

hazi

LEA-ARTIBAIKO EKONOMIA ALDIZKARIA

2008ko IRAILA

12. ZK. • 4.urte



6-7

JAIME HERNANI

[BILBOKO MERKATARITZA GANBERAKO KANPO SUSTAPENERAKO ZUZENDARIA]

**Esportazioa,
arriskuak
dibertsifikatzeko giltza**

B.Lux: Argiaren
edertasunaren
esploratzaile

Txinan ezartzeko modua
errazten du AsiaLanek,
merkatu ezagutza lagun

Akuikulturaren
aukeretan
dzangadaka

HAZI aldizkaria



ARGITARATZAILEA:
Azaro Fundazioa

LEGE GORDAILUA: **BI-804-05**

EGOITZA: **Xemein Etorbidea 12,**
48270 MARKINA-XEMEIN

TELEFONOA: **94 616 91 72**
Faxa: **94 616 92 17**

E-POSTA: **azaro@leartik.com**
leartibai@leartibai.com

TESTUAK: HITZA
ARGAZKIAK: GARBINE GARAGARTZA
DISEINUA ETA MAKETAZIOA: **11 BARRI**

WEBGUNEAK:
www.azarofundazioa.com
www.leartibai.com

AURKIBIDEA

Editoriala	03
Enpresak sortzen	04 - 05
Ikuspegia	06 - 07
Bertoko enpresak ezagutzen	08 - 09
Behatokia	10 - 11
Leihatila	12



CAJA LABORAL
EUSKADIKO KUTXA

EDITORIALA

Lehiakorrak izateko bidea egiten

Merkatu global eta lehiakor honetan, enpresa asko dira euren produktu edota zerbitzuak muga aranzalarioen beste aldean saltzea erabaki dutenak. Globalizazioak eta munduko ekonomia-egituraren aldaketak bezeroak non aurkitu erabakitzerakoan, mundu mailako ikuspegi bati heldu behar diote gure enpresek.

Esportatzearen arrazoiak milaka izan daitezke; errentagarritasunaren bila, arriskuaren dibertsifikazioaren bila, merkatu berrien bila, lehiakortasunaren bila, irudia hobetzeko... besteak beste.

Erabaki hori hartzean bidean aurkitzen dituzten oztopo edo sarrera-hesiak ere asko dira. Alde batetik, herrialde bakoitzak bere kultura eta hizkuntza du, beraz, zenbat eta hobeto jakin, bi enpresen elkarlana erraztu daiteke. Ohiturak eta negoziazio prozedurak ere desberdinak izan daitezkeenez, horiek jakitea ezinbestekoa da. Bestalde, legeak, beharrezko diren lizentziak, aduanak eta garraiobide egokiak detektatzea oso garrantzitsua da produktu edota zerbitzuak helburu dugun lekura ondo hel daitezen.

Eskualdeko enpresek kualitatiboki salto handia eman dute esportazioan. Informazio zehatzagoa eta eguneratua eskatzen dute, horrenbestez.

Hori dela eta, *Ikuspegia* atalean, esportazioari buruz galdetu diogu Jaime Hernani Bilboko Merkataritza Ganberako Kanpo Sustapeneko zuzendariari. Esportazioaren eta Gan-

berak eskaintzen dituen zerbitzuen nondik norakoak azalduko dizkigu.

Enpresak sortzen sailean, aldiz, alde batetik Asialan enpresak bere aktibitatea eta lortu nahi dituen helburuak azalduko dizkigu. Bestetik, sortze prozesuan gure laguntza izan duen DSM WEB enpresako sortzaile Denis Sola izango dugu bere enpresari eta software libreaki buruz kontu-kontari.

Zenbaki guztietan egiten dugun bezala, honetan ere *Bertoko enpresak* ezagutzeko aukera eskaintzen da. Oraingon, luminaria munduan diharduen B.Lux enpresa dugu eta bestaldean esportaziorako egon daitezkeen laguntza ezberdinak.

Amaitzeko, *Behatokia* txokoan, itsas akuikulturaren inguruan hitz egingo da. Lehen sektoreak izugarriko beherakada jasan du azken urteetan, eta hori dela eta beste aktibitate batzuetan pentsatzen hasi behar denez, akuikultura irtenbideetako bat izan daitekeela pentsatu da. Akuikultura ekoiztu daitezkeen hainbat produktu eta akuikultura munduan landu diren negozio aukera berriak ere izango ditugu aipagai.

Azkenik, gogoratu diru laguntza interesgarrien berri ere ematen dugula, labur-labur. Eta ez ahaztu: zerbait nahi izanez gero, deitu edo hurbildu lasai gure bulegoetara. Bestela, hurrengo HAZIra arte!

BABESLEAK



EL FONDO SOCIAL EUROPEO
INVIERTE EN TU FUTURO



Produktu hau Valora proiektuaren baitan egin da, proiektu horren finantzaziorako funtsen %50 EGIFek eman du (POPV 2007-2013)

ASIALAN INTEGRAL SOLUTION SL

[ENPRESEN INTERNAZIONALIZAZIOA - BILBO]



Ekialderantz irekitako zubia

Asialan Bizkaiko Foru Aldundiko BEAZ erakundearen laguntzarekin sortu zen. Azaro Fundazioak BEAZekin sinatuta daukan hitzarmenari esker, bertoko enpresei diru laguntza horiek lortzeko bidea errazten zaie.

AsiaLan Integral Solution SL enpresak 2007. urteko maiatzean ireki zituen atea. Bilbon egoitza duen enpresa horren asmoa garbia zen: euskal enpresa txiki eta ertainei internazionalizazio proiektuak garatzeko laguntza ematea, haien bidez, merkatu globalean duten kompetitibitate maila hobetzeko. Horretarako, ekialdeko lurraldeetan zentratu ziren, Txina erreferentziatzat hartuta.

