



Aplikazioak

A.4.- AL nazioarteratzeko

1. Sarrera

Gaur egun, asko dira beren jarduera eta produktuak kanpoko merkatuetara esportatzen dituzten edo esportatzeko asmoa duten enpresak. Hargatik, **kalitateko kanpo-informazioa lortu** behar dute, xede-herrialdeetako lehia-inguruneari buruzko ziurgabetasuna minimizatzeko, eta, informazio horrekin, erabaki egokienak hartzeko.

Pilula honetan, enpresentzat beren nazioarteratze-prozesuetan interesgarriak izan daitezkeen informazio-baliabideak deskribatzen dira. Informazio-iturri horiek hauei buruzkoak dira: politikak, araudiak, sektore-informazioa, misio komertzialak, enpresa-kooperazioa, argitalpenak, estatistikak, merkatu-ikerketak, herrialde-gidak, txosten makroekonomikoak, arriskuen ebaluazioa, laguntza-programak...

2. AL-Nazioarteratzea

Adimen lehiakorreko eredu baten bidez nazioarteratzea **prozesu sistematiko** gisa deskriba daiteke, non enpresak erantzuteko eta xede-merkatuari aurrea hartzeko abiadura antolatu behar baitu.

*Enpresa batean nazioarteratze-prozesua ezartzeko, **faktore gako** batzuk zehaztu behar dira, hala nola baliaabideen kostuak, produktuaren prezioa, hizkuntza, kultura, merkatuaren egitura, tokiko bazkideak, arriskua...*, eta, horrez gain, **erantzun beharreko galdera** orokor batzuk finkatu behar dira, nazioarteratzeko prozesuan aurrera egiten lagundu dezaten. Hauek izan daitezke galdera horietako batzuk:

- Zer produktu/zerbitzu izan daitezke egokienak nazioarteratzeko?
- Zer merkatu izan daitezke interesgarrienak?
- Zer negozio-bolumen eta ezaugarri ditu produktua nazioarteratzeko hautatu den merkatuak?
- Zer lehia dago? Nolakoak dira haren produktuak/zerbitzuak? Zerk bereizten nau lehiakideengandik?
- Nola aurkitu ditzaket han izan ditzakedan bazkideak?
- Zer behar da hautatutako herrialdeetan jarduteko?
- Zer baliaabide eduki daitezke hasteko (laguntzak, solaskideak...)?

Galdera horiei erantzunez, xede-merkatuei buruzko erabakiak har daitezke, dela identifikatzeko zer merkatuetan diren egokiak nazioarteratzeko baldintzak eta nola gauzatu behar den nazioarteratze-prozesua, dela jada dihardugun merkatuetan lehia-posizioari eusteko.

Beraz, galdera gakoei erantzuteko informazio etengabe eta eguneratua izatea funtsezkoa da nazioarteratzeko erabaki hobeak hartzeko. Alde horretatik, badira nazioarteratze-prozesuan lagundu dezaketen berariazko informazio-iturriak; iturri horiek berariazko informazioa ematen dute zenbait herrialderi eta haien negozio-inguruneari buruz.

Hona hemen informazio-baliabide batzuk nazioarteratzeko informazio baliagarria lortzeko.

3. Informazio-iturriak

3.1 Nazioarteko erakundeak

3.1.1 CIA

The World Factbook-ek informazioa ematen du herrialde bakoitzeko alderdi geografikoei, sozialei, politikoei, ekonomikoei... buruz.

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

3.1.2 The World Bank

Munduko Bankuak ranking bat egiten du, herrialde bakoitzean negozioak egiteko erraztasuna ebaluatuz. Parametro bakoitza zehatz-mehatz azaltzen da, eta aukera ematen du herrialdeko irisgarritasunaren, zerga-kargaren, inbertsioak sartzeko eta irteteko erraztasunaren eta abarren inguruko ikuspegi orokorra lortzeko.

www.doingbusiness.org/economyrankings

3.1.3 Ekonomiako Lankidetzeta eta Garapenerako Erakundea (ELGA)

1961ean sortu zen, eta 34 herrialdek osatzen dute. Informazio-egitura zabala ematen du, eta hauek dira aipagarrienak:

Services Trade Restrictiveness Index. Merkataritza-zirkulazioa mugatzen duten politikak, informazioa daukaten negoziatzaileak eta arduradun politikoak eta merkataritza-akordioak lortzeko tresnak identifikatzen ditu.

