

■ Texto: Nuevo Siglo

■ Fotos: Sara Santos



José Ignacio Torres,
konpainiako zuzendaria.

José Ignacio Torres:

“ekintzaileak zehatz mehatz jakin behar du bere **enpresak** zer eskaini behar duen **merkatuan**”

"The Movie Virtual" 2000. urtean sortu zen, espazio eta objektu birtuallak berreraikitzeaz arduratzen zen enpresa bezala. Erabiltzaileak espazio horietatik ibili eta objektuekin elkarreragiteko aukera du. Mundu erreala ingurune interaktibora eraman nahi zuten, irudikatze murgiltzailearen teknologiaren bidez (errealitate birtuala), bai eta irudi aberasgarriak lortu nahi ere, adibidez, Interneten, enpresa jakin baten barrutik ibiltzeko, prozesuak ikusteko eta produktuak nahi ditugun angeluetatik ikusteko.



Konpainiaiko zuzendari den José Ignacio Torresek azaldu bezala, enpresei, ezagutzera emateko, euren produktuak saltzeko eta markaren irudi jakina transmititzeko lagunduko zien tresna berritzaileak sortu nahi zituzten. *"Une hartan, 'puntocom' modan zegoenean, Internetekin eta honek eskainitako aukerekin zerikusia zuen edozer gauzak, enpresen eta erakundeen atentzioa erakartzen zuen. Ordura arte, hainbat enpresa zuzendu nituen eta garatu nahi nuen lana egiteko prestatzen aritu nintzen. Ni Ekonomia eta Enpresan lizentziatua naiz, eta txikitatik informatikazale amorratua. Enpresa sortzeko, teknologiak ezagutu behar nituen. Beharrezko prestakuntza lortzeko, nire kontura ikasi nuen (programazio-lengoaia eta aplikazio informatikoak) eta, ondoren, enpresa multimedia eta prestakuntzako enpresetan lan egin nuen. Goizetan, zazpi orduz, enpresa beteko gerente gisa lan egiten nuen eta, arratsaldetan, beste lau orduz, garatzaile, irakasle edo ikerlari bezala hainbat enpresatan. Horrela jarri nuen martxan nire ilusio handiena: teknologia berrien esparruan enpresa berritzailea sortzea."*

José Ignacio Torresek gogoratzen du 'The Movie' sortu eta bi urtera, 'puntocom' izenekoen beherakadak eraginda, enpresa eta erakundeek proiektuak geratu edo moteldu egin zituztela. *"Egin behar zituzten inbertsioak geratu egin ziren, eta ezezaguna zen eta epe laburrean ezinbestekoa ez zen zerbitzu batean espezializatu izanak, arazoak ekarri zizkion gure enpresari"*. Enpresarekin aurrera jarraitzeko arazoei aurre egiteko, bere hasierako helburuak aldatu egin behar izan zituen. *"Berehala ikusi genuen ezin ginela paseo birtualak garatzera bakarrik mugatu, teknologikoki oso aurreratuak eta berritzaileak baziren ere. Bezeroek, web aplikagarri osoa garatzeko eskatzen ziguten, beharbada bertan, bisitak egiteko eta objektu birtualak jartzeko. Baina, batez ere, 'The Movie' enpresak hasieran eskaintzen ez zituen eta gaur egun gure negozioaren oinarri nagusi bihurtu diren hainbat zerbitzu eskatzen zizkiguten"*.

- Prozesu horren ondoren, gaur egun zein da "The Movie Virtual" enpresaren jarduera nagusia?

- 2005. urtean, 'The Movie', bi negozio-arlok osatzen dute: lehendabizi, Internetarako eta CD edo DVD euskarrirako errealitate birtualeko teknologiak erabiliz berregite birtualak garatzea. Arlo honetan, I+G+Bn

***"Erakundeek,
lehen hiru
urteetan,
enpresa berriei
jarraipena
egiteko eta
babesteko
mekanismoak
izan beharko
lituzkete,
konpainiaren
kudeaketa
komertzialaren
eguneroko
jardunari
aurre egiteko"***

inbertsio handia egin genuen. Gure bezeroak, honako gai hauekin lotutako erakundeak dira: turismoarekin (turismo sustapena), ondarearekin (eraikinak eta objektuak birtualki birsortzea), eta produktuak modu erakargarrian eta erabiltzailearentzako informazio bisual zabalagoa eskaintzeko premia duten enpresekin (instalazioen aurkezpena, produktuen katalogoa eta makinaren funtzionamendurako prestakuntza) lotutakoak.