Euskal enpresa txiki eta ertainek ekialdeko merkatuetan lehen pausoak eman ahal izateko esperientzia handiko aliatua da AsiaLan. Izan ere, Txinan finkatutako eta hamar urteko esperientzia duen ingenieritza eta aholkularitza teknikoa daukate Bilboko egoitzarekin elkarlanean. Modu horretan, zailtasun handiak erakusten dituen merkatu baterako sarrera errazten dute. «Diferentzia kulturalak edota lan munduari lotutakoak gairatu ezinezko hesia osatzen dute

sarritan», aitatu du AsiaLaneko zuzendari Ana Villanuevak.

AsiaLanen funtzionamenduak kanpoko eta, aldi berean, eurena den bulego bat edukitzeko aukera ematen die ETEei; merkatu internazionalan euren baliabideak erabili beharrik gabe eta enpresaren kostu finakoak handitu gabe aritzea ahalbideratzen dute. «Horrela, enpresa handiak ematen ari diren pausoak jarraitzeko aukera daukate». Eta gainera, segurtasunez egin dezakete. Izan ere, merkatu konplexua izan arren, haren gaineko ezagutza sakona dauka AsiaLanek, eta horrek egon daitezkeen zalantza guztiak baztertzen ditu.

Txina, gutxinaka

Enpresek Txinan sartzeko egin beharreko esfortzuek errentagarriak izan behar dute. Hori dela eta, behin bolumen maila bat izatera heltzen direnean, AsiaLanek Txinan ezartzeko

modu egokiena ezagutarazten die. AsiaLan, bereziki, bi fasetan zentratzen da: *outsourcing*-a eta produktuaren fabrikaziorako akordioak. «*Outsourcing*-a, azken batean, erosketa bideratu bat egitea da. Produktua estandarra edota norberak diseinatutakoa izan daiteke. Txinarekin harremanetan hasteko biderik arruntena da. Bigarren mailak, berriz, merkatua zabaltzeko asmoarekin, hornitzaileekin harreman produktiboak eratzeari egiten dio erreferentzia». AsiaLanek zerbitzu pertsonalizatua eskaintzen du, proiektu bakoitza gestioatu ahal izateko, eta proiektu bakoitzaren lorpenak desiratzen direnak izango direla ziurtatzen du.

Mundu osoan sarea

AsiaLanen negozio biderik indartsuena Asiako lurraldeetan, eta batez ere, Txinan, proiektuak gestioatu eta garatzea den arren, beste hainbat herrialderekin ere lan egiten du. Aholkularitza sare internazional bati esker, Bilbon egoitza duen enpresa honek internazionalizaziora zuzendutako beste zenbait zerbitzu ere eskaintzen ditu. Azken horiek esportazioarekin zerikusi zuzena edukiko dute.

Kolaboratzaileen sarea, besteak beste, Alemania, Frantzia, Benelux, eskandinaviar herrialdeak, Polonia, Txekia, Eslobakia, Estatu Batuak, Kanada, Mexiko, Brasil, Txile, India eta Japonen zehar zabalduta dauka. Sare horren bidez, herrialde horietan ekintza operatiboak egin nahi dituzten enpresei aholkularitza eskaintzen die AsiaLanek.



Ana Villanueva. AsiaLaneko zuzendaria

ZUZENKETA

Hazi 11 aldizkarian Fagor Arrasate enpresaren artikuluan aktibitatea eta herriari zegozkien datuak ez ziren zuzenak. Fagor Arrasatek prentsen ekoizpenean jarduten du, eta Etxebarrian kokatua dago.

Webgune pertsonalizatuak eskura

[WEBGUNEEN PROGRAMAZIOA - MARKINA-XEMEIN]

DSM. Horrela deitzen da Denis Sola Muñozek (Javea-Alicante, 1978) sortu duen enpresa berria. Software librean oinarritutako enpresa sortzea zuen buruan, eta oinarri horrekin, webgune pertsonalizatuak edukitzeko aukera eskaintzen du, gaur egun. Izan ere, webguneen programazioan espezializatutako enpresa jarri du martxan.

Bezeroen webguneak programatzea da DSMren egitekoa, eta horretarako, bidea ondo definiturik dauka: «Webguneek bezeroaren beharrei erantzuteko egokituta egon behar dute. Zertarako behar duten eta zer erabilpen emango diotenaren arabera sortuak».

Bezeroari egokitu eta kalitatezko produktua eskaintzeaz gain, webgunearen gestioa intuiziozkoa izatea bilatzen du. Izan ere, kasu gehienetan, webgunearen gestioa bezeroaren esku gelditzen da. Bezeroa izango da edukiak berrituko dituena, eta lan hori ahalik eta xamurrena izatea eta denbora gehiegi erabili behar ez izatea bilatzen du DSMk.

Behin produktua amaituta, bezeroari bi hilabe-

teko bermea ematen diote nahi dituen proba guztiak egin eta azken produktua bere nahietara ahalik eta gehien hurbiltzeko.

Osotasuna eskainiz

Webguneek oinarritzko bi elementu behar izaten dituzte: diseinua eta programazioa. DSM sortu aurretik egindako azterketen arabera, diseinua publizitate agentziek eskaintzen dute, baina programatzerako orduan azpikontratazioak egiteko joera dute. Hor ikusi zuen DSMk merkaturako tartea.



Publizitate agentziak dira, beraz, DSMren bezero nagusia: haien diseinuen atzeko programaketa eginez, produktua osatuz. Gaur egun, hiru agentziekin lanean ari da. Hala ere, bezero pribatuaren eskaerei ere erantzuten diete. Azken kasu horretan, bi atalak DSMren esku geldituko ziren. Horretaz gain, proiektuen barne gestiorako programa berezituak ere egiten dituzte.

Formazio etengabea

DSMk eskaintzen duen bermeetako bat software libreko tresnarik aurreratuenen erabilera da. Horretarako, formakuntza etengabeari berebiziko garrantzia ematen diote; batez ere, webguneen mundua etengabe aldatzen den mundua dela kontuan hartuta.