Trade in Value Added (TiVA). Merkataritza neurtzen du balio erantsiaren arabera, esportatzen edo inportatzen diren produktuei eta zerbitzuei balioa eransten dieten iturrien analisi estatistikoa (bai industriaka, bai herrialdeka) eginez. Adibidez: baliteke herrialde batean egindako produktu batek beste herrialde batzuetatik datozen zatiak edo lehengaiak behar izatea.

Export Credits Arrangement text. Babes ofiziala ematen du esportaziorako kredituak erabiltzeko.

<http://www.oecd.org/>

3.1.4 SME Internationalisation Portal

Askotariko informazioa dauka hauei buruz: enpresa txiki eta ertainen nazioarteratzea, arauak eta araudiak, sektore-informazioa, misio komertzialak eta enpresa-kooperaziorako ekitaldiak.

<https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/smeip/>

3.1.5 Practical guide to doing business in Europe

Informazioa ematen du EBko zenbait hizkuntzatan Europan enpresa bat sortzeko oinarritzko alderdien inguruan, bai eta datuak ere nazioarteko merkatuetan sartzeko, hala nola aduanak, atzerriko salmentak, produktuen baldintzak, kontratu publikoak...

<http://europa.eu/youreurope/business/>

3.1.6 Enpresa txiki eta ertainentzako Europako ataria

Enpresa txiki eta ertainei buruzko informazioa ematen du, bai eta hainbat informazio-zerbitzu eta aholku praktiko ere, hala nola EBko merkatuko arauak, EBtik kanpo negozioak egiteko modua, merkataritza-bazkideak, berrikuntza, ikerketa, egile-eskubideak...

http://ec.europa.eu/small-business/index_es.htm

3.1.7 Market Access Database (MADB)

Alderdi hauei buruzko informazioa ematen du: aduana-eskubideak eta esportazio-merkatu bakoitzean produktu bakoitzari aplikatzen zaizkion barne-zerbak, Europar Batasunaren eta hirugarren herrialde baten arteko estatistika-datuak, esportatzen diren salgaien jatorria eta aduana-lehentasunen sistemaren araberrako kalifikazioa...

<http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>

3.2 Erakunde publiko nazionalak.

3.2.1 Kanpo Merkataritzako Espainiako Institutua:

<http://www.icex.es/icex/es/index.html>

Kanpo-merkataritzaren esparruan gehien bisitatu eta aipatzen diren webguneetako bat da. Han, honako hauek aurkitu ditzakegu: azokak eta ekitaldiak bilatzeko jarduera-egutegia; merkatu-ikerketak eta bestelako dokumentuak; esportatzaileen, elkarten eta organismoen direktorioak; kanpo-

AL nazioarteratzeko.

merkatuei buruzko kontsultak; negozio-plana diseinatzeko aholku pertsonalizatua: ICEX Next, finantzaketa aldeaniztuna, nazioartean negozioa egiteko aukerak, kanpo-merkataritzako estatistikak, esteka interesgarriak, merkatu elektronikoak.

3.2.2 Espainiak atzerrian dituen bulego ekonomikoen eta komertzialen sarea

<http://www.oficinascomerciales.es>

Industria, Turismo eta Merkataritza Ministerioari atxikita daude, eta nazioarteratzeko tresna ofizial espezializatua dira. Informazio ugari ematen dute egoitza duten herrialde bakoitzari buruz: herrialdeari buruzko informazio orokorra, merkatu-ikerketak, herrialdeko gida, inbertsio-fluxuei buruzko ikerketak, Espainiaren eta dagokion herrialdearen arteko aldebiko harremanei buruzko informazioa, txosten makroekonomikoak, sustapen-jarduerak eta esteka interesgarriak, beste zenbait baliabideren artean.

