

hazi

LEA-ARTIBAIKO EKONOMIA ALDIZKARIA

2008ko ABENDUA

13. ZK. • 4.urte



JOSE LUIS JIMENEZ BREA

[INNOBASQUE]

**Etorkizuneko
beharretara
egokitzeko garaia**

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
Ikuspegi Orokorra	04 - 05
Lehen sektorea	06
Kontserberak	07
Automozioa	08
Eraikuntza	09
Merkataritza	10
Turismoa	11
Leihatila	12



CAJA LABORAL
EUSKADIKO KUTXA

EDITORIALA

Krisiak aukerak ematen ditu!

Krisia gora eta krisia behera, ez dugu besterik entzuten azkenaldian. Besterik entzuten ez badugu ere eta batzuk aspertzen hasiak egongo badira ere, argi geratzen ari da aurre egin beharreko arazo larria dugula.

Ez da aditua izan behar gizartean gertatzen ari diren aldaketek eragiten dituzten ondorioez ohartzeko, globalizazioa denera iritsi da! Horren ondorioak nabarmen jasaten hasiak gara euskal enpresetan; lan karga baxuagoak, margen txikiagoak, .. zergatik? Mundu mailan sortzen ari den lehia-kortasunarengatik.

Hala ere, munduko beste herrialdeak ez dira mehatxu bezala hartu behar, aldaketa arorako aukera bezala baizik. Adituek diotenez, 3. iraultza industrialia izan daitekeena gertatuko da, aldaketa aroa izateaz gain, aro aldaketa izango baita.

2008. urtea berrikuntzaren urtea omen da, eta datozenak ere hala izango dira. Orain martxan jarri diren berrikuntza tresnak-metodologiak jada emaitzak ematen hasiak dira, bai enpresa handi eta baita txikietan ere. Berrikuntza metodologia hau ezarri duten askok, momentuz, beraien bizi-iraupena ziurtatu dute. Hori bai, argi geratu behar da berrikuntza etengabeko prozesu bat dela, ez dela behin bakarrik egin beharrekoa, eta gutxiago gaur eguneko egoeran!

Berrikuntza prozesuen helburua enpresa bakoitzaren desberdintasuna edo besteekiko izan dezaketen bereizgarritasuna bilatzea da. Merkatuko aukera berriak identifikatu behar dira, nitxo berriak, bezeroen beharrak hobeto asetzeko formulak, ... azken batean, gaur egungo eta etorkizunerako beharretara egokitu behar dira enpresak.

Aldaketa aro eta aro aldaketa dugun honetan, merkatuko beharrak aztertu eta diferentziazio edo besteenganako bereizgarritasuna aurkitu behar da. Ezinbestekoa da bilatzeko ahalegina egitea, berrikuntza aukerak aurkitu nahi badira. Gainera, administrazioak horretarako laguntzak-erraztasunak ematen ari dira, bai ekonomiko zein aholkularitzakoak.

Egia da gaitza dela krisialdiei aurre egitea, baina orain ar-tekoekin gertatu den bezala, gerrikoa estutu eta daukagun onena ateratzea lortu behar dugu. Ez dago ezinezkorik, saiatu egin beharko gara.

Beraz, krisia aukera da! Zure bezeroekiko edo sektoreekiko dituzun ezagutzak aprobetxatu, eta erabili berrikuntzarako eskuragarri dauden tresnak-metodologiak.

Orain ez dago aitzakiarik krisiari aurre ez egiteko!

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)

Sarrera

Egoera aztertu eta aurrera begirako erronkak eta estrategiak lantzen dira jarraian, sektorez sektore zein Innobasqueren eskutik.

INNOBASQUE

OINARRIZKOENA PERTSONAK DIRA, eta erakundeek pertsona guztien parte-hartzea utzi behar dute

JOSE LUIS JIMENEZ BREA

[ENPRESA ERALDAKETA ZUZENDARI NAGUSIA]

Gaur egun, gehien entzuten den berba krisia da.

Zein esango zenuke dela krisiaren kontrako berba?

Aukera. Krisiaren ondoren sortuko diren gakoan analisisian oinarritutako aukera, batez ere. Beste batzuen aldean egoera hobean egon gaitzeko, kontuan hartuta etorkizunean egongo den testuingurua, kontzeptu bik baldintzatuta: globalizazioa eta azaleratzen ari diren herrialdeen garrantzia.

Zelan egin behar diote aurre EAEko enpresek gaur egungo kontrako egoerari, batez ere Lea-Artibaikoei?

Krisi honek pertsonen ahalmena ipiniko du agerian, eta horretxek nabarmentzen gaitu. Kudeaketa era guztiak prozesuei etekina ateratzean, kalitatea hobetzean eta lehiakortasuna hobetzean oinarritzen dira, baina era horrek eraldatu egingo dira: sormen prozesuak eta hartu-emanetarako prozesuak hobetzea izango da etorkizunerako giltzarria.

Ze gomendatuko zenieke enpresei etorkizunean lehiakorrak izaten jarrai dezaten?

