

MANUFACTURING

Saizarlan: asas biodegradables

Saizarlan, dedicada a la transformación de plástico, ha lanzado un novedoso producto propio: asas y refuerzos biodegradables para cajas de cartón. **PÁG. 7**



ITSAS-LUR

Kitu procesará sus 'snacks' en Bizkaia

Kitu Foods, firma especializada en 'snacks' saludables que produce en Ecuador, tiene previsto para 2026 procesar y envasar en Bizkaia. **PÁG. 25**



LA FIRMA

"Problemas complejos y nuevas infraestructuras"

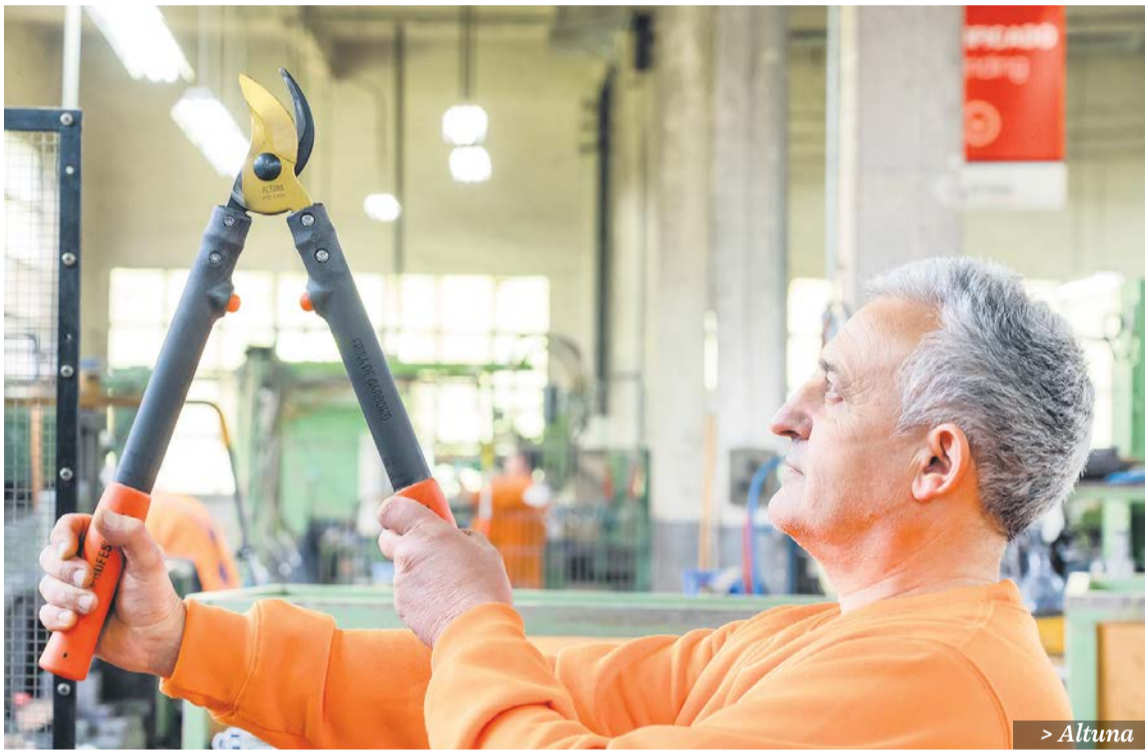
Gorka Espiau, director de Agirre Lehendakaria Center. **PÁG. 9**



ESTRATEGIA

[empresarial]

Desde 1993
Número 692
16 - 30 de junio de 2024
www.estrategia.net



> Altuna

Altuna prevé que las ventas exteriores representen el 50% de su negocio para el año 2027

PÁGS. 2-3



MANUFACTURING

La 32ª edición de la BIEMH, la feria internacional líder en fabricación avanzada en el Estado celebrada en Bilbao Exhibition Centre (BEC), ha dejado un excelente sabor de boca. "Se han hecho contactos de calidad y se prevén inversiones: misión cumplida", aseguraba el director general de AFM Cluster, José Pérez Berdud. **PÁGS. 4-5**

INVERSIÓN

El patrimonio gestionado por Andbank en Euskadi creció un 20%

La firma de banca privada Andbank mantiene la línea de crecimiento mostrada en Euskadi en los últimos años. Su managing director en el País Vasco, Jaime García Pons, apunta que el patrimonio gestionado creció en 2023 un 20%. **PÁG. 34**