Berrikuntzei egiten dieten jarraipena medio, kode irekian oinarritutako tresna eguneratuenak erabiltzen dituzte eduki gestoreak (CMS) sortzean.

Horrela, webguneak programatu zein berritzeko, punta-puntako tresnak eta teknologiarik egokiena erabiltzearen bermea eskaintzen diete bezeroei.

IRITZIA

Denis Sola Muñoz

[DSM ENPRESAREN SORTZAILEA]



“Zer iruditzen zaizkizu enpresa sorrerarako dauden laguntzak?”

Enpresa berrien sorrerarako eta enpresa kultura bultzatzeko hainbat laguntza, erakunde eta ekintza daude. Oso arrunta da erakunde hauen iragarkiak ikustea kultura ekintzailearen aldeko ekintzak edo eta jardunaldiak antolatzen eta gazteak euren negozio propioa jartzera animatzen.

Ekintzailetasun grina hori zabaltzen dabiltzanaren artean dago Azaro Fundazioa ere. Azken bi urteetan martxan izan du Sustatzaile Eskola programa, eta horren azken edizioan parte hartu nuen nik.

Sustatzaile Eskolaren barne hainbat arlo didaktiko daude, guztiak ere ekintzailearen prestakuntzara eta ekintzailetasun kultura bultzatzera bideratuta. Arlo hauen edukiak ekintzailearen beraren alde pertsonaletik hasi eta enpresa sorrerainokoak dira. Niretzat oso erabilgarriak izan dira ikasgai hauek. Negozio ideia bilatu edo definitzerakoan, lan komertziala egiteko prestaketan, bideragarritasun plana egiterakoan eta gai ekonomikoaren ezagupenean, laguntza eman didate, batez ere negozioa martxan jartzeko oso galduta ez ibiltzeko.

Nire iritziz, programa osotua da, enpresa munduan lehen pausoak emateko oinarriak finkatzen dituena eta sustatzailearen eskura hainbat baliabide jartzen dituena.

Beste alde batetik, oinarri teknologikoa duten enpresentzat laguntza ekonomiko asko daudela uste dut (enpresa proiektu hauek diru laguntzak ematen dituzten erakundeek finkatutako parametroen barruan sartu behar dira), eta beste oinarri sinpleago bateko enpresak sortzeko laguntzen eskaintza murriztagoa da.

Alemania eta Italia bezalako herrialdeekin lehian konturatzen zara, gutxienez, HAI EK BEZAIN ONAK GARELA

JAIME HERNANI

[BILBOKO MERKATARITZA GANBERAKO KANPO SUSTAPENERAKO ZUZENDARIA]

Euren produktuekin estatuko mugak gaindituz aurrerapauso bat ematen laguntzea. Hori da Bilboko Merkataritza Ganberako Internazionalizazio Saileko zortzi pertsonen egitekoa. Jaime Hernani (Bilbo, 1958) saileko burua da azken hamalau urteetan. Berarengana joan gara, Leartibai Garapen Agentzia Bilboko Merkataritza Ganbarako delegaritza izanik, esportazioari buruz galdetzeraz.

Zergatik esportatu?

Azken batean, esportatzea norberaren mugez kanpo saltzea da; baita arriskuak dibertsifikatzeko modu bat ere. Esportazioaren munduan, herrialde gaztea da Espainia: 1986an, Europako Batasunean sartzean, ekin zion bide horri. Atzerriko produktuek bete zuten gure merkatua.

Lehen urteetan inportazioko datuak eskandalagarriak ziren. Izan ere, jendeak nahiago du kanpotik datorrena, berria. Momentu horretan konturatu ginen kanpoan saltzen hasi beharra zegoela.

Ze garrantzi du esportazioak Bizkaian?

Euskal Autonomia Erkidegoan tradizioz esportaziorako joera egon da, agian, Europara irteera zuzena daukagulako. Eta esportazioaren munduan, Bizkaia pisu nabarmeneko da: iaz erkidegoan esportaziotik lortutako 18.800 miloi eurotatik, 7.500 miloitik gora eginez itxi genuen urtea.

Zuek argitaratzen duzuen urteko txostenaren arabera, azken hiru urteetan esportazioko kopuruak gora egin dute.

Kopuru horiek sarritan zalantzan jarria izan den urte askotako lanaren ondorioa dira. Horrekin ez dut nahi esan Merkataritza Ganbera esportazio guztien erantzulea denik, ezta gutxiago ere. Baina hasieran, oso zaila izan zen enpresei arriskuak dibertsifikatzeko garrantziaz konturaztea. Nazio mailako merkatua nahikoa zen askorentzat, eta esportazioa ia-ia abentura bat zen, parte hartu nahi ez zuten abentura. Gure autonomia erkidegoa aitzindaria izan da egoera horri buelta ematen. Egun, esportazioek goranzko joera dute, nahiz eta dolarrak behera egin. Mundu guztiak beharbada erantzunik ez duen egoera horri erantzuna eman nahi dio. Baliteke erantzuna uste duguna baino hobekia garelazitea, besterik gabe. Batzuetan konplexuz betetzen gara, baina Alemania eta Italia bezalako herrialdeekin lehian konturatzen zara, gutxienez, eurak bezain onak garelaz.

Zein da Bizkaiaren lehiakiderik handiena?

Sektore guztietan dugun lehiakidea Italia da: makinaria, moda, gastronomia, ardoak... Marketinaren jenoak dira. Baina etxeko lanak ondo eginda badituzu –guk egiten ditugun bezala–, kalitatezko produktua baduzu eta merkaturako sarrera egokiena zein den badakizu, baten eta bestearen produktua alderatzean, bezeroak zurekin gelditzen dira.

“**Balio erantsia duten produktuak ere promozionatzen ditugu, tartean, Bermeo, Ondarroa eta kosta osoko arrain kontserbak**”

Hala ere, Bizkaian esportaziorako baino inportaziorako joera handiago dago.

