



Lesol cuenta con un portfolio de 450 referencias y realiza, además, soluciones antivibratorias a medida

A mortiguación

Quiere consolidarse en el sector del ferrocarril

Lesol centra sus esfuerzos en Italia, China y Alemania

◆ Cecilia Morán

La firma guipuzcoana fabricante de material antivibratorio Lesol centrará durante este ejercicio sus esfuerzos en la apertura a nuevos mercados sectoriales y territoriales. Concretamente, en lo que a sectores se refiere, actualmente sus productos están presentes principalmente en climatización, suministros industriales, grupos electrógenos y ferrocarril. Es precisamente en este último área en el que incidirá la compañía durante los próximos meses, consciente de que los proyectos ferroviarios que se están llevando a cabo en todo el mundo suponen una importante oportunidad para ella.

Por otro lado, Lesol realizará además acciones de cara a consolidarse en los mercados exteriores, a los que dirige aproximadamente el 50% de sus ventas. En este sentido, cabe destacar que, actualmente, tras el mercado español, cuenta con una buena posición en Francia, donde sus productos están presentes casi desde la creación de la empresa.

Pero, además de en el mercado galo, la firma ha fijado su radar en Italia, China y Alemania. De he-

cho, ya ha introducido sus productos en dichos países y ahora el objetivo es incrementar las ventas y consolidarse en los mismos. Para ello, además de viajes comerciales, participará en ferias en Hannover (Alemania) tras su reciente presencia en la Midest de París, participación de la que realiza un balance totalmente satisfactorio.

Creada en 1959, Lesol es una firma totalmente consolidada en el mercado español

A medida

Creada en 1959, Lesol cuenta con 52 años de andadura, con lo que, a día de hoy, es una firma totalmente consolidada en el mercado español, donde dispone de cinco agentes comerciales que cubren todo el Estado. Con una plantilla de 22 personas, la empresa cuenta con un portfolio de

más de 450 referencias divididas en las tres grandes familias de productos antivibratorios como son elementos de caucho-metal, metálicos y sustainers o piezas para falsos techos o pared.

Cabe destacar además que la compañía realiza estudios de ingeniería, con lo que desarrolla soluciones antivibratorias para el control de ruido, vibraciones y choques a la medida de las necesidades de sus clientes. Asimismo, dedica importantes esfuerzos al área de I+D, en el que trabajan tres personas, de cara a apoyar la mayor calidad y durabilidad a sus piezas.

Entre las últimas inversiones de Lesol, que cuenta con la ISO 9001, están la mejora en la innovación y el proceso de fabricación. Para ello, ha realizado renovaciones de maquinaria y ha sumado el embolsado de los pedidos. Asimismo, la firma, con sede en la localidad de Hernani, ha renovado su página web (www.lesol.es) para hacerla más completa e intuitiva. A la misma ha sumado además un apartado desde el que se puede visualizar sus productos en 3D.

Máquina-Herramienta

La falta de marketing en Internet genera pérdidas de 100 millones en tres años

S.I.

Overalia, firma vasca especializada en marketing on-line y analítica web, ha elaborado un estudio sobre 'La realidad de la presencia on-line de las empresas industriales'. El trabajo se ha realizado a partir de datos de la patronal de TIC Ametic, de la consultora Everis y de Red.es, que coinciden en que las empresas industriales son las que menos utilizan las posibilidades comerciales de Internet.

El estudio de Overalia, que se centra en las empresas de máquina-herramienta y avala los resultados de los trabajos citados, llega a la conclusión de que menos del 5% de las firmas analizadas cuentan con una estrategia comercial y de marketing clara y continuada en Internet. Consecuentemente, las firmas del sector están perdiendo grandes oportunidades de negocio que podrían cuantificarse en 100 millones de euros en tres años.

El sector de la máquina-herramienta, en su mayor parte liderado

por empresas vascas, es uno de los sectores industriales con mayor proyección exterior. Sin embargo y pese a su alto grado de internacionalización y su apuesta por la calidad y la innovación, las empresas apenas llevan a cabo acciones de marketing y posicionamiento en Internet, un medio óptimo para la visibilidad y expansión internacional. El estudio destaca que muy pocas de las firmas tienen la presencia y actividad necesarias para que sus marcas y productos sean más visibles en la red a los posibles clientes.