ENTREVISTA

"Una de las prioridades de Bilbao Air es captar nuevas rutas"

Inés Zalvide, directora corporativa de Bilbao Air, asegura que el Aeropuerto de Bilbao vive un buen momento. Tras cerrar un 2023 de récord, ha crecido un 14,5% en el primer cuatrimestre y apunta que "una de las prioridades de Bilbao Air es captar nuevas rutas". **PÁG. 28**

ENTREVISTA

"El reto para los próximos tres años es impulsar nuestro desarrollo tecnológico"

Lantegi Batuak ha iniciado este año su nuevo Plan Estratégico. Su director general, Ramón Bernal, desgana la hoja de ruta, que contempla inversiones de 10 millones de euros, y destaca que se han marcado "el reto de impulsar el desarrollo y la transformación tecnológica". **PÁG. 42**



> Zylk

Zylk trabaja en una nueva línea de computación cuántica

La empresa Zylk, con 20 años de experiencia en proyectos de transformación digital basados en 'open source', está trabajando en abrir una línea de computación cuántica, una vez que ha consolidado sus áreas de IA, 'big data' y computación 'edge', "porque tenemos limitaciones de potencia de cálculo", apunta David Olmos, su CEO. **PÁG. 10**



INFORME CIBERSEGURIDAD

LA CRECIENTE DIGITALIZACIÓN LLEVA APAREJADA UN AUMENTO DE LAS AMENAZAS, QUE OBLIGA AL ECOSISTEMA DE CIBERSEGURIDAD VASCO A OFRECER RESPUESTAS INTEGRALES. **PÁGINAS 12-19**



MANUFACTURING

BIEMH cierra una "exitosa y satisfactoria" edición, con más de 38.000 visitantes profesionales. PÁG. 4-5



La digitalización y la apertura de nuevos mercados y de canales de venta son los ejes del Plan Estratégico del centenario fabricante de herramientas de poda oñatiarra que espera crecer un 7% y acercarse a los 11 millones de facturación en 2024

Altuna prevé que el mercado exterior represente el 50% de su facturación en 2027

Xabier Isasa

Cuando en 1960 Altuna, el único fabricante en España de herramientas de corte para agricultura y jardinería ubicado en Oñati desde 1921, tomó la decisión de comenzar a exportar a Argentina y Chile para ampliar a todo el año unas ventas que, debido a que la poda se realiza en invierno, en el mercado nacional solo tenían una actividad de cuatro o cinco meses, abrió una puerta que, más de sesenta años después, le ha dado otra dimensión a esta firma centenaria que hoy en día vende en más de 40 países en todo el mundo. Para este 2024 la compañía guipuzcoana se ha marcado el objetivo de elevar hasta el 40% unas exportaciones que, a día de hoy, representan el 36% de su facturación. Unas sólidas bases que permiten a Altuna apuntar hacia un equilibrio al 50% entre el mercado nacional y el exterior en 2027.

La apertura de nuevos mercados y de canales de venta son, junto a la digitalización, los tres pilares fundamentales del Plan Estratégico 2022-2027 en el que está inmerso la compañía guipuzcoana que, según explica a ESTRATEGIA EMPRESARIAL Gorka Okariz, director comercial de Altuna, "avanza a buen ritmo" cuando nos encontramos cruzando su ecuador. En el último apartado, la digitalización, es en el que han centrado buena parte de sus esfuerzos recientes para hacer frente a los nuevos retos que plantea el mercado, lo que les ha llevado a "estar muy bien preparados para la venta online". Estamos hablando de un aspecto crucial hoy en día que, entre otras cosas, les permite vender desde Oñati en África, Latinoamérica -Chile sigue siendo un gran mercado- y Centroamérica o en el Este de Europa, nichos de referencia para la firma por el peso que tiene la agricultura en el Producto Interior Bruto (PIB) de estas zonas.

Algo "más despacio de lo que nos gustaría ya que somos una pyme y los recursos son limitados", admite Gorka Okariz, avanzan en el apartado de industria 4.0, si bien experimentan los beneficios de la misma en su día a día en cuestiones como "el aumento de la producti-



Parte del grupo profesional de Altuna reunido ante una buena muestra de los productos que conforman su catálogo. > Altuna



vidad y el mayor control de los recursos y del proceso productivo", lo que les ayuda a tomar decisiones más acertadas.

