoarengatik minak jasaten dituztenak) izan ezik hauek ere beste arrazoi batzuk dituzte minak izateko.

#### DBH3-4:

Maila hauetan ikas orduak nabarmen handitzen diren bezala, minak ere ugariagoak dira. Nahiz eta adin honekin kirolelan serioago hasteak ere iguera hori handitzen duen, argi ikusten da desberdintasuna aurreko mailekin konparatzean.



#### BATX1-2:

Batxilergoa ez da derrigorrezko hezkuntza eta orokorrean bertan ikastera sartzen den jendea serioago hartzen du. Ikas orduak ugari egiten dira eta selektibitatearen presioarekin batera ikasleen minak grafikoan ikus daitezkeen bezala igo egiten dira. Ez dugu unibertsitatean galdetzeko aukerarik izan baina denok dakigu unibertsitatean egunero ikasi behar dela.

Inkesta hau egin eta gero, argi ikusi dugu zerbait egin behar dela datu horiek nolabait konpontzeko. Gure produktuak, datu horiek aldatzea du helburu, ikasle edota edozein bulegariren lana erraztea.

Enpresak komunikatzeko eta segmentu-merkatuei bere balorezko proposamena helarazteko moduarekin lotuta daude kanalak. Komunikazio, banaketa eta salmenta kanalak bereiz daitezke.

Erabakigarria da bezeroengana bezeroek euren nahi duten moduan iristeko kanalen konbinazio zuzena aurkitzea merkatura balio-proposamen bat eraman eta arrakasta lortzeko. Banaketa kanalaren hasierako punturik garrantzitsuena ekoizlea da eta banaketa kanalaren bukaerako punturik garrantzitsuena bezeroa edo kontsumitzailea da.

Produktuaren eta bezeroaren artean dauden pertsona taldeak eta erakundeak bitartekariak dira. Zentzu horretan, banaketa kanal bat enpresa kopuru batek osatzen du eta produktuaren zirkulazioa errazten duten pertsonak, kontsumitzaileen eskutara iristeko, bitartekariak dira. Gure enpresaren bitartekariak gure produktua salduko duten dendak dira. Guk oraindik ez daukagu dendarik, baina gure produktua arrakasta izaten badu gure denda propioak izango ditugu.

Bitartekariak produktuaren banaketa egiten dutenak dira, produktuaren eta azken erabiltzaileen artean dauden banaketa enpresak dira; kasu gehienetan, ez dute fabrikantearekin harremanik, hau da, independenteak dira.

Bitartekarien funtzioak hauek dira:

- Ikerketa: bilketa planifikazioa eta trukea errazteko beharrezko informazioa biltzen dute.
- Sustapena: sortu eta produktua buruz limurtzaile mezuak zabaltzen dituzte.
- Harremanetan jarri: erosle potentzialak aurkitzeko eta haiekin komunikatzeko.
- Egokitzapena: egokitzapen eredua eta kontsumitzaileen eskaerei produktua egokitu.
- Negoziazioa: prezio asebetetze egoki bat bilatzen dute.
- Banaketa fisikoa: garraioa eta denda ondasunak dira.
- Finantzaketa: fondoak lortu eta erabili ekintzen gastuak estaltzeko.
- Arriskuaren onarpena: banaketa kanalaren funtzioak burutzeko dauden arriskuak onartzen dituzte.

Bitartekari motak:

- Handizkaria . Handizkako sektorean, bitarteko hau da, merkatariari , beste handizkari edo fabrikatzaile saltzen ditu ezaugarri , baina inoiz kontsumo edo azken erabiltzaileak nahi da. Handizkariak ekoizle batek edo ekoizle eta beste handizkari erosi ahal izango . Gure enpresak bitartekari mota hau dauka, guk ez daukagu dendarik, beraz beste denda batzuk saltzen dituzte produktuak bezeroei.
- Txikizkako: Produktua bezeroari saltzen dio.

Honakoak dira enpresa edota erakunde batek aukera ditzakeen kanal motak:

- Bezeroengana iristea kanal propioak erabiliz, hau da, denda propioak, ohikoak zein online motatakoak, eta komertzialak erabiliz.
- Elkartutako kanalen bidez, hau da, produktuak saltzen dituzten denda elkartuak. Gure enpresa kanal mota hau aukeratu du. Denda propiorik ez dugunez, beste denda batzuk saldu behar ditu gure produktuak. Gure produktua arrakasta izaten badu, denda propioa izango ditugu.
- Aurreko bien arteko nahasketa eginez.

Kanal zuzenak dira bitartekaririk izaten saihesten dutenak; esate baterako, saltzaile lantalde batek osatutako salmenta-maila edo internet bidez saltzeko online denda. Produktua edo zerbitzua online saltzen dugunean, honako kanal mota erabiltzen ari gara.

Zeharkako kanalak dira denda propioak zein denda elkartuak. Denda horiek handizka hornitzen dituzten handizkariak.

Elkartutako kanalek edo zeharkakoek aukera sorta zabala hartzen dute, handizkako edo txikizkako banaketa, esate baterako, eta irabazi-marjina txikiagoak eskaintzen dituzte.

Onurei dagokionez, ordea, marjina eskasagoa eskaintzen badute ere, gure kanal propioak erabiltzean baino bezero kopuru askoz handiagorengana iristea ahalbidetzen digute.

Gainera, aipatutako kanal elkartuen indar komertzialari ere etekina atera ahal izango diogu.

Lehen esan bezala, hau da gure enpresak duen kanal mota. Gure denda propioak ez dira beste denda batzuk saltzen dizkigute produktuek. Gainera, kanal mota honekin bezero gehiago ditugu eta gure enpresak ere etekinak ateratzen ditu.

Kanal propioek zehazki kanal zuzenek, etekin marjina handiagoa eskainiko digute, baina horiek ezartzea eta kudeatzea konplexuagoa eta garestiagoa da.

Egokiena da kanal mota anitzen arteko oreka egokia aurkitzea eta modu onuragarrian bateratzea, bezeroari esperientzia bikaina eskaintzeko eta salmenta ahalik eta handienak lortzeko.