Según el trabajo de Overalia, si las empresas de máquina herramienta acometieran planes firmes y continuados de posicionamiento web podrían sumar en tres años, en conjunto, cerca de 100 millones de euros en nuevas oportunidades de negocio. Para hacerse una idea esta cantidad supondría aproximadamente el 10% de la facturación del sector en 2010.

Más información:
www.estategia.net

AFM celebró su consejo directivo en China, bajo la presidencia de Unda

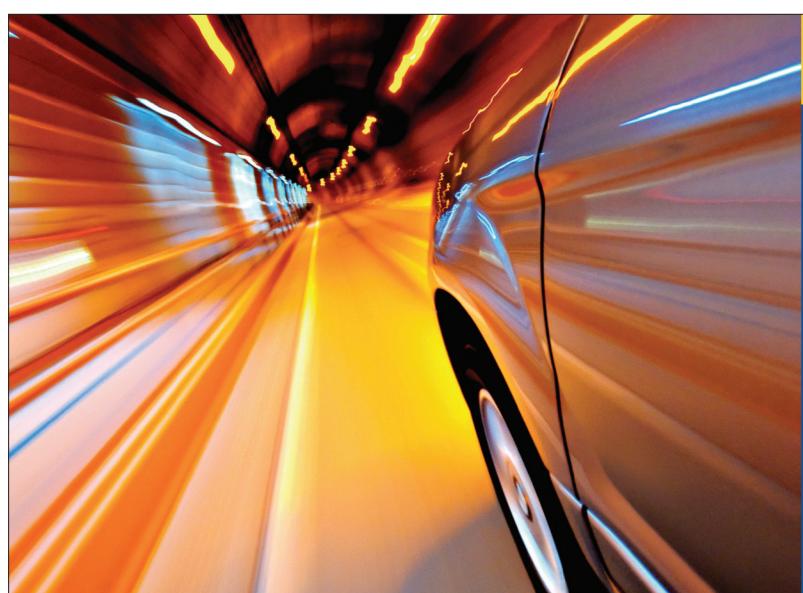
S.I.

Con motivo de la celebración en Beijing (China) de la feria CIMT 2011, una de las principales citas del calendario ferial del sector de máquina-herramienta, el consejo directivo de AFM se celebró de manera excepcional en el Instituto Hispano Chino de Tianjin.

La reunión, presidida por Bernabé Unda, consejero de Industria, Innovación, Comercio y Turismo del Gobierno vasco contó con la presencia de Koldo Arandia, presidente de AFM, de los consejeros de las empresas Ariasa, Autopulit, Danobat, Fagor Automation, Goratu, Kondia, Lizuan, Mebusa, MTorres, Nicolás Correa, y Zayer, así como del director general del Instituto Hispano Chino de Tianjin y el director general de AFM.

Bernabé Unda visitó China para hacer un seguimiento de la misión empresarial encabezada por el lehendakari, Patxi López, durante el pasado octubre y para apoyar varias iniciativas de empresas vascas asentadas en el país asiático. El consejero estuvo acompañado por algunos empresarios vascos, como José María Aldecoa, presidente de Mondragón Corporación; así como Koldo Arandia y Xabier Ortueda, presidente y director general de AFM, respectivamente, o directivos de Gamesa.

El objetivo del encuentro fue incrementar la presencia de las empresas representadas por AFM en el mercado chino. Es preciso tener en cuenta que China representa el 45% del consumo mundial de máquina-herramienta.



ACELERAMOS PARA EVOLUCIONAR CON LA INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL

Resultado de fuertes inversiones enfocadas a la evolución global de la industria del automóvil, los aceros especiales de Gerdau Sideror están presentes en gran parte de los vehículos producidos en Europa.

Nuestra búsqueda constante de la mejora tecnológica garantiza la atención de los más exigentes requisitos de eficiencia y calidad.

Esto es Gerdau Sideror, el mayor fabricante de aceros especiales en España.



www.gerdau.es
ACERO
CONSTRUYENDO UN FUTURO SOSTENIBLE

GERDAU
SIDENOR