Erakunde handiak departamenduetan antolatzen dira, eta orain departamentu horiek bata bestearekin hartu-emanetan jarri behar dira, enpresako hainbat esparru gainjarriz. Hortik, liskarrak sortuko dira, baina, era berean, sormena ere indartuko da.



Antolakuntza era honetan, pertsona da oinarri, eta taldeak sortzen joango dira, gaur egungo antolakuntzaren paralelo?
 Hori da, behin-behineko taldeak sortzen dira hainbat departamentutako pertsonen artean. Gidari bat dago arazoak konpondu edo erronka berriei aurre egingo diona, eta ez daukana zertan ohiturazko antolakuntza ereduko arduradun edo liderra izan. Beste alde batetik, erakunde txikiek proiektu partekatua eta asmo berrien ideia euren baitan daukate.

“ Sormen prozesuak eta hartu-emanetarako prozesuak hobetzea izango da etorkizunerako giltzarria ”

Egon daiteke arazorik zeregin berriak euren gain hartzeko kontrako jarrera eduki dezaketen pertsonekin?

Pertsonak berez-berezoak ditu sormena eta berrikuntza. Berrikuntzaren definizioetako bat zera da, «aldaketa, berritasunak sartuta gauzak aldatzea». Ezagutzari esker, gauzak aldatu egiten dira; hortik, ezagutza gehiago sortzen dira, eta horrek berritasuna bultzatzen du. Edozein aldaketan pertsona batzuk sentiberago dira, eta beste batzuk haiei jarraitzeko prest daude. Talde horrekin lan egin behar da.

Zeintzuk dira azaleratzen ari diren gaiak Lea-Artibai eskualdearen ezaugarriak kontuan hartuta?

Industria eta finantza sarean sartuta gaude. Horrek hartu-emanak errazten ditu eta horrek, era berean, lehiakor izatera eroaten gaitu. Modu horretara, lortzen den kostu osoa lehiakorra izan daiteke. Baina hori ez da nahikoa merkatu globalizatuertara irteteko, gutxieneko azpiegitura eta neurria behar direlako. Enpresa-ehuna enpresa txikien bidez osatuta dago, eta horrek elkarlanaren beharra dakar. Gainera, elkarlanak hartu-eman berriak ahalbidetzen ditu. Eta, horrela, ezagutza berriak sortzen dira eta berrikuntza sustatzea posible da.

Elkarlanaz ari zarenean, enpresen arteko elkarlanera mugatzen zara?

Ez, elkarlana hainbat eragileren artekoa izan- go da: enpresak, unibertsitatea eta adminis- trazio publikoa. Hiruki horrek dinamika eta abantaila konpetitiboa eragiten lagunduko digu. Epe luzerako ikuspegi estrategikoa da.

Enpresak ezagutzen elkartrukearen dinami- kan sartu behar dira, hori lortu beharra dago. Enpresak jakin behar du unibertsitatearekin, administrazioarekin eta tokiko eragileekin har- tu-emanetan egoteak

enpresarentzat berarentzat garapen dinami- kak dakartzala, enpresa berriak bultzatzen di- rela eta inguruaren garapena indartu.

“ Erakunde txikiek proiektu partekatua eta asmo berrien ideia euren baitan daukate ”

Nondik hasi beharko litzateke elkarlanera- ko bidean?

Oinarrizkoena pertsonak dira. Erakundeek pertsona guztien parte-hartzea utzi behar dute. Enpresa txikiek euren artean elkarlane- an aritu behar dira. Eta hezkuntza egitura ire- kia izan behar da.

Enpresei zera ikusiarazi behar zaie, lekuan lekuko eragileek, inguruaren garapenean la- gundu ezeze, negozioen euren garapenean ere laguntzen dutela.

Zeintzuk dira gakoak?

Berrikuntza, lankidetzeta eta internazionaliza- zioa.

INNOBASQUE

Epe luzera begirako ikuspegia duen proiektua da, 2030 begira jarri- ta, hain zuzen, eta berritzailea da arlo publikoa zein pribatua elkar- lanean ipintzeko ahalmena daukalako.

Bazkideekin egiten da lan. Hainbat esparrutan diharduten 700 bazkide dira (administrazioa, ingeniariak, enpresak,...). Eraldatze atalean, 143 bazkide gara, eta i-taldeetan egiten da lan, alegia, lan taldeetan.

Bigarren aldaketa sozio-ekonomikoaren aurrean gaude:

Eraldaketa sozio-ekonomikoaren hasiera 2008an kokatzen da.

Hiru fasetan banatzen da.

1. Kontzeptualizazioa, 2008an.
2. Mobilizazioa, 2009an. Enpresetan eraldaketa ekarriko du.
3. Eraldaketa eta lekuartzea. Berrikuntzaren bidez etorriko dira.

2009ra begirako ekimenak

Bide publiko-pribatua jarri da martxan. Inpaktu handiko proiektuak ikusi eta garatzen ari dira.

Balio proposamena emango zaio Innobasquen parte izateagatik:

- Prospektiba: gerora begirako gakoak, aldaketak, ... aurreikustea ahalbi- detuko du
- Hartu-emanen kontzeptua: beste testuinguru baten hartu-emanetan ja- rriko ez zen jendearekin harremanetan jartzea ahalbidetuko die erakun- deei.
- Proiektua bera baino zabalagoa den beste proiektu baten parte hartu ahal izatea.