Bestalde, bigarren negozio-eremuak honako zerbitzu hauek eskainiko lituzke: bezeroak administra ditzakeen datu-baseak kudeatzen dituzten web orri dinamikoen inguruan aholkatu eta orriak garatzea; Interneten, sustapen-kanpainak garatu eta euren jarraipena egitea; web orriak sortzea eta bezeroak datuak eguneratzea; marketing zuzenerako on-line aplikazioak; merkataritza elektronikoa, eta neurri egindako programazioa (PHP eta ASP). Era horretan, informatu, komunikatu eta saltzen dituzten aplikazioak osatzen ditugu, bezero eta banatzaileekin komunikazio-kanal berriak sortuz. Merkataritza-kudeaketa, on-line salmenta eta web edukien autoadministrazioa babesteko tresnak dira, eta kostuak murriztuz eta diru-sarrerak eraginez, pertsonak esku hartzen duten prozesu eta zereginak automatizatzea ahalbidetuko dute.

- 3Dn paseo birtualak egiten espezializatutako enpresa bat nola bihurtu da, teknologia berrien esparruan espezializatutako aholkularitza orokorra?

- 2000. urtean 'The Movie' abian jarri genuenean, neurri batean, multimedia eta Interneteko enpresen azpikontratazioen bidez lan egiteko asmoa genuen. Baina berehala jabetu ginen azken bezerora jo behar genuela zuzenean, bitartekarien bidez nahikoa lana heltzen ez zitzaigulako. Bezeroak soluzio integrala eskatzen zuela ikusita, jabetu ginen, bisiten ordeztuz, on-line ezartzeko beste hainbat fase bete behar genituela. Merkatuaren errealitatearen aldean aurreratuegiak geunden. Horregatik, web eta extraneteko aplikagarriak garatzeko lan-taldea sortu genuen. Eta arlo hau asko hazi da azken urteetan.

- 'The Movie' enpresak nola gainditu zituen arazo hauek?

- Gure kasuan, 2001. urtean egin genuen lehen irteera garrantzitsua merkatuetara, eta oso harrera ona izan genuen, batez ere, proiektua

"Zehaztasun handienarekin ezagutu behar da zurea bezalako enpresa batetik bezeroek zer nahi duten"

abian jartzen lagundu ziguten erakundeek alde zurratik identifikatutako enpresa-sektoreen artean. Gogoan dut garai hartan, bezero sendoekin oso aukera onak sortu zirela. Hori ikusita, Madrilen ordezkariak komertziala zabaltzeko genuen. Zenbait hilabete beranduago, eta Interneten burbuilaren leherketaren erdian, egiaztatu genuen negozio-aukera horiek guztiak bertan behera geratu zirela, ustez oso seguruak izan arren. Madrilen ordezkariak itxi eta enpresa berregituratu egin behar izan genuen, gure baliabide ekonomikoak oso mugatuak zirelako. Lehen aipatu dudak bezala, konpainiaren helburuak aldatu genituen, eta gure bezeroei euren eguneroko lanean lagungarri izango zitzaizkien web aplikazioak sortzen hasi ginen (eskaera, produktu eta stock-en kudeaketa, lan partea egin, eta abar), bisita birtualak garatzen eta errealitate birtualko aplikazioak garatzeko ikertzen jarraitzeari utzi gabe. Berrikuntzak garatzen jarraitu bagenuen ere, bagenekien inbertsioetarako dirua, lana ematen zuten arloan lortu behar genuela.

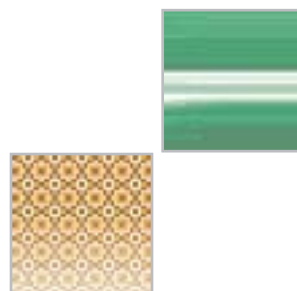
Negozio-eremu berria 2002. urtean sortu zen eta urte hauetan asko hazi da, web erako proiektuak egiteko gure kalitatea asko baloratzen dutelako. Gaur egun oreka lortu dugu, eta oreka horri esker, bistaratzeko aurreratutako teknologien arloan gure espezialitatean jarraitzeko eta berritzeko aukera dugu, eta aldi berean, beste lan eremuaren bitartez, horretarako beharrezko baliabideak sortzen ditugu.

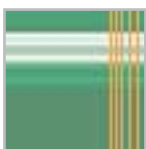
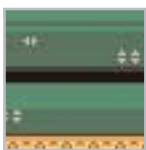
- Une honetan, merkaturatzeko zer ari da prestatzen "The Movie"?

