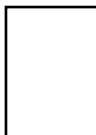


Tirada: **7764**
Difusión: **6800**
(O.J.D)
Audiencia: **23800**
(E.G.M)
Ref: **7356076**

economia3

Nacional Mensual
Economía
1ª Edición 01/03/2016

Superficie: **624 cm²**
Ocupación: **100%**
Valor: **2.500 €**
Página: **120**



1 / 2

Finanzas

Textos: Redacción E3
Imagen: Archivo
redaccion@economia3.info

La historia de Gioseppo es la demostración de que un sueño, si va acompañado del esfuerzo y las personas adecuadas, se hace realidad. Gioseppo comenzó en 1991, pero era una idea que ya llevaba viva mucho tiempo en la cabeza de José Navarro. Su propósito: crear una marca para todos.

Y con esfuerzo e ilusión se ha cumplido. Gioseppo es en la actualidad una firma presente en más de 60 países de varios continentes. Desde su fundación, ha crecido en nuevas colecciones, licencias, líneas especiales... y ha conseguido convertir sus productos en una experiencia emocionante para el consumidor, amén de haber logrado ser reconocida como marca global, capaz de exportar su espíritu *nice* y mediterráneo a todo el mundo.

En 2009 se inauguró el *Gioseppo Love Work Place*, su actual hogar: un espacio cerca del mar Mediterráneo, respetuoso con el medioambiente y con la mejor tecnología. Un entorno en el que se unen todos los valores y aspiraciones de la marca, que cuenta con un silo robotizado de 32.000 metros cúbicos, con capacidad para dos millones de pares de zapatos y una eficiencia cinco veces mayor que la de un almacén convencional. Además, alberga en su interior una tienda de 300 m² donde dejar volar la imaginación en escaparates, exposiciones, sistemas de venta...

Gioseppo es hoy una marca con presencia en los cinco continentes y altamente reconocida. Una trayectoria que ha llevado a la empresa a integrarse dentro del prestigioso Foro de Marcas Renombradas Españolas, una alianza formada por las principales compañías y marcas españolas líderes en sus respectivos sectores y con una alta proyección internacional, lo que representa para la empresa un elemento de prestigio y reconocimiento fruto del esfuerzo y trabajo realizado en más de 25 años. *Have a nice day!*

Hablamos con el director general de Gioseppo, Germán Navarro que nos explica su relación con las soluciones de Cesce.

– ¿Qué ventajas aporta la solución Credit Manager de Cesce a Gioseppo?

– La solución Credit Manager® nos ofrece una gestión integral de la información en términos de rapidez y de capacidad en la toma de decisiones, disminuyendo siempre el riesgo en la gestión. La importancia



Gioseppo. Germán Navarro, director general

“Contamos con Cesce para gestionar el crédito y para abordar de manera fiable la internacionalización”

Gioseppo es una de las empresas líderes del sector de calzado, complementos y accesorios; fiel a su espíritu mediterráneo, creando productos de moda que marcan tendencia pero siempre accesibles. Gioseppo es hoy en día una marca global, con puntos de venta propios, canal multimarca y online.

de un seguro de crédito completo e integral es para nuestra empresa esencial, sobre todo cuando estamos presentes en más de 60 países de varios continentes. Poder contar con el conocimiento de los mercados y la monitorización de sus riesgos, dentro de una asesoramiento integral y una valoración personalizada de los riesgos de clientes, políticos y económicos de los distintos países en los que estamos presentes es fundamental para acertar en nuestras operaciones comerciales y para continuar creciendo de forma segura en los clientes más solventes, siempre mitigando el riesgo de impago.

– ¿Existe alguna ventaja adicional a esa mejora de la gestión de riesgos?

– La solución de Cesce nos ha permitido una disminución notable en el tiempo dedicado a la gestión de procesos internos repetitivos o redundantes (seguimiento de deuda, comunicaciones interdepartamentales, gestión de disputas comerciales...). Des-

de que contamos con la solución de Cesce, con una sola acción, tenemos controlada la cuenta-cliente desde todas las perspectivas posibles, con lo que hemos mejorado sensiblemente nuestra eficiencia. Otro de los puntos que destacaría es la facilidad y agilidad de gestión de la herramienta.

– ¿Por qué no han invertido en este tipo de herramientas de gestión antes?

– Llevábamos tiempo buscando una solución avanzada e innovadora, que se adaptara totalmente a nuestro modelo de negocio, y la hemos encontrado con Credit Manager®. Nuestro mercado es muy competitivo y debemos incorporar herramientas y soluciones que nos hagan ganar competitividad a través de la innovación.

– ¿Es el seguro de crédito fundamental para emprender procesos de internacionalización?