Datuak kontu handiarekin aztertu behar dira. Iaz Autonomia erkidegoan inportatu ziren 18.000 miloi eurotatik, 11.400 Bizkairako izan ziren. Zifrei arretaz begiratu gero, inportaturiko 3.000 miloi euro petroleoa zirela ikusiko dugu; zuzenean, Bizkaian Petronorrek duen birfindegira doazenak. Gainera, 1.500 miloi petroleoaren deribatuak (gasolina, gasoleoa...) izan ziren, eta beste 500 miloi, gasa. Erregaiaren gaineko zifrak alde batera utziz gero, eta inportazio/esportazio zifrak alderatu, osoki esportatzaileak direla ikusiko dugu. Petroleoak asko deformatzen ditu datuak, baina energiaren alorrean inportatzea beste irtenbiderik ez daukagu.

2008an zifrak mantentzen al dira?

Momentuz, ez daukagu daturik esportazioen eboluzioaz arduratzeko. Ongi doalakoan gaude. Ameriketako merkaturaren beheraldiren bat izatea posible da dolarraren egoera dela eta, baina, hala eta guztiz ere, salmentak aurrera doaz.

Orain arte, sektore industrialari egin diozu erreferentzia. Beste sektoreren bat bultzatzeko ekimenik ba al duzue?

Eusko Jaurlaritzaren eskaera medio, duela zenbait urtetatik kontsumora zuzendutako enpresei laguntzen ari gara: Arabar Errioxako ardoak, jatorrizko izendapena duten hiru txakolinak, gourmet produktuak... Azken horien artean, Bermeo, Ondarroa eta kosta guztiko arrain kontserbak daude; batez ere, antxoa eta hegaluzea. Gazta eta gozo egileek ere parte hartzen dute. Balio erantsia eskaintzen duten produktuak promozionatzen ditugu, eta, besteak beste, Europara, Estatu Batuetara, Mexikora eta Japoniara helarazi ditugu. Eta, esaterako, arrain kontserbak oso preziatuak dira.

Zer da gehien esportatzen dena?

Gehien saltzen duguna autogintzarako zatiak eta piezak dira. Volkswagen, Mercedes, Porsche, BMW, Renault... guztiek hemen egindako zerbaitek daukate. Bertoko kontusailik garrantzitsuena da, ia 1.500 milioi euroekin. Xelebreena da gehien saldutako enprezentzako bigarren postuan gasolina dagoe: erositako petroleoa landu eta ia 1.271 milioi euro saldu genituen. Gourmet sektoreko zifrek ez dute makrozifra horiek zerikusirik, baina erreferentzia izatera heldu nahi dugu.

Zein da bertoko esportazio eredua?

Promozioa munduko feria garrantzitsuetan parte hartzeraz zuzentzen dugu. Jarraitzen dugun estrategia, berriz, ondokoa da: merkatu azterketa egin promozionatu nahi dugun sektorearentzat aukera gehien zeintzuk eskaintzen duten ikusteko. Eta behin merkatua definituta, promozio ekintzak egin enpresei erraztasun guztiak eskainita. Gainera, Jaurlaritzak esku zabaltasun handiz laguntzen die esportatu nahi duten enpresei.

Ze herrialdetara esportatzen dugu?

Gure salmenten %72 Europan gelditzen dira. Arrazoiak, begibistakoak: hurbiltasuna eta tradizioa. Esportaziorako lehen merkatua Frantzia da: ia 3.200 milioi euro saldu zituen, eta hori salmenten %17 litzateke. Gero, Alemania (iaz, 2.800 milioi salduta), Italia (iaz, 1.300 milioi) eta Britainia Handia (iaz, 1.200 milioi) datoz. Bigarren mailan, Amerikako kontinentea daukagu, salmenten %13,6arekin. Eta urrunago, %7arekin Asia eta %5arekin Afrika.

Esportazioa: erreztasunak, zailtasunak...

EBaren barruan ez litzateke inolako trabarik egon behar. Hala ere, barne araudiengatik, atzerapenak edukitzen ditugu; normalean, homologazioari lotutakoak. EBtik kanpo, distantzia kontuan hartu beharreko traba da,

baita hango funtzionamenduaren berri ez izatea, prestaketa falta eta hizkuntzak ere.

ICEXeko Esportaziorako sarrera eta Proiektu berrien zuzendari Mar Castrok internazionalizazioa «enpresentzako lehenitasunezko beharrezkoa» bezela definitu zuen. Zein da zure iritzia?

Guztiz ados. Esportatzea beharrezkoa da bizirauteko; arriskuak dibertsifikatzea da, eta enpresak horrela ulertzen hasiak dira. Zenbait enpresa %9 esportatzera heldu dira. Ideala portzentaje handi bat kanpoan saltzea litzateke, eta, bakoitzak duen produktuaren arabera, merkatu nazionala ahalik eta gehien mantentzea.

Esportazioa edota internazionalizazioa neurri guztietako enpresen esku daude?

Dudarik gabe. Inork ezin esan dezake enpresaren tamaina izan dela esportatzerako orduan eduki duen traba. Ideiak argi edukitzea da behar den bakarra.

Esportatzen hastekotan dauden ETEek zer egin dezakete? Merkataritza ganberak laguntzaren bat eskaintzen al die?

Eusko Jaurlaritzarekin sinatutako hitzarmen baten bidez, hainbat programa jartzen ditugu abian. Erkidegoko hiru ganberak elkarlanean aritzen gara, eta egiten ditugun ekintzak gure enpresa guztiei daude zuzenduta. Modu horretan, eskaintza erakargarriagoa da bezeroentzat; eta kosteak, baxuagoak enpresarentzat. Esportazioan interesa duen edozeinek gure programei eta ekintzei buruzko informazio zabala aurki dezake gure webgunean (www.camarabilbao.com). Horretaz gain, Espainiako estatuko gainontzeko ganberekin harremanetan gaude, eta enpresei haien ekintzetan parte-hartzea ahalbidertzen diegu. Argi daukagu gure funtzioa laguntzea dela, eta horretarako, besteak beste, ganberako hainbat lankide munduan zehar bidaiatzen ari dira etengabe.

