

Inversión e innovación constituyen el mejor antídoto contra la crisis

Mango, La Sirena y Mercadona participaron en un acto de la Cámara



Los tres ponentes de la jornada cameral: Francesc Casabella (izquierda), Enric Casí (centro) y Bernat Morales

J. MARTÍN

Más de 400 personas asistieron ayer en el Gran Hotel Verdi a la jornada 'De la crisis de hoy al éxito de mañana: ¿qué estrategias están siguiendo las empresas líderes?', organizada por la Comisión de Comercio Interior y Turismo de la Cámara de Comercio de Sabadell en el marco de las 21es. Jornades del Comerç.

El acto tuvo a Mango (segundo exportador español de moda femenina), La Sirena (líder en el sector de congelados) y Mercadona (una de las principales empresas de distribución) como protagonistas.

Enric Casí, director general de Mango, explicó en

rueda de prensa que «nuestra empresa ha afrontado la crisis priorizando la estabilidad y el control del gasto. En una situación como la actual, hemos perdido grasa y ganado músculo para seguir creciendo en los mercados, sin congelar las inversiones. De hecho, cerraremos el 2010 con 250 nuevas tiendas, cuando la previsión inicial era de 200».

Por otro lado, «hemos apostado por un producto más sofisticado y ocasional, que genere mayor ilusión y satisfacción entre la clientela».

En este sentido, «hemos seguido potenciando la marca 'Mango' a través de su relación con 'celebrities', 'top models', famosos...».

Casi constató que «la internacionalización ha sido un instrumento básico para capear

la crisis. Hoy, sólo un 23% de nuestras ventas las hacemos en el mercado español, mientras crecen de forma notable en otros países y, especialmente, en mercados emergentes como China o India».

El director general de Mango cree que «los deberes se han de hacer en épocas de bonanza. En tiempos de crisis, puedes hacer algunas cosas, como practicar la austeridad, pero el desarrollo de un buen producto, la internacionalización... no se pueden improvisar».

Casi reivindicó la innovación, las nuevas ideas, la capacidad para reinventarse... como fórmula para superar la crisis y afrontar el nuevo escenario económico, marcado por las nuevas demandas y exigencias del consumidor, la globali-

zación, el medio ambiente...

Mango, con sede central en Palau-solità i Plegamans, prevé crecer un 5-6% este año.

Francesc Casabella, director general de La Sirena, manifestó que «si alguna cosa ha tenido nuestra empresa desde su creación ha sido capacidad de adaptación. En los últimos meses, La Sirena ha adecuado su estrategia a las necesidades del consumidor, que está en situación diferente a la de hace un par de años por la crisis y que busca, básicamente, precio, ahorro en la compra. Sin descuidar, por ello, los valores de la empresa: la calidad en el producto y el servicio, la innovación y el surtido. La Sirena busca, ante todo, el equilibrio entre los distintos factores».

De cara al 2010, La Sirena espera mantener el crecimen-

to de los últimos ejercicios, este año fundamentado en la apertura de 18 nuevas tiendas (12 en Madrid y 6 en Catalunya) y en la reforma de las ya existentes.

«Será un año difícil para la venta y para el consumo en el que el principal objetivo es captar volumen y satisfacer las demandas de los clientes».

Bernat Morales, director de Relaciones Externas de Mercadona en Catalunya, dijo que «las estrategias de la empresa para afrontar la crisis pasan por un realineamiento con nuestro modelo de negocio inicial, con una apuesta muy importante por la innovación en todos los sentidos, para satisfacer las necesidades

DS

Las empresas han de tener capacidad de adaptación al nuevo escenario

de unos clientes cuyo poder adquisitivo se ha visto mermado por la recesión».

Mercadona apuesta de forma decidida por la marca propia. «Nuestras marcas, diferenciadas de la llamada marca blanca, buscan dar satisfacción al cliente con productos de la máxima calidad al mínimo precio posible, suministrados por proveedores estables, que llamamos interproveedores. Es una estrategia que nos ha dado muy buenos resultados desde 1993».

En relación al recorte anunciado por el Gobierno central para reducir el déficit público, Morales comentó que «no puedo entrar a valorar cuestiones macroeconómicas, pero todo lo que, a la larga, haga aumentar la capacidad adquisitiva del consumidor será positivo para nosotros» ■

Nuevos postgrados y cursos de especialización para el 2010-2011

REDACCIÓN

La Cámara de Comercio de Sabadell ha abierto el plazo de inscripción en los postgrados y cursos de especialización correspondientes al período 2010-2011.

La Cámara organizará tres actividades de orientación directiva y otras tres de orientación técnicas.

Las primeras son 'Dirección

General' (de 100 horas lectivas, organizado en colaboración con ESADE); 'Dirección de Operaciones' (85 horas), y 'Dirección de los recursos humanos' (88 horas).

Las segundas son 'Gestión contable' (84 horas); 'Gestión comercial' (88 horas), y 'Postgrado en gestión integrada de la prevención, el medio ambiente y la calidad' (264 horas, en colaboración con la UPC) ■

BS Hipoteca



Hipoteques?

SÍ

Si busca una hipoteca, a SabadellAtlántico sí que tenim la seva.

Perquè amb la BS Hipoteca Bonificada de SabadellAtlántico gaudirà d'un excel·lent tipus d'interès.

I si actualment ja té una hipoteca, porti-la a SabadellAtlántico i estalviarà diners cada mes.

Informi-se'n a qualsevol de les nostres oficines, trucant al 902 32 32 22 o a www.sabadellatlantico.com

SabadellAtlántico

El valor de la confiança

BS

SabadellAtlántico és una marca registrada de Banco de Sabadell, S.A.