– En términos de exportación, la gestión inteligente y eficiente del crédito comercial es un factor cardinal para el éxito y los se-

Tirada: **7764**
Difusión: **6800**
(O.J.D)
Audiencia: **23800**
(E.G.M)
Ref: **7356076**

economía3

Nacional Mensual
Economía
1ª Edición 01/03/2016

Superficie: **443 cm²**
Ocupación: **71.03%**
Valor: **1.777,07 €**
Página: **121**



2 / 2

Finanzas ●

Ejes estratégicos para 2016

- ¿Puede apuntar las líneas básicas de su estrategia para 2016?

- Son varios ejes estratégicos en los que la compañía está trabajando este 2016. Destacaría principalmente tres. El primero, desde la perspectiva de cliente, aportar valor añadido. Estamos en una empresa que quiere crecer con sus clientes, con los que tenemos una relación *win-win*. Aportar valor es para nosotros una obligación, por lo que es absolutamente necesario anticiparnos a sus necesidades.

En segundo lugar, seguir abordando el proceso de transformación digital, proceso que inició la compañía hace ya unos años y al que estamos abocados todas las compañías que nacimos antes de la 'era digital'.

En tercer lugar, avanzar en la internacionalización de la compañía. Para ello, nos apoyamos, como hemos comentado, en *Cesce Prospecta* y *GRS Global*, que son dos herramientas de bases de datos muy útiles para nuestra compañía a la hora de decidir abordar un nuevo mercado. Apoyándonos en ellas, conseguimos poner en marcha estrategias y acciones comerciales que nos permiten crecer con seguridad y disminuir de forma considerable la posibilidad de riesgo.

Un eje estratégico transversal para 2016 es apuntalar la relación con nuestros partners que nos aportan valor, conocimiento e inteligencia de mercado en todas las áreas de negocio, no solamente en el desarrollo de producto y comercialización. Por ello, contamos con **Cesce** como 'socio' para la gestión del crédito y para abordar de manera fiable la internacionalización.

gos. Las empresas exportadoras buscamos, por encima de todo, resolver dos situaciones: solidez financiera para acometer inversiones y clientes solventes. Cesce cuenta con una profunda especialización que le permite ofrecer un asesoramiento integral y una valoración personalizada de los riesgos políticos y económicos, a corto, medio y largo plazo, que puedan afectar a las operaciones comerciales. Ante estas condiciones, Cesce cuenta con unas soluciones pegadas al terreno real de los mercados, al tiempo que cubren las necesidades particulares de las empresas.

Estos elementos son fundamentales para conocer tanto a los principales actores locales como la solvencia de los nuevos clientes, además de contabilizar, examinar, evaluar y gestionar los riesgos comerciales. Saber quién puede ayudar a consolidar la posición en un mercado es un activo de gran valor y para ello Cesce cuenta con una amplia cartera de servicios.

- ¿Dónde están las mejores oportunidades para exportar?

- La globalización ha supuesto un cambio de paradigma económico que ha afectado considerablemente al comportamiento y rendimiento de las compañías españolas de cualquier sector o tamaño. Por ello, tomar la decisión de exportar y de internacionalizarse, puede suponer la diferencia entre construir una historia de éxito global o limitar el crecimiento al mercado local.

Por lo tanto, nosotros nos apoyamos en las herramientas de *Cesce Prospecta* y *GRS Global*, bases de datos detalladas con información comercial de empresas de todo el mundo, que facilitan la oportunidad de conocer en profundidad los principales jugadores y clientes de los mercados objetivo y posibilitan crecer junto a clientes solventes, que aporten seguridad al negocio. ■

gueros de crédito son una fuente estable de garantía ante los innumerables condicionantes y riesgos aparejados a un proceso de internacionalización. Estos riesgos afectan a premisas básicas de cualquier proyecto empresarial, como el control de costes y de riesgos, entre otros factores de gestión claves.

Las empresas como la nuestra necesitan invertir de forma segura y conocer a los clientes adecuados con los que queremos crecer en cada país. Abordar estos mercados e internacionalizarse es esencial haciéndolo de la mano de una gestión de crédito comercial global como la que nos aporta Cesce con el conocimiento de los mercados y clientes y con la evaluación del crédito que nos permite abordar estos mercados con crecimiento y seguridad.

Ante la importancia que ha adquirido la internacionalización en nuestra compañía

"Saber quién puede ayudar a consolidar la posición en un mercado es un activo de gran valor y para ello Cesce cuenta con una amplia cartera de servicios"

es fundamental mantener la transversalidad de todos los productos y servicios de la herramienta seguro de crédito, como es la solución que Cesce nos ofrece, una solución flexible, adaptable y transversal. De esta forma, contamos con un asesoramiento integral global en cualquier parte del mundo.

- ¿Qué otras herramientas considera necesarias?

- Otra de las herramientas clave en la internacionalización es el conocimiento de los mercados y la monitorización de sus ries-