Tres líneas de negocio

La marca Altuna, como tal, fue creada en 1970 y durante un tiempo convivió con su antecesora 'Auste Estana' (irrompible en euskera), nacida en 1942, hasta que se impuso la segunda como única referencia. Ubicada en el mismo lugar en el que se fundó, en la actualidad la empresa cuenta con una planta de 10.000 m² que aúna fabrica-

ción, almacén logístico y oficinas y emplea a 29 personas. A la fabricación de herramienta de poda profesional, que es el 'core' de la empresa, en 1978 se le añadió una segunda línea de negocio, Bikain, que, dedicada a la concepción y fabricación de herramientas y complemento de jardín, se ha convertido en una referencia en España y cuenta con una buena reputación en el mundo. En 1999, por último, aprovechando la estructura comercial de la empresa, nació Dicoal, la tercera y última línea de negocio de la firma que distri-

La tijera de batería, herramienta inclusiva

Las tijeras de batería no sólo representan el futuro en el sector de la poda sino que también traen aparejado el factor inclusivo de posibilitar la entrada de la mujer a un mundo laboral que, tradicionalmente, ha estado muy ligado al hombre. Altuna, presente en la prestigiosa feria Spoga Gafa de Colonia del 16 al 18 de julio, también asistió en febrero a Fima, la feria de maquinaria agrícola llevada a cabo en Zaragoza. En esta última cita, Jesús Mari Otxoa, jefe de Ventas de la compañía, destacó que "la tijera de batería favorece la entrada de la mujer al mundo laboral de la poda ya que, sin apenas esfuerzo y con el mismo rendimiento, pueden llevar a cabo cualquier tipo de poda". En este sentido, Otxoa añadió que ya hay países en los que un 30% de los empleos del sector lo ocupan las féminas.

LOS DATOS

- 2% DEL PRESUPUESTO SE DEDICA A I+D+i
- 36% SUPONE LA EXPORTACIÓN EN LA FACTURACIÓN ACTUAL
- 10 MILLONES FACTURARON EN 2023

buye en exclusiva, únicamente para sus clientes del mercado español, productos de primeras marcas de bricolaje y ferretería.

Reducción del catálogo

Estas tres áreas de negocio llevaron a Altuna a alcanzar los diez millones de facturación en 2023, con un incremento del 7% respecto al año anterior. Para este 2024, con toda la prudencia a la que obliga la inestable situación geopolítica que puede enviar al traste la más optimista de las previsiones, esperan un crecimiento similar al del ejercicio anterior

que les acerque a los 11 millones de facturación.

Una gran relación calidad-precio como principal fortaleza y los diferentes esfuerzos inversores realizados en los últimos tiempos, entre otras cosas, en un potente B2B que refuerce el departamento comercial, permiten a Altuna continuar en esta senda de crecimiento sostenido en la que, además, ha reducido notablemente el catálogo para centrarlo en productos que aporten valor añadido a su porfolio. La seguridad informática, flanco por el que se están viendo atacadas últimamente no pocas empresas, es otro de los apartados a los que han destinado parte de sus inversiones en los últimos tiempos.

Grandes clientes de bricolaje, como Leroy Merlin, forman parte del amplio abanico de clientes de Altuna, que se extiende por más de 40 países, y que incluye desde todo el sector ferretero hasta grandes superficies de alimentación, pasando por la ferretería del barrio. Todos ellos se benefician de la incuestionable vocación por innovar que tiene la empresa guipuzcoana, que destina un 2% de su presupuesto anual a I+D+i. Buena muestra de ello fue la primera tijera fabricada en fibra de carbono, lanzada en 2002, que supuso una revolución en el mundo de la poda al reducir el peso de la herramienta de manera significativa. Más de dos décadas después, la revolución actual en el sector tiene que ver con la que representan las tijeras de batería, un proyecto con mucho recorrido para Altuna, cuyo reto siempre está enfocado en conseguir herramientas más ergonómicas, ligeras y con autonomía.

Novedosos tratamientos

De forma paralela al desarrollo de productos tecnológicamente cada vez más avanzados, la em-



presa oñatiarra lleva tres años trabajando en dotar a sus herramientas de tratamientos y recubrimientos que aumenten más, si cabe, el rendimiento y la durabilidad del corte, reduzcan el esfuerzo en el mismo y eviten la transmisión de enfermedades. El uso del titanio fue un gran avance en este aspecto pero Altuna Profesional trabaja en la actualidad, y es algo que le diferencia sustancialmente de la competencia, en otro tipo de tratamientos que aún puedan elevar más el rendimiento de sus herramientas.