Lander Arregi

Itsasmendikoi nekazaritza, arrantza eta elikaduraren sustapenaren alde lan egiten duen enpresa publikoa da. Bere zerbitzuak Euskadi osora zuzentzen ditu, eta lau egoitza ditu, honako herrietan: Arkaute, Derio, Fraisoro eta Pasaian. Bertako zuzendaria da Lander Arregi.

Ze zerbitzu eskaintzen ditu Itsasmendikoik?

Bi esparru nagusitan egiten dugu lan, batik bat, formazioa edo trebakuntza eskaintzea eta lurralde garapena bultzatzea da gure lana. Formazioaren barruan, nekazaritzarekin eta itsasoko aktibitateekin lortutako trebakuntza integrala eskaintzen dugu.

Zer laguntza mota eskaintzen dituzue?

Formazioari dagokonean, eskaintutako trebakuntza ezberdina da publiko/bezeroaren arabera. Gazteentzat trebakuntza profesionala eskaintzen da; helduentzat, etengabeko hezkuntza; eta azkenik, laneratzearen alde ere lan egiten da, ekintzailetasunean oinarrituz. Lurralde garapenean edo landa-garapen arloan, berriz, normalean, nekazaritza eta arrantza alorretan egiten da lan. Lurralde garapena bultzatzeko, dibertsifikazioaren garrantzian oinarritzen gara; hau da, lurraldeak edo eskualdeak garatzen joan daitezten, ez da eskusiboki arrantza edo nekazaritza bultzatzen, sektore ezberdinen arteko osagarritasunean sinesten da. Ez da bultzatzen sektore bakarraren alde lan egitea, horrek lurralde edo eskualdeak sektore horrekiko larregizko dependentsia ekar baitezake.

Lehen sektorearen tendentzia orokorra zein da?

Gaur egun, produktu merkeagoak erosteko joera dago. Horrek nekazal produktuen salmentan eragin zuzena du. Arrantzaren egoera larriagoa da. Horren arrazoiak bi dira nagusiki: alde batetik, gasolioaren prezioa. Izan ere, nahiz eta momentu honetan jaitsi egin den, gorantz egin dezake egoera ekonomikoa egonkortzen den momentuan. Eta beste alde batetik, bitartekaritzak duen pisua, bitartekariak eramateen baitute salmenten portzentaje handiena. Denborak aurrera egin ahala, beste lan batzuk ere sortu dira, eta horrek nekazaritza eta arrantzara bideratutako pertsona kopurua murriztu du. Halere, badaude nekazaritza eta arrantza gaietan interesa dutenak eta bertatik bizi nahi dutenak.

ITSASMENDIKOI

[NEKAZARITZA, ARRANTZA ETA ELIKADURAREN SUSTAPENA]

«Gure enpresek merkatuarekin lotura zuzena dutela adierazi nahi dugu eta berrikuntza bultzatzea da gure helburua»

Lehen sektorean aritzen direnen gaineko daturik ba al duzue?

Euskal Autonomi Erkidegoan urtero 100 pertsona dira euren bizimoduak baserri mundura bideratzea erabakitzen dutenak, Lea-Artibai eskualdea barne. Arrantzaren kasuan, Ondarroako arrantza eskolan ikasten duten pertsonen kopurua nahikoa esanguratsua da; gutxi gorabehera, 15 pertsonako matrikulazioak egoten dira.

Norantz doa lehen sektorearen merkatuaren tendentzia? Zer pentsatzen da honen aurrean sendo mantentzeko?

Bi tendentzia nabarmendu genitzake. Alde batetik, kontsumitzailearen hurbiltasuna –balio erantsia eskainiz bitartekariak ekiditu nahi dira–, eta bestetik, supermerkatuei saltzea. Biak landu beharra ikusten da Itsasmendikoin, lehenengo atalean esfortzu gehiago egin behar delarik.

Zer nolako pausoak ematera animatzen dituzue lehen sektorean dauden enpresak? Zer bultzatzen du Itsasmendikoik?

Hasteko, eurak ere “enpresak” direla kontzientziatzen saiatzen gara. Era berean, gure enpresek merkatuarekin lotura zuzena dutela adierazi nahi dugu, eta berrikuntza bultzatzea da gure helburua. Horretarako, ordea, berrikuntza kolektiboa izan behar da, bai salmenta aldetik, baita produktuaren aurkezpen aldetik ere.

LERRO ESTRATEGIKOAK

- Produktu aldetik, kalitatea da ildo nagusia, gure produktuak bereizteko. Kalitatea, prozesu guztian lortu behar da.
- Tresna berrien erabilera, komertzializazio zuzenagoa: merkatuetan salduz eta Internet bidez salduz.
- Elikagai berriak, produktu berrien garapena. Gizartea aldatzen doa, beraz, gizarteari begirako adekuazioak egin behar dira lehen sektorean ere: plater prestatuak, formatu txikiagoak, osasunarekin lotutako produktuak... Agian, ez da betiko tomateak saltzen jarraitu behar!
- Nekazaritzak paisaia eta naturan duen garrantziaz ohartarazi, sentsibilizatu. Gizakiak baserriari ematen dion balioaz ohartarazi (paisaia bat eskaintzen dio, natura bultzatu...).