“ **Esportatzea beharrezkoa da bizirauteko; arriskuak dibertsifikatzea da, eta enpresak horrela ulertzen hasiak daude** ”



Jaime Hernani

B.LUX

[ARGIZTAPEN PRODUKTUAK - GIZABURUAGA]

Hiru hamarkada argiaren edertasuna landuz

Argitasuna etxean zein kalean, beharrezkoa eta era berean, eskertzekoa izaten da. B.Lux taldeak erabilera praktikoari beste elementu bat gehitu dio: diseinua. Horrela, B.Lux taldeak sortzen dituen luminariak ikus-teko ahalmena baino zerbait gehiago eskaintzen diote bistari.

Enpresa Markina-Xemeinen sortu zen, 1980ko hamarkada hasieran, kooperatiba izaerarekin (Herriola S. Coop.). Hamarkada horretan hartu zituen egungo izaera eman dioten erabakiak. Garai horretan hurbildu ziren diseinuaren mundura: euren luminariak diseinu garaikidea edukitzea nahi zuten. Horretarako, diseinatzaile ezagunekin lan egin nahi zuten. Eta lortu ere egin dute; egun, maila horretan, erreferente nagusienetakoa izatera heldu baita.

80ko hamarkadan, hainbat diseinatzaileekin, enpresaren inflexio puntua markatuko zuten produkzio lineak zabaldu zituzten. 90. hamarkadan sartu aurrean, berriz, B.Lux eta Vanlux enpresak eratu ziren, eta argiztapenaren munduko talde indartsuenetakoa bat sortu zuten: B.Lux taldea, beti ere, diseinua-rekin zuten harremanak eskaintzen dien sistema berritzailearen eta aberasgarriaren aldeko apostu garbia eginez.

Berrikuntza iraunkorra

B.Lux taldeak egun 200 erreferentziatik gora ekoizten ditu. Berritzen jarraitzea da enpresaren goiburuetako bat, eta produktuak bereizgarriak izatea bilatzen dute. Beti ere, kulturari, gizatasunari, ekologiarri eta jasangarritasunari dioten errespetua ahaztu gabe.

Kalitatea eta diseinuaren lanketa oinarri izanik, euren produktuek errekonozimendu handia lortu dute. Errekonozimendu horren adierazgarri dira zenbait produktuk jasotako sari garrantzitsuak. Horien artean daude Red Dot Design Award, Internacional Design Award (IDA), Best of the Year 2007 (Interior Design Magazine), AEPD saria eta Delta Se-

lekzioa (ADI-FAD). Kalitateari dagokionean, ISO 9001:2000 arauaren ziurtagiria daukate, eta katalogoko produktu guztiek N eta ENEC homologazioa dute, edo lortzeko bidean daude.

Kanpora begira

Berton ez ezik, nazioartean ere ezagunak eta preziatuak dira B.Lux taldearen produktuak. 80. hamarkadan, Jorge Persi diseinatzailearekin sortutako Regina eta Olympia bildumek bultzatu zuten bereziki enpresaren nazioarteratzea, eta egun, 50 herrialde baino gehiagorekin lan egiten dute.

B.Lux taldeak banaketa sare heldua dauka; estatu mailan zein nazioartean lan egitea ahalbideratzen diona. Izan ere, lehenengo unetik erakutsi du B.Lux taldeak esportaziorako bokazioa. Hasierako urteetan, esportazio pasiboa egin zuten gehienbat: puntualki, azoka internazionalan interesa erakusten zuten bezeroak hornitzen zituzten. Hain zuzen ere, bezeroek erakutsitako interesa izan zen esportazioak antolatu eta bideratzeko erabakia hartzearen arrazoia. Egun, B.Lux taldeak Alemanian bulego propioa du, eta bere produktuak Europar Batasuneko eta ekialdeko herrialdeetako merkatuetan guztiz sendotuta daude. Horretaz gain, EEBBekin, Arabiar herrialdeekin eta Australiarekin ere lan egiten dute.

Behin banaketarako sare osoa bezain interesgarria eratuta, B.Lux taldearen helburu nagusia aituriko herrialdeetan esportazioak finkatu eta sendotzea da, eta era horretan, salmenta kopuruak handiagotzea.



Kanpazargo luminaria. Jon Santacolomak diseinatu zuen B.Lux enpresarentzat, eta diseinu alorrean nazioarte eta nazio mailan saritu dute.



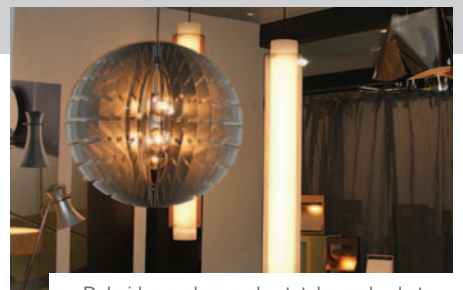
DATUAK

Historiako pintzeladak

- 1980: enpresa sortu. Capdevillaren Belux System-arekin diseinu munduan sartu.
- 1984: SIDIren barruan sartu (www.sidi.es)
- 1987: lehen inflexio puntua. Jorge Persi diseinatzailearekin elkarlanean, Regina eta Olympia kolezioak sortu.
- 1989: B.Lux eta Vanlux batu eta B.Lux taldea sortu.
- 1996: Miguel Angel Ciganda diseinatzailearekin elkarlanean, Veroca luminaria kaleratu (sabai argiztapenerako).
- 2008: bigarren inflexio puntua: kaleko zein etxeko argiztapenerako bi produktu linea berri kaleratu.

