

Cressi-Sub invierte en nuevas tecnologías para incrementar la facturación un 20%

La empresa egarensa es líder en ventas en España en actividades subacuáticas con casi 7 millones de euros

► Invierte casi 300 mil euros para optimizar los procesos internos

► Inology colaboró en definir la estrategia de actuación

J.L.A.

La compañía Cressi-Sub España (www.cressi.net) es actualmente líder en el sector de la fabricación y comercialización de productos para actividades subacuáticas (buceo, apnea, pesca submarina y snorkeling), con una facturación anual cercana a los siete millones de euros, una plantilla de veinte personas y unas instalaciones de casi 2.000 metros cuadrados.

La entidad es filial de la homóloga Cressi-Sub Italia, fundada en 1946, y cuenta con 8.000 productos en su catálogo. Más del 25% de los artículos (2.000 referencias) se fabrican desde su sede central en Terrassa y, además del mercado español, se exportan a la matriz, que los distribuye por todo el mundo.

Pese a este esfuerzo continuo, la empresa se enfrenta, desde hace unos tres años a la incursión de grandes multinacionales con productos de relativa calidad y con precios competitivos que amenazan su posición destacada. Al imparable aumento de competencia se une, en estos momentos, la recesión económica tan conocida y que afecta muy especialmente a las actividades de ocio y al turismo, puntales básicos del tipo de producto que comercializa Cressi-Sub.

Para poder mantener y consolidar su posición predominante en el mercado, Cressi-Sub España ha decidido invertir cerca de 300.000 euros en actualizar la infraestructura técnica de la empresa y optimizar los procesos internos. El enfoque de la entidad es realizar un importante salto tecnológico, mejorando las herramientas de control, logística, producción y organiza-



La compañía, situada en Can Petit, cuenta con unas instalaciones de dos mil metros cuadrados. ARCHIVO



Modelo ya antiguo de gafas submarinas de Cressi-Sub.



Unas gafas submarinas actuales de la compañía.

ción de las líneas de producto y su posterior comercialización.

Para definir el planteamiento, Cressi-Sub España ha establecido en colaboración con Inology (www.inology.com) una estrategia conjunta de actuación que considera las diferentes fases necesarias para garantizar el

éxito de la inversión: estudiar la dinámica actual de gestión, analizar las nuevas necesidades, plantear propuestas de mejoras, considerar ventajas e inconvenientes, documentar las propuestas y, finalmente, desarrollarlas, probarlas en el escenario real y plasmarlas en un nuevo entorno op-

timizado. Este esfuerzo económico y humano tiene unos objetivos de consolidación muy definidos. La previsión inicial de Cressi-Sub España es crear nuevos productos, acceder a nuevos nichos de mercado y fidelizar a clientes actuales. En los 16 años de vida de Cressi-Sub España, la entidad

ha pasado de nueve empleados, un establecimiento de 500 metros cuadrados y una facturación de poco más del millón de euros a veinte empleados, 1.950 metros cuadrados de instalaciones completas y casi siete millones de facturación.

Ahora, este salto tecnológico es un impulso necesario en innovación con el que la compañía tiene previsto conseguir un incremento anual del 20% de la facturación.

SISTEMA MARINO6 DE INOLOGY

El planteamiento técnico, que incluye como parte de los recursos la implementación del sistema de gestión ERP Marino6 creado por Inology, ha sido presentado como proyecto de innovación al Programa Innoempresa 2010 que convoca la Generalitat.

Según el Roberto Terol, gerente de Cressi-Sub España, "el mercado del submarinismo en España está viviendo una situación peculiar, con la creciente presencia de grandes multinacionales unida a una proliferación de productos muy tecnológicos de pequeñas empresas artesanales que han visto en internet una fantástica herramienta de promoción y venta para acceder a nichos de mercado a veces muy deseables. Ello, unido a los efectos negativos de la situación económica actual, nos reafirma en nuestra idea de que solo puede superarse esta situación si se invierte en la mejora continua y se adapta el modelo empresarial, enfocándolo aún más al cliente, optimizando nuestros procesos internos y optimizando costes. Es ahora cuando tenemos que actuar para consolidar nuestro negocio".

LA FRASE

"Pequeñas empresas artesanales han visto en internet una fantástica herramienta para acceder a nichos de mercado a veces muy deseables"

ROBERTO TEROL
Gerente de Cressi-Sub España

Los fabricantes japoneses de coches aumentan producción

Los cinco principales fabricantes japoneses de coches cerraron el primer semestre con fuertes incrementos de su producción mundial, que en algunos casos superan el 60%, gracias a la recuperación de los mercados mundiales. Toyota, el primer fabricante de automóviles, fabricó 4,35 millones de vehículos en seis meses, con un fuerte repunte del 46,8%. Los datos incluyen a sus participadas Daihatsu e Hino. Por su parte, Nissan culminó la primera mitad del año como segundo fabricante japonés de vehículos, con 1,93 millones de autos producidos.

Las empresas, contra el recorte en las infraestructuras

El presidente de la Cambra de Comerç de Barcelona, Miquel Valls, ha considerado "muy preocupante" el recorte anunciado por el Ministerio de Fomento en las inversiones sobre infraestructuras en Catalunya, donde ha recordado que existe un "déficit histórico" del Estado, y ha advertido de que los empresarios "no aceptan" la paralización de obras ya en marcha. Valls exigió al Gobierno que escuche "las reivindicaciones" del tejido empresarial y productivo, ya que el recorte en infraestructuras afecta a obras que inciden directamente en la competitividad.

Vueling sale de pérdidas y gana 7,1 millones de euros

La aerolínea de bajo coste Vueling registró un beneficio neto de 7,1 millones de euros en el primer semestre del año, frente a las pérdidas de 5 millones de euros que experimentó en el mismo periodo de 2009, informó ayer la compañía a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). La compañía obtuvo unos ingresos de 352,9 millones de euros entre enero y junio, con un repunte del 97% gracias a su fusión con Clickair, mientras que su resultado operativo alcanzó los 8,1 millones de euros, un 119% más que en el mismo periodo de 2009.

La pensión media se situó en julio en 884,97 euros

La pensión media de jubilación alcanzó en julio los 884,97 euros mensuales, lo que supone un 3,5% más respecto al mismo mes de 2009, según datos hechos públicos por el Ministerio de Trabajo e Inmigración. La pensión media del sistema, que comprende las distintas clases de pensión (jubilación, incapacidad permanente, viudedad, orfandad y a favor de familiares), se situó al iniciarse el presente mes en 780,25 euros mensuales, lo que supone un aumento interanual del 3,4%. La pensión media de viudedad se situó en julio en 572,10 euros mensuales. EP