EUSKAL KOSTALDEKO KONTSERBERO ARTISAUEN ELKARTEA

«Uste dugu ona dela guk egin duguna: gehiago nabarmendu, berritu eta elkarlanean aritu»

Kontsumitzaileak erraz kontsumitzeko produktua nahi du, osasuntsua, freskoa eta kantitatez ia bere neurria eginda; kontserberak joeretara moldatzen doaz

Mateo Orlando Conservas Denticiko kudeatzailea da, elkarteko enpresetako bat. Bere iritzia jaso dugu sektore hau aztertzeko.

Zeintzuk dira arrain kontserbagintzako datuak?

Sektorea 25 enpresek osatzen dute, eta 1.500 lagun inguruk egiten dute beharra. 2003tik aurrera, hurrengo hiru urteetan, arrantzak gora egin zuen, baina 2007an arrantza ia erdira jaitsi zen aurreko urtearekin alderatuta. Era horretara, 23,6 milioi euro fakturatu ziren, baina, era berean, erregaiaren prezioaren igoera jasan zuen.

Zelako eragina dauka gaur egungo egoerak?

Gaur egungo egoeran kontuan hartu beharreko faktore bi daude, finantzazioa eta eskariaren jaitsiera. Finantzazioari dagokionez, kredituak eta baldintzak murriztu egin dira, eta kri-

siak eskariaren beherakada dakar, ekonomia- ren atzeraldiaren eraginez. Gainera, guri dagokigunez, itsasoaren gainbehera hartu behar da kontuan.

Eta sektorearen eta merkatuaren garapenari dagokionez?

Ez da egoera erraza, ze sektore oso atomizatu da, lehengai gutxikoa, eta kostuak gora eta gora doazena. Horregatik, eta dimentsio txikia daukagulako, elkarlanean dihardugu, eta heldu nahi dugun merkatu eremura heltzen gara. Askotan, helburu ez diren merkatuetan saltzen da. Enpresen arteko elkarlanari esker, baliabide gehiago lortzen ditugu, eta gure bezeroarengana, eta, bide batez, helburuetara heltzen gara, merkatua segmentutan banatuta.

Egoera honen aurrean, nola erreakzionatu?

Krisi egoera baten, uste dugu ona dela guk egin duguna, alegia, gehiago nabarmendu, berritu eta elkarlanean aritu. Horrekin, eskari berriak piztu nahi ditugu, nahiz eta jakin ez dituela fruituak berehala emango.

Nola hasi zen kooperazio prozesu hau?

Lea-Artibai inguruko enpresak batu egin ginen gure produktuen berezitasuna nabarmentzeko premiak bultzatuta. Izan ere, izen berarekin beste arrain batzuk eta beste leku batzuetatik ekarritakoak sartzen ziren.

Bidea luzea izan da. Gure artean konpetentzia garen enpresen arteko adostasuna lortu behar izan dugu. Araudi bat finkatu beharra egon da ondo funtzionatu dezan, eta horren ildotik, produktua sortu. Kanpoko enpresa bat (Kalitatea)

INFO + ▶

Kideak.

Conservas Aguirreoa,
Conservas Dentici,
Conservas Clogero Billante,
Conservas Zizzo Billante,
Conservas Nardin eta
Conservas Echevarria Idoeta.

Elkartearen helburua.

Merkatuari benetako produktua eta desberdina eskaintzea: maila handiko Kantauriko hegaluze kontserbak, ohiko eran landutakoa.

Historia.

Elkartea orain pare bat urte sortu zen Euskal Kostaldeko Kontserbero Artisanuen Elkartearen izenarekin.

Bere baitan kontserba enpresak daude, bete beharreko baldintzak bete eta kontsumitzaileen eta merkatuaren aurrean euren produktuak garbi identifikatu nahi dutenak, lanketa, lehengai eta kalitate aldetik bete beharreko guztiak bermatuta.

ardurutzen da bai produktua bai prozesuak gainbegiratzeaz eta kontrolatzeaz.

Zer ari zarete egiten elkartean?

Produktuaren jatorria eta kalitatea bermatuko litzuzkeen marka sortzeko asmoz hasi ginen. Egiteko era desberdina eta ezaugarri berezieta-ko lehengaiekin egindako produktua daukagula sinesten dugu, balio handiagoa eman nahi genion, gure produktuarentzat bidezkoena horixe zela uste genuen, eta kalitate handiko produktua zela. Eta oraingoz, produktuan berritasunak sartzen jarraituko dugu.

Kontsumitzaileen joerak ezagutzen dira?

Joerak argi daude, merkatu orokorrean, erraz kontsumitzeko produktua nahi da, kopurua handiegia ez izatea, osasuntsua, freskoa, ... Produktuak joera horietara moldatzen ahalegintzen gara, eta elkarte modura, behin eta berriro sartzen ditugu berritasunak produktuan.