AZPIEGITURAK

- Gizaburuaga: 5.000 metro karratuko pabilioia. Edizioa, garapena, fabrikazioa eta banaketara zuzendua.
- Berriz: 1.000 metro karratuko pabilioia. Departamendu komertziala eta produktu bukatuena.
- Munich (Alemania): Bulego komertziala.



Dubai-ko azokan aurkeztutako erakusketa.

LAGUNTZAK

Esportazioa hazkunderako bide nagusitzat hartzen den garai honetan eta esportazioen gaia sakontzen den zenbaki honetan, ezinbestekotzat jotzen da enpresei bide hori hartzeko izan ditzaketen laguntzen berri ematea

Enpresek esportaziorako dituzten laguntzak ez dira ekonomiko hutsak. Izan ere, zerbitzuan eta aholkularitzan laguntzak izaten dira. Atal honetan, laguntza batzuen berri ematen da, era laburrean.

SPRIren nazioarteko sailean, internazionalizazio laguntza ematen dute. Beronen helburu nagusia euskal enpresen lehiakortasunaren alde lan egitea da. Arlo horren bidez, kanpo merkatuetara ateratzen laguntzen dute, aholkularitza eta bitartekaritza lanak eskainiz. Kanpoko hainbat herrialdetan laguntzaileak dituzte bertako berri emateko eta merkatu haietan, enpresari zuzenean laguntza eman ahal izateko, merkatu azterketak egiten, interprete lanetan, itzulzaile,...

Eusko Jaurilaritzak – Industria, Merkataritza eta Turismo Sailak, SPRIren bidez, **Gauzatu-Kanpo ezarpenak** programaren deialdia urtero zabaltzen du. Euskal enpresei kanpo merkatuetan finkatzen laguntzeko da.

Norentzat:
Diru laguntza honetara aurkeztu ahal izateko, industriaren, meatzaritzaren eta/edo eraldakuntzaren arloko ETEa (enpresa txiki edo ertaina) izan behar da, eta aurreko arloetara loturiko zerbitzu teknikoetako ETEak ere izan daitezke onuradun.

Laguntza jaso dezake:
Europako Batasunetik kanpoko herrietan ekoizpen planta berri bat irekitzeagatik, egon bada- goen plantaren bat handitzeagatik edo atzerriko sozietateen erosketagatik.

Kanpo Sustapenerako Hasierako Plana be- zala ezagutzen den laguntza. Gaztelanatik era- tortzen diren sigletatik ezagunagoa egiten da programa bera, PIPE (Plan de Iniciación a la Promoción Exterior).

Norentzat:
ETEtzat hartzen den enpresa, produktu edo zerbitzu propioa eta internazionalizaziorako ja- rrera izanik.

Enpresa bakoitzaren eskura jartzen diren baliabideak:

- ETE eta kanpo merkataritzan aditua den per- tsona bat.
- Enpresaren produktu eta zerbitzuetara egoki- tutako metodologia bat.
- Zehazten den estrategia errealitate bihurtzen duen laguntza ekonomikoa.

Fasez fase:
1.- Enpresaren lehiakortasun egoeraren diag- nostikoa eta internazionalizazio potentziala. Hiru eta lau aste bitarteko iraupena du, eta hiru bileratan banatzen da. Bertatik ateratzen dira: enpresaren datu orokorrak eta deskribapena, enpresaren diagnostikoa AMIA bidez, produk- tuaren, esperientziaren eta baliabideen anali- sia, esportaziorako duen potentziala eta finan- tza gaitasuna.

2.- Internazionalizaziorako plangintzaren disei- nua. Hiru eta lau hilabete bitarteko lana da, eta inter- nazionalizaziorako plan estrategikoa lortzea da fase honen helburua. Banakako bileren bidez gauzatzen da, eta 30 ordu inguruko iraupena

izaten dute guztira. Plan honetan sartzen den edukia honakoa da: enpresaren esportatzeko erabakia, merkatuetan sartzeko bideak, infor- mazioa, merkaturako estrategia eta antolakun- tza eta baliabideen plangintza.

3.- Plangintza abian jartzea. 20 eta 21 hilabete bitarteko iraupena du, eta plangintzan ezarritako ekintzak eramaten dira aurrera. Epealdi horretan, merkatu internazio- naletan sustapen, prezio, banaketa eta komuni- kazio politikak zehazten dira.

Laburbilduz:
PIPE programaren bidez aholkularitza pertso- nalizatua ematen da, aholkularitza teknikoa, ba- nanakoa eta espezializatua. 2 urteko iraupena eta 3 faseetarako %80ko laguntza ekonomikoa ematen da.

Informazio gehiagotarako:
Leartibai Garapen Agentzia
Nerea Urrutibeaskoa
nurrutibeaskoa@leartibai.com

Helbide interesgarri batzuk:
www.spri.es
www.camarabilbao.com
www.portalpipe.com
www.intersrea.net
www.icex.es
www.civex.net

PIPE programaren aurrekontua		Kostea guztira	Erakundeen laguntza	Enpresarentzako kostea
		%100	%80	%20
1. go fasea	Diagnostikoa		%100	Koste gabe
2. fasea	Internazionalizaziorako plangintzaren diseinua	2.500 €	2.000 €	500 €
3. fasea	Derrigorrezko aholkularitza	3.400 €	2.720 €	680 €
	Borondatezko aholkularitza	2.550 €	2.040 €	510 €
	Laguntzailea	15.000 €	12.000 €	3.000 €
	Sustapen gastuak, merkatal bidaiak azoketan parte-hartzea, sustapen materiala, web orrien sorrera	22.550 €	18.040 €	4.510 €
		46.000 €	36.800 €	9.200 €

Akuikultura: itsaso beteko aukera

Akuikulturak helburu bat baino gehiago bete ahal du: arrantza estraktiboarekin nahikoa ez eta, giza kontsumoaren beharrak asetzeko alternatiba izan ahal da; gaur egun, hainbat negozio aukera eskaintzen ditu, eta itsasoa birpopulatzeko premiari ere erantzuten dio

Arrantza produktuen eskaria zortzi bider hazi zen 1950 eta 2005 urteen artean, munduko populazioa handitzen doalako eta gero eta arrain gehiago kontsumitzen dugulako. Era horretara, 1970ean pertsona batek urteko 11kg kontsumizetik 2004an urteko eta pertsonako 16,6 kg kontsumitzera pasa zen.