- Gaur egun, programazioa aldatu gabe eta saltzeko argudio berriak sortu gabe, bezero bat baino gehiagori saldu daitezkeen aplikazioekin ari gara lanean. Hots, softwareko soluzio bat "biltzea" deitzen zaiona. Hainbat, merkatura ateratzeko zorian ditugu.

- Bost urte igaro ondoren ikusita, zein izan ziren "The Movie Virtual" sortzeko garaian arazo larrienak?

- Lehendabizi, enpresa abian jartzeko behar zen dirua lortzeko arazoa izan genuen. Bazkideek inbertitutako kapitalaz gain, mailegua lortu behar genuen. Mailegua uste baino gehiago atzeratu zen eta, horrenbestez, ekin beharreko hainbat proiektu atzeratu egin ziren. Bitartean, hainbat





gastu garrantzitsu ordaindu behar ziren. Gure kasuan, I+G+B bezala sailkatutako proiektua zenez, hainbat erakunderen diru-laguntzak jaso genituen (INEM, Eusko Jaurlaritza, Gipuzkoako Foru Aldundia eta Donostiako Udala), baina horretarako, ikerketa-lan handia egin behar izan genuen, zenbait kasutan, administrazioek ere ez zutelako sakonean ezagutzen proiektu ekintzaile berritzaileentzat dauden laguntza eta bate-ragarritasun guztiak. Gaur egun hori konpondu dutela uste dut. Pertsonalki, arlo honetan mugitzeko, asko balio izan zidan enpresa-kude-aketaren arlo guztiak (enpresa-zuzendaritza, kontabilitatea, marketinga, erosketak, eta abar) jorratu behar izan nituen hainbat lanetan izandako esperientziak.

Bigarren arazoa zen, gure produktua oso berritzailea izanda, ez zute-la ezagutzen eta, beraz, ez zegoen produktua erosteko eskaerarik. Horrenbestez, ustezko bezeroei pertsonalki azaldu behar zitzairen produk-tua, eta horrek ahalegin komertzial handia eskatzen zuen.

Hirugarren arazoa, produktuaren edo zerbitzuaren heltze-prozesu luzea litzateke. Harremanen hasieratik lan bat egin eta kobratzen den arte, urte bete baino gehiago igaro daiteke.

"Erakundeek proiektu ekintzaileei emandako laguntza gehienak ekipotan inbertitzea kaltegarria da. Zer gertatzen da gastu nagusia, teknologia berrietan espezializatutako pertsonalak eragiten denean?"

Laugarren zailtasun nagusia, pertsona-taldearen antolaketa izan zen. Hasieran, profesional-talde bat hilabetetan mantentzeko dirurik ez genuenez, prestakuntza egokia baina esperientzia txikia zuten pertsonekin hasi behar izan genuen. Bestalde, errealitate birtualeko inguruneak garatzeko aplikazio zehatzek nola funtzionatzen zuten irakatsi behar nuen. Horrenbestez, negozio-planeari definitutako ekintza guztiak, orokorrean, moteldu egin ziren.

- Zure iritziz, erakundeek zein paper betetzen dute proiektu ekintzaileak babesteko?

- Lehen aipatu dut zenbait diru-laguntza garrantzitsu jasotzen ditugula, eta Bic Berrilan eta Miramon Digitaleko pertsonen laguntza dugula Negozio Plana lantzeko eta lehen harremanak izateko. Halaber, Donostiako Udalaren laguntza izan genuen, bere jabetzako enpresen zentroan kokatu gintuelako. Hori esan ondoren, finantziazioari dagokionean,

administrazioen laguntza gehienak ekipotan inbertitzea arazoa da. Nire ustez, hori ez da nahikoa enpresa ehun berritzailea sortu nahi badugu, informazioaren eta komunikazioaren teknologia berriekin lotutako enpresa askoren gastu nagusia pertsonalak eragiten duelako. "The Movie Virtual" eta antzeko beste enpresa askoren inbertsio nagusia, bertako pertsonala kontratatu eta prestatzea izan da, eta horretarako ez dago laguntzarik. Kontuan hartu beharreko beste gai garrantzitsua da, administrazioek enpresa abian jartzen laguntzen dutela, hori baita ezagutzen dutena. Baina inork ez zaitu laguntzen, adibidez, denbora bat igaro ondoren, gauzak espero bezala ateratzen ez direla ikustean, enpresaren kudeaketa komertzialaren egunerokotasunari aurre egiten. Enpresa asko zabaltzen, eta aurreneko urteetan ixten dira. Zenbait kasutan, esperientziadun jendearen aholkularitzaren eta harremanen bidez, ekintza komertzialak eta produktua edo zerbitzua beste modu batera bideratzeak, enpresa ez ixtea ekar dezakete, bai eta negozio eredu zabaltzea ere. Badira oso enpresa interesgarriak, etorkizunean mozkinak emateko aukera handiarekin; baina aurrera ateratzeko, ikuspegi estrategikoa, eta giza baliabide eta baliabide finantzario handizaleagoak beharko lituzkete. Berrikuntza soberan dugu, baina ezin dugu honekin zerikusia ez duten gaien ondorioz atzean geratzea onartu. Berrikuntza behar bezala egiteko, dirua behar da, bai eta merkatuaren errealitatea ondo ezagutu ere.