RAFAEL M. ATXURRA

[LEARTIKEREO POLIMEROEN ARLOKO I+GKO ARDURADUNA]

«Epe luzera begira, sare industrial ona mantentzeko produktu berrietan ikertu eta garapenean inbertsio handiak egin beharko dira»



Zeintzuk dira automozio sektoreko datuak edo eta sektore horretako eboluzioa?

Automozio sektoreko azken hilabeteetako datuak oso ezkorak dira. Europako Batasuneko datuak hartzen badira, urteko salmenten jaitsiera %15ekoa izan dela ikusten da. Datu horiek espero baino txarragoak dira. Egoera honen aurrean, automozio sektorea administrazio erakundeei laguntza eske hasi da aktibitatea berpizteko eta langileen kaleratzeak ekiditeko asmoz. Automozio Klusterra (ACICAE) eta Eusko Jaurlaritzak lan talde bat jarri dute martxan egoera aztertzeke eta eskarien murriztea saihesteko

neurriak jartzeko (finantzazioaren igoera sektorean dauden 300 enpresa ingururentzat, maileguen baldintzen birnegoizazioa, Gizarte Segurantza eta BEZaren ordainketaren atzerapena). Bestelako neurri batzuk ere eskatu dira berrikuntzarako, lan erregulazioak eragin dien langileen formaziorako eta merkatu berrietarako internazionalizaziorako.

Gure eskualdean sektore horri lotutako hainbat enpresa daude. Gaur egungo egoera kontuan izanda, ikusten al da enpresa horietan aldaketarik?

Gure eskualdearen sare industrialak automozio sektorearekiko oso dependentzi altua dauka. Beraz, egoera horretan lan murrizketak aurreikusitako daitezke. Enpresa handiak hobeto prestatuta egon daitezke, inbertsio ahalmenagatik eta aurrera eraman duten internazionalizazio prozesuengatik. Enpresa txikiek, aldiz, flexibilitate handiagoa erakutsi ahal dute egoera honen aurrean.

Enpresa handiek zein txikiek negoziak dibertsifikatzeko aukera kontuan izan beharko lukete, arriskua murrizteko.

Ze paper jokatzen dute sortzen ari diren merkatu berriek?

Merkatu berriek sektoreko hornitzaileen salmenten kopuru garrantzitsua suposatzen dute. Azkeneko hamarkadan, ekoizpen planta asko zabaldu dituzte hainbat herrialdetan (México, Brasil, Polonia, Chekia, Eslovaquia, Rusia, Rumanía, Txina, India,...). Herrialde horietako batzuk giza mugikortasunaren garapenean hasieran daude, eta horregatik, hurrengo urteetan auto salmenten igoerak espero dira.

Auto marka handiak auto globalaren diseinuaren atzetik ibili dira (aldaketa gutxiarekin herrialde batetik bestera eta planeta osoko merkatuetarako baliagarriak diren autoen

bila). Estrategia hori kostuen murrizketa lortzeko izan da.

Bestalde, merkatu horietan dauden auto ekoizleak beste estrategia bat lantzen ari dira: auto merkeak, herrialdeko ezaugarriei egokituta.

Zeintzuk dira sektore honetan etorkizunera begira hartuko diren edo hartu beharko diren lerro estrategikoak?

Azkeneko hamarkadetan, giza mugikortasunaren igoera izugarrikoa izan da, eta ez da jaitsierarik aurrekusten, populazio handiko herrialdeetan igoera ezinbestekoa izango delako. Etorkizunean pentsatuz eta krisia ziklikotzat emanda, teknologia maila erdi-altua, zorpetze maila baxua eta merkatu/bezero dibertsifikazio altua duten enpresak dira egoera hobean daudenak eta aurrera egingo dutenak.

Epe luzera begira, sare industrial ona mantentzeko produktu berrietan ikertu eta garapenean inbertsio handiak egin beharko dira. Norabide honetan, EAEko automozio sektoreko enpresa hornitzaileak ahalegin handia egiten ari dira ACICAEtik bultzatuta. Horrela sortu da AIC (Automotive Intelligence Center).

Hurrengo urteetan aldaketak ekarriko dituen beste puntu bat sentiberatasun soziala da: garapen iraunkorra, klima aldaketa, kontsumo arduratsua eta abar eta legerien aldaketak (EUROVI ezarpena). Datu lasaigarri bat momentuz, petrolioaren salneurri baxua da, baina ez du luzaro jarraituko horrela, beraz, baldintza hauek guztiak aldaketa geldoa baina iraunkorra ekarriko dute propulsiio sistemetan (hibridoak, elektrikoak, hidrogenoz bultzatutakoak,...) eta interesgarri agertzen diren konbinazioak, batez ere petrolioaren menpekotasunetik urruntzeko helburuarekin.

ASCOBI / BIEBA

[BIZKAIKO ERAIKITZAILEEN ETA SUSTATZAILEEN ELKARTEA]

«Enpresa bakoitzak bere egoera zehatza daukan arren, orokorrean, krisiari aurre egiteko modua ikusten dute»

Azken urteetan oparotasuna izan da eraikuntza sektorearen irudi. Orain, berriz, krisiaz hitz egiten da.