3.2.3 Kanpo-merkatuetako oztopoak

<http://www.barrerascomerciales.es/eu-ES/Paginas/default.aspx>

Merkataritzako Estatu Idazkaritzaren ataria da, eta, han, kanpo-merkatuetan negozioei eragiten dieten oztopoak aurkitu daitezke.

3.2.4 Kanpo-merkataritza

Kanpo-merkataritzari buruzko hileko txostenak lor daitezke urteka, bai eta estatistikak ere.

<http://www.comercio.gob.es/eu-es/comercio-externo/estadisticas-informes/orriak/informes-de-comercio-externo.aspx>

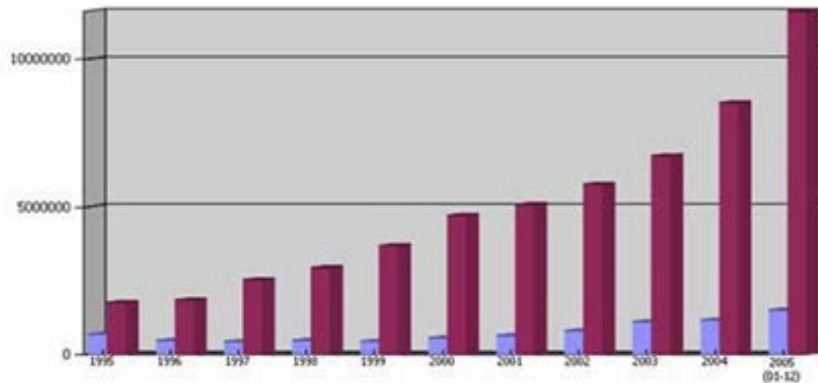
3.2.5 Merkataritzako Estatu Idazkaritzaren datu-baseak.

Kanpo-merkataritzan salerosten diren elikadura-produktuen kalitate komertzialari eta produktu industrialen segurtasunari buruzko legediaren datu-basea: <http://legisla.comercio.es/>

Europako eta Estatu Batuetako merkatu nagusietako hortofrutikulturako produktuen eguneko eta asteko prezioen datu-basea, eta kalitate-arauak: <http://iprecom.comercio.es/>

Datacomex datu-basea: neurrira egindako estatistikak ematen ditu 1995az geroztikako hileko datu ofizial eta eguneratuei buruz herrialdeka, salgaika, fluxuka, erkidegoka, garraioka eta entregaka, bai eta esportatzaileen/inportatzaileen 2000z geroztikako hileko datu ofizialak ere herrialdeka, ekonomia-sektoreka, salgaika eta erkidegoka. Adibidez: ***Txinarekiko harreman komertziala azken 11 urteetan***

Bilakaera, denboran



Txinarekin azken 11 urteetan izandako harreman komertzialaren lerro-grafikoa.

[http://datacomex.comercio.es/.](http://datacomex.comercio.es/)

3.2.6 Garapena finantzatzeko Espainiako konpainia (COFIDES).

Merkataritza-sozietate hori 1988an sortu zen, eta atzerrian inbertitzeko proiektuen finantzaketa ematen du. <http://www.cofides.es/sitemap.php>

3.2.7 Eskualde-babeserako erakundeak

Euskadi - Enpresa Garapenerako Euskal Agentzia (SPRI)

<http://www.spri.eus/eu/nazioartekotzea>

Nahierako zerbitzu bat da, **esportazioak** eta **inportazioak** sustatzeko, **merkatu estrategikoetan** posizionatzera bideratutako jarduerak bultzatzeko, **ezarpen komertzial eta produktiboetan** laguntza teknikoa emateko, bai eta erakunde aldean zuten finantzatutako proiektuetan laguntza emateko ere. Gainera, aholkua ematen diegu Euskadi Europako aliatu onena dela iruditzen zaien atzerriko inbertitzaileei.