Responsables de Rolls-Royce y de ITP Aero posan ante la maqueta del futuro motor Wingman. > ITP Aero

Wingman es una solución eficiente dirigida a la industria de naves para Defensa

Rolls-Royce Alemania e ITP Aero fabricarán un motor para drones de gran tamaño

Estrategia Empresarial

Rolls-Royce Alemania e ITP Aero trabajarán de forma conjunta en el diseño, desarrollo, fabricación y soporte de un motor Wingman dirigido a propulsar de manera eficiente drones de gran tamaño. Así lo anunciaron de forma conjunta ambas compañías al dar a conocer la firma de un acuerdo en cuya ceremonia, en el salón aeronáutico ILA de Berlín, presentaron una maqueta de la solución de propulsión del motor Wingman.

Dirk Geisinger, presidente de Rolls-Royce Alemania, y Carlos Alzola, consejero delegado de ITP Aero, firmantes del acuerdo, estuvieron a la cabeza de un acto que contó entre su nutrida

representación institucional con representantes de los ministerios de Defensa de España y Alemania, representantes gubernamentales, políticos y líderes industriales. Todos ellos recibieron con los brazos abiertos una solución europea de propulsión que apuntalará las capacidades de diseño y fabricación de motores aeronáuticos en ambas naciones.

Competitividad probada

El motor Wingman es una solución europea capaz de satisfacer los requisitos de desarrollo y coste de producto de varios diseños de drones pesados remotos. El concepto de motor se basa en 'Advance 2', la tecnología de motor más potente y eficiente de su clase, que actualmente propulsa pla-

taformas de aviación comercial y de defensa. El 'Advance 2', la espina dorsal de la familia de motores comerciales 'Pearl', ya ha demostrado su competitividad a nivel mundial y ha sido seleccionado para propulsar cinco tipos de aviones de diversos fabricantes. Esta aplicación de defensa se beneficia de las importantes inversiones que ambas empresas ya han realizado en tecnologías civiles y

de doble uso, lo que la convierte en una solución europea eficiente. René Bernstein, vicepresidente de Defensa de Rolls-Royce Alemania, se felicitó por el alumbramiento de un motor "en el que hemos invertido en los últimos años para garantizar que se puedan cumplir los requisitos operativos y de los clientes para los futuros aviones no tripulados de gran tamaño". De igual manera, se mostró "orgulloso de nuestro enfoque de utilizar tecnología civil probada para programas militares" y destacó que "seguimos aprovechando el valor de nuestra familia de motores Pearl".

Alfredo Alonso, responsable de los negocios de Defensa de ITP Aero, por su parte, señaló que este proyecto "representa una oportunidad única para desarrollar una verdadera solución europea de propulsión de vanguardia para aviones no tripulados de gran tamaño, destinada a respaldar las operaciones de los sistemas actuales y futuros en entornos complejos".

La industria química en Euskadi alcanza los 7.328,1 millones en volumen de negocio

Estrategia Empresarial

2023 fue un buen año para las empresas de la industria química en Euskadi, cuya asociación Aveq-Kimika celebró su 44ª Asamblea General en Bilbao. A pesar de los altos precios de las energías y de las materias primas y de la reducción de los márgenes, la cifra de negocio alcanzada por las 120 empresas que conforman esta asociación fue de 7.328,1 millones de euros, presentando además un elevado porcentaje (94%) de empleo indefinido en sus filas.

94%

ES EL PORCENTAJE DE EMPLEO INDEFINIDO EN EL SECTOR

A pesar de los vaivenes de los precios en las materias primas, de la recesión alemana y de los conflictos en Europa y Oriente Medio, las empresas de Aveq-Kimika también prevén un buen 2024, en parte por los alivios de los costes energéticos.



Las químicas vascas prevén un buen 2024. > Aveq-Kimika

La confianza en el potencial a largo plazo de la industria química, por otra parte, lo demuestran los niveles de inversión en I+D+i, que siguen siendo altos. Unas apuestas económicas que tienen como objetivo principal abordar los retos de la sostenibilidad, la descarbonización para 2050, la neutralidad climática o el futuro del hidrógeno,

principales desafíos que afronta el sector.

Angela Fernández, presidenta de Aveq-Kimika, mostró la urgencia por abordar estas cuestiones estratégicas, dejando claro que las empresas que ya han incorporado la sostenibilidad a su hoja de ruta "están mejor posicionadas para enfrentarse a los desafíos presentes y futuros".