- Zure esperientziaren arabera, zein da teknologia berrien esparruan lanean hasiten diren enpresa berrien gabezia nagusia?

- Nire ustez, enpresa ekintzaile askoren hasierako gabezia nagusia arlo komertziala da. Produktua saldu nahi duten merkatuaren inguruan ez dute esperientzia. Azken batean, kudeaketa komertziala, konpainiaren kudeaketa garrantzitsua da. Nik beti diot, administrazio-kudeaketa egiteko, profesional asko kontratatu ditzakezula, baina inork ez diola ekintzaileari lagunduko bezeroak lortzen. Merkatu batean zerotik hastea, eta ezagutzen ez den zerbitzua-rekin, oso zaila eta denbora-kontua da (hori da





dirua). Hasi aurretik bezero bat baduzu, edo lan-zati bat ziurtatua baduzu, laguntza handia da. Nik honako hau gomendatuko nuke: negozioa ofizialki zabaldu aurretik, "eskaerak" izan behar dituzu. Halaber, oso garrantzitsua da merkatuaren azterketa errealista egitea, eta nork, zer, zenbatean eta noiz erosiko dizula esan dizun jakitea. Eta hau, edozein ekintzailek lor dezake.

- Zuretzako, zer izan da zure jarduera ekintzaileko gauza zailena?

- Bezeroak lortzea eta konpainiarentzako eskariak lortzea. "The Movie" enpresaren bost urte hauetako zenbait unetan izan ditugun zailtasun ekonomikoak kezkatu naute gehienbat. Orain, enpresa sendotu dela uste dut, eta horrek neurri batean lasaitasuna ematen du.

- Zuzentzen duzuna bezalako teknologia berrien enpresa bati Gipuzkoak zer eskaintzen dio?

- Enpresa-tradizio handia dago, eta hori oso garrantzitsua da. Halaber bada industria sektore indartsua, eta horrek enpresa berriak sortzen laguntzen du. Bestalde, eta berrikuntzaren esparruari bakarrik begiratu-ta, teknologia berrien inguruan, erosteko aukerak dituzten enpresek kultur falta dutela uste dut. Interesatuak egon daitezkeen enpresek, ez dituzte ezagutzen hainbat elementu, aukera eta garapen garrantzitsu. Beste hainbat kasutan, ustezko bezeroek zenbait produktu teknologiko badaudela ezagutzen duten arren, ez dakite zertarako erabil ditzaketen euren eguneroko lanean. Ez dago marketingaren eta komunikazioaren garrantziaren kulturarik. Teknologia berriak erabiliz, bezeroei, lehiaketa-mailan, hobekuntzak ekarriko dizkieten abantailak ez dituzte aprobetxatzen. Lehiakideek erabiltzen hasi diren arte ez dute horren premiarik ikusi. Aurrea hartu beharrean, besteek egiten dutenaren atzetik joaten dira. Dena den, nire iritziz, Gipuzkoan, inguruko beste lurraldetan baino kultura teknologiko handiagoa dago.

José Ignacio Torresek azaldu du merkatu teknologikoa definitzeko ezaugarri negatibo bat, eskaerak zehazteko denbora gehiegi ematea dela. "Horrek esan nahi du lan handia egin behar dela enpresa finkatzeko", erantsi du 'The Movie Virtual' enpresako zuzendariak, "ezin baituzu, konpainiaren oinarrizko egonkortasuna bermatuko dizuten diru-sarrerara fin-

koekin kalkulurik egin. Kasu askotan, eskaera bat zehazteko, sei eta hemezortzi hilabete bitartean behar duzu, eta hori oso kaltegarria da enpresa txiki batentzat. Eskaintza, enpresa txiki askoren esku dagoenez, egoera hori zaildu egiten da oso lehia gogorra ematen delako. Dena den, azken gai honi buruz esan behar da, konpainiak elkartzeko joera handia ematen ari dela".

- Zein da, hain merkatu lehiakorrean bizirik irauteko modurik onena?