Azken aldiari higiezinaren sektorea bizitzen ari den krisialdia da entzuten dena. Eta eraikuntza hori baino zabalagoa da. Askotan, nahasteko joera dago. Lotuta daude, baina ez dira gauza bera.

Zer gertatu da higiezinarekin?

Azpiegiturazko krisia egon da. Eskariak gora egiten zuen, baita prezioak ere. Aldi berean, merkatuan zeuden baldintzengatik, gero eta etxebizitza gutxiago eraikitzen ziren. Merkatu libreko zein babestuei buruz ari naiz. Azken bi urtetan, berriz, prezioak asko igo direnez, behera egingo dutelakoan dago jendea. Horren aurrean, salmentak gelditu egin dira. Logika horrek estatu mailan balio du, baina hemen ez.

Estatu mailako eta Euskal Herriko egoerak bereiztu dituzu.

Estatu mailan, azken urteetan, bikoiztu egin da etxebizitza berrien eraikuntza. Bizkaian, epe berean, 8.000 etxebizitza egitetik, 4.000 etxebizitza inguru egitera pasa gara. Horrek ibilbide zeharo ezberdinak egin ditugula jartzen du agerian. Komunikabideetan etxebizitzaren boom-ari buruz hitz egitean, ez dira ari hemengo egoeraz. Hemen finantza-krisiaren eragina nabaritu dugu zuzenean: gero eta zailagoa da kreditu bat eskuratzea. Sustatzaileak ere egoera berean daude. Ondorioz, salmentak gutxitu egin dira, eta ez dira etxebizitza berriak eraikitzen.

Zuen elkarteko kideek nola bizi dute egoera hau?

Bizkaian, ez dago enpresa handiegirik. Horrelako egoera baten aurrean, hori abantaila da. Izan ere, arriskuak ez dira enpresa handienak bestekoak. Baina finantza-krisiaren eragina nabaritzen dute. Hala ere, eta enpresa bakoitzak bere egoera zehatza daukan arren, orokorrean, krisiari aurre egiteko modua ikusten dute.

Lurzoru lege berriak ze eragin eduki du etxebizitzak eraikitzeke orduan?

Lege berria planteamendu guztiz berria egiteko aukera ederra izan zen. Legearen borondatea etxebizitza babestu gehiago egitea izan zen; baina gauza bat borondatea da, eta bestea zein bitarteko erabiltzen dituzun hura

betetzeko. Etxebizitza promozioetan %75 babestuek izango direla esatea zilegi da. Legeak ez ditu kostuak aurreikusten, os-

tera. Etxe horiek eraikitzea salmentarekin lortuko dena baino garestiagoa bada, alboan dauden merkatu libreko etxebizitzek hor sortzen den

aldea ordaindu behar izaten dute. Gauzak horrela, arriskuak handitu egiten dira, eta etxebizitzarik ez da egiten.

Bizkaian zer egin liteke etxebizitzaren eraikuntza dinamizatzeke?

Lortu beharrekoa etxebizitza gehiago egitea da. Horretarako, babestuek garestitzeaz hitz egiten denean, zera esan nahi da: hobe

Bizkaian, eraikuntza sektorean, orotara, 40-45 mila langile daude. Sektore oso atomizatu den arren, probintzia mailako 250 enpresa garrantzitsuenak Bizkaiko Eraikitzaileen eta Sustatzaileen Elkarteko (ASCOBI-BIEBA) bazkide dira. Bertako gerentea Iñaki Urresti (Ondarroa, 1962) da.

da promozioak aurrera egiteko etxebizitzaren prezioa %10 garestitzea, promoziorik ez egitea baino. Zer da hobe, 1.000 etxebizitza 100 eurotan egitea ala 2.000 etxe 110 eurotan egitea. Sustatzaileek nahiago dute prezioa egonkortuta egotea, arriskuak nabarmen jaitziko bailirateke. Askotan lurra erosi egin behar izaten dute, ordea, eta gero horrek dakarren gastu ikaragarriari aurre egin behar zaio.

Gobernuak zer bait egin beharko luke hori aldatu aldera?

Etxebizitzaren prezioa adibidez %200 igo bada, baina lurzoruarena %500 igo da. Sustatzaileek bideragarriak ez diren promozioak ez dituzte egingo. Etxebizitza edukitzea eskaera sozial bat da, eta horri erantzuna emateko konponbideak jarri beharra dago. Gure ustean, egin beharrekoen artean, lurraren prezioa nolabait erregulatzea dago.

“Gure ustean, egin beharrekoen artean, lurraren prezioa nolabait erregulatzea dago”



Iñaki Juaristi

GATC / MLTK

[MERKATARIEN LAGUNTZA TEKNIKORAKO KABINETEA]



«Beharrezkoa da premiak birtute bihurtzea»

tzak bere historia bizi izan duen. Dena dela, orokorrean, azkenengo urteotan, Lea-Artibaiko merkataritzak ez du gainontzekoek ikusi duten oparotasuna ikusi.

Zergatik?