Oraingo honetan, batzuek ezagun izango duzuen baina errealtatean hain ezaguna ez den aktibitate baten berri ematera gatoz *Behatokiako* txoko honetan. Itsas akuikultura eta akuikultura kontinental (ur gezakoa) deritzona dauden arren, oraingo artikuluan itsas akuikulturaren inguruan egingo dugu berba.

Akuikultura eta arrantza estraktiboa bi aktibitate bateragarri dira, eta eurak izango dira mundu mailan egongo den arrain eskaria asetu beharko dituztenak. Arrantza estraktiboa 80. hamarkada amaieran iritsi zen bere maila gorenera. Ordutik, maila berean dabil (gutxi gorabehera, 90-95 milioi tona). Kopuru horiek adierazten dute ozeanoak bere ekoizpen gorenean ari direla ustiitzen. Arrantzaren kudeaketan egingo diren hobekuntzekin arrantza maila mantentzea lortu nahi da. Beraz, beharko den beste kantitate guztia akuikultura bitartez lortu beharko da, azken hamabost urteotan gertatu den modura (baita jada itsasoa desagertzear dauden itsas espezieak ere).

Lea-Artibai eskualdea ohituraz lehen sektoreari oso lotura egon den eskualdea izan da. Gaur egun ere sektore horri lotutako lan jardueren ehunekoak Bizkaiko beste edozein eskualdetan baino altuagoa izaten jarraitzen du. Zoritxarrez, ordea, lehen sektoreak izugarriko beherakada jasan du azken urteetan. Hori dela eta, beste aktibitate batzuetan pentsatzen hasi beharra ikusi da: horietako bat akuikultura izan daiteke. Akuikultura gaur eguneko eta etorkizuneko arrain eskaria asetzeko aktibitate izango da. Gainera, azken hamarkadetan, animalia ekoizpenen artean hazkuntzarik handiena izan duen sektorea da. Era horretara, epe ertainera, nekazaritza eta abeltzaintza besteko normaltzat joko dugu aktibitate hau ere.

Horrez gain, populazio aldetik gero eta gehiago garenez, eli-



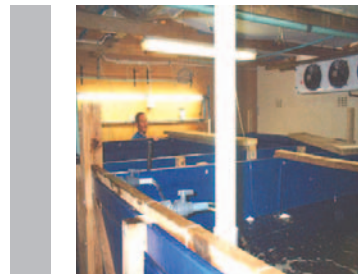
kagai gehiago beharko ditugu. Itsasoaren kasuan, adibidez, gehiegi ustiatu da, eta nekazaritza eta abeltzaintza egin den bezala, akuikultura aktibitateak ere martxan jarriko dira Euskal Herrian. Akuikulturak, giza kontsumorako ekoizpenak lortzeaz gain, itsasoa birpopulatzeko helburua ere izan dezake.

Duela gutxira arte, akuikultura munduko eta penintsulako beste leku batzuetan garatu izan da gehienbat, dauzkaten itsas baldintzak eta eremu geografikoa egokiagoak izan direlako. Gaur egun, ordea, akuikultura ekoizpenak lortzeko teknologiek izugarriko aurrerapenak izan dituzte, eta hori dela eta, gaur eguneko errealtatea da Euskal Herrian espezie desberdinak haztera dedikatu gaitzkeela.

Hori kontuan izanik, eta eskualdeak lehen sektorearekiko duen lotura ikusirik, arrantza sektorearentzat, industria auxiliarrentzat edo enpresa sustatzaile izan nahi duten partikularrentzat aukerak sortzen ari dira.

Beraz, akuikultura eskualderako aukera izango da, lanpostuak mantentzeaz gain, negozio aukera berriak sor ditzakeelako. Itsasoan gero eta gutxiago aurki ditzakegun espezieen kultibo lanetan (itsasoan semi-intensiboan edo lurtean intensiboan) eta hark izango duen industria auxiliarreko ekoizpenean eta ingeniari lanetan sortuko dira aukerak, besteak beste.

Era berean, nabarmentzekoa da akuikultura produktuak gero eta gehiago hurbiltzen direla itxuraz eta zaparez itsasotik eratorritako produktuei. Zergatik? Lehen esan bezala, izugarriko aurrerapenak egon direlako akuikulturako alor guztietan, baita haien elikaduran ere. Ondorioz, gaur eguneko, gaitza gertatzen da hazkuntzako



arrain, molusku edo krustazeoak basatiengan-
dik bereiztea ahora sartzean. Beraz, duela gu-
txira arte kontsumitzaileak zuen pertzepzio ez
hain ona asko aldatu da, jada gizarteak oso
bameratuta eta onartuta dituen produktutzat
baititu.

Honetaz guztiaz oharturik eta Azaro
Fundazioaren helburu nagusia eskualdeko
sare industrialak kontsolidatu eta enpresa
berriak sortzea izanik, *Behatokia*-n, akuikultura
negozio aukera berriak identifikatzeko sektore
estrategiko bezala identifikatu da. Zergatik?
Itsaso eta arrain transformazioaren inguruan
Lea-Artibai eskualdean dagoen ezagutza
baliogarria aprobetxatuz, negozio aukera
berriak martxan jartzeko aukerak ikusten dire-
lako.