- Bezeroa, enpresaren jardueraren ardatz nagusi bihurtuz eta zein premia dituen antzemanaz. Konpainiako pertsonal guztiari ideia bat transmititu nahi diot; lan guztiek goi-mailakoak izan behar dute (eskainitako produktuan, tratuan eta harremanaren xehetasun guztietan), lanen tamaina eta ezaugarriak edozein direla ere. Eskainitakoak kalitate onekoa izan behar du, bezeroak, antzeko eskaera bat egin behar duenean, beste hornitzaile bati eskatzeko izan dezakeen asmoa ekiditeko.

- Zein dira, zure ustez, proiektu ekintzaile baten arrakastaren oinarriak?

- Proiektuak arrakasta izateko, gauza asko gertatu behar dira. Niretzako, proiektu bat aztertzekeo garaian, lehendabizi, zure enpresak zer eskainiko duen eta nori eskainiko dion zehatz-mehatz jakin behar da. Halaber, negozio-plan zehatza izan behar du, eta gauzak, aurreikusitako denboran gertatzen ez badira, zer egin behar den jakin behar dute. Ekintzaileak, gainera, denbora pasa ahala negozio-eredua egokitzen eta bezeroek zer nahi duten hobeto ezagutzen jakin behar du.

- Zer gomendatuko zenioke ekintzaile berri bati?

- Beti erakundeen aholkuak entzutea eta, aldez aurretik, zer salduko duen eta nori salduko dion zehaztea. Halaber, oso garrantzitsua da sufritzekeo ahalmen handia izatea. Izugarritzako ahalegina egin beharko dugula eta emaitzak ez direla epe laburrean ikusiko jakin behar dugu.

- Zure jarduera ekintzailetik zerk asebeta zaitu?

"Berritu eta arrakasta izateko, dirua behar da, bai eta merkatuaren errealitatea ondo ezagutu ere"

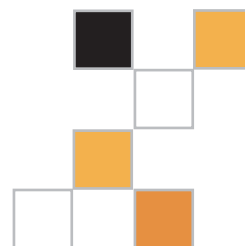


-Tecnologia berrien inguruan lanean aritzea izugarri gustatzen zait. Garapenetan berritzea. Poz handia ematen dit gero eta gauza hobeak egiteak. Halaber, oso gustukoa dut, zer egin diegun ikustean, bezeroen poza antzematea. Gure lan horri esker dirua irabaziko dutela, eta zu eurentzat interesgarria zarela eta berriz hots egiten dizutela ikustea oso atsegina da.

Bestalde, "The Movie" enpresan gure ideiak eta ezagutzak, dirua irabazteko produktuetan eraldatzea oso polita iruditzen zait. Gure adimengaitasunari esker dirua sortzea. Niretzako funtsezkoa da bertan lan egiten dugun pertsonak enpresan gustura egotea, eta gure artean harreman ona izatea. Halaber oso atsegina da, gure gizarteari aberastasuna ekarriko dion negozio-eredua eraikitzea. Egin daitekeela erakustea.

José Ignacio Torresek aipatu du "The Movie" enpresak, azken urteetan hainbat sari jaso dituela: Enpresa Ideia Onenaren lehen saria (Toribio Echeverría, 2000), Turismoa Sustatzeko Proiektu Onenaren lehen saria (Gipuzkoako Bazkundera, 2001), On-line Negozio onenaren lehen saria (Bubber sariak 2002), Enpresako Berrikuntza Teknologikoaren teknologia-saria (Toribio Echeverría, 2003). *"Poz handia ematen du zure lana aintzat hartzen dutela ikustea. Sariak ematen dizkigutenean, beti bada une triste bat; izan ere beti ditut gogoan, gu baino meritu handiagoak, txikiagoak edo berdinak egin arren, saria jasotzea merezi duten gainerako ekintzaileak. Ez dute gure zortea izan eta ia inor ez da haietaz gogoratzen. Ni bai".*

***Ekintzaileak
jakin behar du
lan handia egin
beharko duela eta
lanaren emaitzak
ez dituela epe
laburrean ikusiko***



Tokia: Donostia

Web orria: www.themovie.org

Langileak: 2000

Sorrera-urtea: 6

Jarduera Nagusia: komunikazio-soluzioak, errealitate birtualeko teknikak erabiliz. Aholkularitza-zerbitzuak. Paseo birtualak eta objektu birtualak garatzea, argazki murgiltze bidez.

Tlfn: 902198547

Fax: 943404248

E-mail: info@themovie.org

Web: www.themovie.org

Helbidea: Zumardi Pasealekua, 14. 3.ezq.
20016 Donostia.