Eskualdeari bereziki eragiten dioten fenomeno batzuk egon direlako tartean, batez ere, arrantzaren krisia. Gainera, bertoko bizilagun askok eta askok Durangaldean, Bilbon eta inguruan erosteko joera daukate.

Baten batek esan ahal du: “oparotasun garaian gauzak oker joan badira, zelan joango dira krisi garaian?”

Ez dago zertan oker joan. Gerta daitekeena da krisi garaian Lea-Artibaiko merkataritzak posizioa mantentzea edo, beharbada, hobetzea, ondo jokatzaren badaki, bertoko bizilagunak fidelizatzen baditu eta eskualdean bertan kontsumitzera ohitzen hasten badira, ez merkatarientzat hobe delako, eurentzat hobe delako baino.

Krisiak era batera edo bestera eragin dezake...

Merkatari bakoitzaren arabera, konponbide bat edo beste hartuko da. Salmentetan jaitziera handiena nabarmenduko duten merkatuak etxearekin eta autoekin zerikusia daukatenak izango dira.

Sektore berean, konponketa enpresek (tailerrek eta laguntza teknikoak eskaintzen duten zerbitzuek) negozioa handitzen zaiela ikusi ahal dute, autoak zein elektrogailuak zaharkitu ahala, konpondu behar handiagoa edukiko dutelako. Moda eta oinetako sektoreetan, produktu garestien salmenta jaitziera eta gastu hori produktu merkeagoetara bideratzeak eragin dezake aldaketa.

ESTRATEGIAK

Puntu honetara helduta, beharrezkoa da premiak birtute bihurtzea, eta egoera okerrari zer edo zelan aurre egin ez eze, buelta ere eman ahal zaio, estrategia hauek erabilita.

- Premiako produktua daukaten merkatuak (elikadura eta drogeria): Aurrezki irudia eman behar da, ez bakarrik beherapenetara eta marka zuriko produktuak eskainita, ezbadaze baita erosketak etxera eramateko zerbitzua- ren berri emanda ere.

- Pertsonaren ekipamenduan aritzen diren merkatuak (arropa, oinetakoak,...): egin beharreko lehenengo zeregina komunikazioa litzateke, eta bigarrena, prezio merkeagoa eskaintzea, denda herrian bertan dagoela nabarmenduta.

- Etxea homitzeko dendak (altzariak eta gremioak): sektore korapilatsuen izan daiteke. Kasu honetan, bankuekin eta kaxekin negoziatu beharra egongo da bezeroek finantzazioa izan dezaten.

Guztietan, dendetara heltzeko ez dagoela autorik hartu beharrik eta horrek dakarren aurrezki nabarmendu beharko da.

KRISI AURREAN DAUDEN AUKERAK

Egoera honek mehatxu ugari dakartza, baina baita aukera batzuk ere.

- Gastuaren ihesaren murrizketa: bezeroek ikusten badute bertotik kanpo erostea etxe alboan erostea baino garestiagoa dela, gastu bolumen handi bat bertoko merkatura bideratu ahal da.

- Bertoko turismora buelta: Lekeitio moduko herriak berriro udako oporretarako lekutzat aukeratu ahal dira, eta turista horiek beste diru iturri bat izan daitezke merkatuentzat.

ONDORIOZ...

Krisia dago, baina Lea-Artibaiko merkatuak daukan ahultasunean krisi hori gaintzeko eta baldintzak hobetzeko aukera aurkitu ahal du.

Ez dute irauten gogorrenek, inguruari hobeto moldatzen direnek baino

CHARLES DARWIN,
Biologoa (1809-1882)

MLTKek aholkulariza zerbitzua ematen die merkatariei. Interesatzen zaizkien gaien gaineko informazioa ematen zaie, araudien gaineko berriak, merkataritzaren inguruko legegintza zehatzaren azalpena, azalera handiko merkatuarena, merkataritza marketinarena eta abar. Era berean, lekuan lekuko merkataritza elkarrekin lan egiten dugu, animazio jardueren garapenean eta sektoreari zuzendutako formakuntzan lagun diezaiegun.

Zein da merkataritzaren egoera azken urteotan?

Ekonomiaren ikuspegitik, azken urteotan egoera ona edo oso ona eduki dugula esan behar, nahiz eta negozio bakoitzak, merkatu bakoitzak, taberna bakoitzak, familia bako-

BASQUETOUR

[EUSKAL TURISMO AGENTZIA]

«Premiazkoa da
atal publikoaren eta
pribatuaren arteko
elkarlana»

Balizko turistentzat bertoko
eskaintzak erakargarriago izatea,
horixe giltza



Mercedes Rodriguez

Basquetour Euskal Turismo Agentzia da, Eusko Jauraritza-
ren Industria, Merkataritza eta Turismo Sailaren baitan da-
goen erakunde publikoa, EAEn turismoaren konpetibitate
estrategiari bultzada eman eta sendotzeko helburuz sortua.

Elkarte publikoen eta pribatuen arteko lankidetzaren fruitu
da, eta zerbitzu hauek eskaintzen ditu:

1. Marketin eta komunikazio esparrua: EAEn turis-
moaren bultzada estatuko eta nazioarteko merkatu garran-
tzitsuenetan gauzatzeaz arduratzen da, baita komunikazio
kanpainez ere.