Eskualderako aukerak egongo direla jakin-
da, Azaro buru-belarri ari da lanean jada mar-
txan dituen enpresa proiektu batzuk lantzen.
Era horretara, Azarok bere zerbitzuak eskain-
tzen dizkie ideiarenekin bat daukatenei edo aukera
posibleak ikusten dituzten enpresei zein nor-
banakoei. Azarok kontraste lanak egiten ditu
ideia hori gauzatzea bideragarri izan daitekeen
edo ez jakiteko. Akuikultura, eskualdean errea-
litatea izateaz gain, ekonomi iturri garrantzitsua
izan daiteke hamar urte barru. Negozio ideia
posibleren bat izanez gero eta aukera posible-
ren bat ikusiz gero, norbanako ekintzaile
modura edota enpresa modura, Azarok kon-
traste lan bat egin ahal du. Kontraste lan
horrek erakutsiko du ideia hori gauzatzea bide-
garri izan daitekeen edo ez.

Horrenbestez, hemendik hamar urtera aku-
ikultura, eskualdeko errealitatera egokitutako
jarduera ez eze, ekonomi iturri garrantzitsua
ere bihur daiteke.

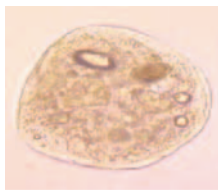


AKUIKULTURAREN BESTE EKOIZPENAK ▶

Itsasoko produktu bakarrak ez dira
arrainak, eta akuikulturak ez ditu
baztertzen algak, muskuiluak eta
itsaskiak. Munduan gehien hazten
diren animaliak arrainak badira ere,
Europar moluskuen hazkuntza
dago zabalduen. Europako sukal-
daritzan algak ez dira maiz erabil-
tzen, eta biltzen diren alga gehien-
gehiak farmazia eta elikadura
industrian erabiltzen dira; baina

Asian egoera oso bestelakoa da,
eta alga-hazkuntza etorkizuneko
jarduera izango da. Gaur egun,
Asian, gutxi gorabehera, 2,5 milioi
tona alga ekoizten dira.

Ohikoa ez den arren, beste ekoiz-
pen bat ere badago: perladun
ostrarena. Pertsiar Golkoan eta
Pazifikoaren iparraldeko irletan
ekoizten da, aberatsen gozamene-
rako.



Azaroko *Behatokia*-n negozio aukera berriak identi-
fikatzeak akuikulturaren inguruan egin diren azterketa
batzuk:

- ▶ **Elikagai mikroenkapsulatuak:** arrain larbei zuzenduriko elikagai ekoizpena mikrokapsulen bidez.
- ▶ **Makroalgak:** Algen ekoizpena edo bilketa negozio aukera bezala arrantzaleentzat, arrain lantegientzat,...
- ▶ **Haztegi hiper-intensiboak:** Noruegoak duten arrain haztegi-tako instalazio patentatu batzuk ea EAEn martxan jar daitezkeen haztegi-tarako baliagarriak izan daitezkeen edo ez kontrastatzea.
- ▶ **Itsasoko akuikulturarako kaiolak:** Jakin merkatuan dagoen teknologia zenbateraino dagoen garatuta eta frogatua, kokapen posibleak ezagutu,...
- ▶ **Itsas espezieen identifikazioa:** Euskal Herrian hazteko lehiakorrek izan daitezkeen akuikulturako espezieen identifikazioa.
- ▶ **Akuirologiako espezie konkretu batzuen hazkuntza:** Akuirologiako ze espezie diren gehien eskatzen direnak eta hauek hazteko kontuan izan behar dena identifikatu.
- ▶ **Rezirkulazio sistema finlandiarra arrain haztegi-entzat:** Eskaintzen duten teknologiaren abantailak eta aplikazioak.

LEIHATILA

DIRU LAGUNTZAK ▶

NEKAZARITZAKO USTIATEGIEN-TZAKO ETA LANDA EREMUAK GARATZEKO ETA EGOKITZEKO LAGUNTZAK

Xedea: Nekazaritzako ustiatagietako inbertsioetarako laguntzak.
Epea: 2008/10/30

BIZKAIBERRI ZERBITZUAK

Xedea: Bizkaiko Foru Aldundiak estrategia eta kudeaketan; ekoizpen prozesuetan; produktu eta zerbitzuetan eta pertsonetan eskaintzen dituen zerbitzuak erabiltzeko laguntzak.
Epea: 2008/10/30

XERTATU

Xedea: enpresetan gizarte erantzukizuna kudeatzeko sistemak ezartzen laguntzea.
Epea: 2008/10/31

OHSAS 18001

Xedea: OHSAS 18001 ziurtagiria lortzeko edo berritzeko diru laguntzak.
Epea: 2008/11/14

MIKROENPRESA DIGITALA

Xedea: Ordenagailuak erostea, Internetera alta ematea eta hasierako 6 hilabetetako kuotak eta birus-kontrako softwarea diruz laguntzen ditu.
Epea: 2008/12/31

EKIPAMENDU PRODUKTIBOETAN MODERNIZAZIOA

Xedea: industria enpresetan makina berriak jartzeko inbertsioetan laguntzak, kentzen den makina txatar bihurtuz.
Epea: 2008/12/31

BARNE EKINTZAILE

Xedea: Dagoeneko sortuta dauden enpresetatik oinarri teknologiko edo berritzaileko enpresa proiektu berriak sortzen laguntzen du.
Epea: 2009/12/31

ONDORENGOTZA

Xedea: Enpresa familiarra denean, ondorengoei eskualdatzea planifikatzen laguntzen du.
Epea: 2008/12/31

BERRIKUNTZA AGENDA

Xedea: Enpresetan diagnostikoa egin eta berrikuntza proiektuak proposatzen dituen agenda bat zehazten laguntzeko aholkularitza zerbitzuetarako diru laguntza.
Epea: 2009/12/31

ALDATU

Xedea: Enpresetan berrikuntza proiektuak garatzeko diru laguntza
Epea: 2009/12/31

Informazio gehiagorako DEITU:

94 6169172
94 6169088

Leartibai
Garapen Agentzia

azaro
fundazioa