3.3 Esportaziorako kreditu-aseguruen agentziak.

3.3.1 Coface Ibérica.

Merkataritza-arriskuak aseguratzen dituen konpainia hori Frantziako COFACE taldeko kidea da, eta 1995az gerotik dago Espainian. Oso informazio baliagarria ematen du ekintzaileak bere proiektua nazioarteratzen hasteko hautatzen duen herrialdeak dituen arriskuak ebaluatzeko. Honako hauek ebalua daitezke: hautatutako herrialdeko sektore-arriskuak, herrialdeko arriskuak, aurreikuspenak eta negozioak egiteko klima.

http://www.cofaceiberica.com/CofacePortal/SP/es_ES/pages/home/risks_home

3.3.2 Crédito y Caución.

1929an sortu zen, eta Atradius taldeko kidea da. Ingurune ekonomikoa aztertzeko zerbitzua ematen du, adierazle hauekin: enpresa-berankortasuna, kreditua eta kaudimena, kanpo-merkatua eta koiuntura.

<http://www.creditoycaucion.es/>

3.3.3 Euler Hermes

Allianz taldeko kidea da. Herrialdekako eta sektorekako aurreikuspen makroekonomikoak jasotzen dituen txostenak ematen ditu, joeren arrisku eta aukera nagusiak barne. Astero, herrialde-arriskuari buruzko buletin bat argitaratzen du.

<http://www.solunionseguros.es/spe/web/espana/otros-informes>

3.4 Enpresa-elkarteak.

3.4.1 Espainiako Merkataritza Ganbera.

Espainiako 88 merkataritza-ganberak eta atzerriko 35ak ordezkaten ditu. Ekonomia- eta enpresa-errealitateari buruzko analisiak eta argitalpenak, datu-baseak... ematen ditu.

<http://www.camara.es/relaciones-institucionales/analisis-y-publicaciones>

3.4.2 Nazioarteko Merkataritza Ganbera.

Munduko enpresa-erakunde hori Parisen sortu zen 1919an, eta kanpo-merkataritza egiten duten enpresek, enpresa-erakundeek eta merkataritza-ganberak osatzen dute. Munduko Merkataritza Erakundearen kontsulta-organoa da. Argitalpen interesgarriak lor daitezke, hala nola: *Merkataritza Agentziaren Kontratuaren NMGren eredia (2015)*

<http://www.iccspain.org/publicaciones/>

3.5 Probintzietako erakundeak

3.5.1 Gipuzkoako Aldundia

Informazioa lor daiteke Gipuzkoako enpresentzako nazioarteratzeko laguntza-programei buruz.

<http://w390w.gipuzkoa.net/WAS/CORP/DMSPortalSubvencionesWEB/inicio.do>

3.5.2 Gipuzkoako Merkataritza Ganbera.

Honako hauek eskuratu daitezke: nazioarteratzeko diagnostikoak, enpresentzat neurrira egindako merkatu-ikerketak, misioen eta azoken egutegia, salgaien

AL nazioarteratzeko.

nazioarteko ziurtagiria, zerga-aholkua, atzerrian enpresak ezartzea, lizitazioak eta proiektuak...

<http://www.camaragipuzkoa.com/eu/nazioartekotzea/nazioartekotzeko-plana-eta-estrategia>

3.5.3 Adegiren nazioarteratzeko baliabideak eta komunikazioak

Honako hauek eskuratu daitezke: Adegiko analisi- eta ikerketa-zerbitzuak Gipuzkoako esportazioaren koiunturari buruz egiten dituen txostenak, herrialde-ikerketak, datu-baseak, lan-aholkularitza, esteka interesgarriak...

<http://www.adegi.es/adegi/recursos-internacionalizacion/index.php?&nav=eu&PHPSESSID=c7d0e61bc30b8487eae757783c2a3f32>