2. Konpetibitate esparrua: produktu turistiko berrien di-
seinu eta garapen zerbitzua. Azpiesparru bat enpresa, zer-
bitzu eta leku turistikoen kalitate ziurtagiria bultzatzeaz ar-
duratzen da, beste bat inbertsioak aholkatu eta sustatzeaz
eta unitate bat sektorearen berrikuntza dinamizatzen.

Zeintzuk dira aurtengo datuak?

Oraingoz, 2008ko urtarriletik irailera arteko datuak dauzkagu. Bidaia-
rien kopuruak %2,6 egin du behera EAEn, eta gaua bertan pasatzen
dutenak %3,4 gutxiago dira. Hamarkada baten datuek gora eta gora
egin eta gero, atzerantz egin dute. Kezka eragiten digu, eta, horrenbes-
tez, lanerako bi bide indartzea erabaki dugu, bata, egungo egoerari
erantzuten diona, hau da, erantzun azkarra eskatzen duena,
1.000.000 euroko ez ohiko aurrekontuarekin eta promozioa indartzera
bideratuko dena. Eta bestea egiturazko neurriak bilatzen dituen, le-
hiakortasun faktoreetan lan egiten jarraitzea bilatzen duena.

Zeintzuk dira erronkak?

Gure eskaintzaren eta sektorearen lehiakortasuna hobetzea berrikun-
tzaren, kalitatearen, formakuntzaren, inbertsioaren, produktu turistiko
berrien eta promozio estrategia berriaren bidetik.

Jendeak ez ditu oporrak albo batera utzi, krisiak krisi. Krisia be- randuago etorriko da sektorerara?

Egia da oporrak eta aisialdiak gero eta leku finkoagoa daukatela per-
sonen gastu eskeman, baina krisi sasoiari gastuak berraztertu egiten
dira, hori ere egia da. Ondorioz, oporraldia murriztu egiten da, eta kasu
batzuetan, baita baztertu ere. Horren eraginez, lan egin behar dugu
gure eskaintzak ezagunago eta erakargarriago izan daitezen balizko
turistentzat eta erakargarriak diren beste leku batzuen aurrean gure
aukera egin dezaten.

Turismoaren Nazioarteko Erakundeak (OMT) 2020 urtera arte dituen
aurreikuspenen arabera, Europa bisitatuko duten turisten kopurua %6
igoko da. Bidaia-
rien artean daude "Hirugarren Adin Gaztea"ren profile-
koak, kultur maila handikoak, gastu ahalmen handidunak eta bidaiatu,
ezagutu eta esperimendatzeko gogo handidunak. Publiko hauek ez
dute gogoko bakarrik turismo eskaintza ona daukaten lekuak, ez bada-
ze azpiegitura eta zerbitzu eskaintza ona daukatenak ere. Bidaia-
ri hauek gozatu egiten dute prestakuntzen kalitateaz.

Zeintzuk dira arlo publiko zein pribatutik elkarlanean batez ere landu beharko liratekeen esparruak?

Esparru guztietan premia-
zkoa da atal publikoaren eta pribatuaren arte-
ko elkarlana, turistak nora doazen arlo bien ardura da, eta turistek au-
keratzen duten lekua eta zerbitzuak batera ulertu behar dira, bestela ez
baitago eskaintza turistikorik.

Zein da zure ustez eskualdeek eduki behar duten papera?

Eskualdeek zeresan argia eta ordezkazina daukate baliabideak pro-
duktuetan bihurtzerakoan, direla kulturalak, naturalak, etnografikoak,
paisajistikoak eta abar. Azken baten, bidaiariaren mugimendua eragingo
duten elementu erakargarriak izango dira. Era horretara, eskualdeek
paper garrantzitsua daukate bidaiariak aukeratzen duen leku horretan
egingo zaion harrerarekin, baita kanpora begirako sustapenean, ingu-
ruetako merkatuetara begira.

Estrategia dibertsifikazioan datza, eta ez sektore honenganako apustu
esklusiboan.

LEIHATILA

DIRU LAGUNTZAK ▶

BARNE EKINTZAILE

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

EKIPAMENDU PRODUKTIBOETAN MODERNIZAZIOA

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

BERRIKUNTZA AGENDAK

Xedea: Berrikuntza proiektuen agenda definitu, garatu eta berrikusteko kontsultorea kontratatzearen laguntzak.
Epea: 2009/12/31

MIKROENPRESA DIGITALA

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

PATENTEEN ESKARIAK EGITEKO LAGUNTZAK

Xedea: Tramitazioko gastuen %50eko finantzazioa
Epea: 2009/09/15

ALDATU PROGRAMA

Xedea: Berrikuntza proiektuak aurrera eramateko pertsonal eta kanpo aholkularitzaren kosteak laguntzen ditu.
Epea: 2009/12/31

ONDORENGOTZA

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

Informazio gehiagorako

DEITU:

94 6169172
94 6169088

Leartibai
Garapen Agentzia

azaro
fundazioa