

europa press

Un astillero creado entre olivos de Jaén lidera el mercado de yates veleros



Foto: TARSIS

Actualizado 03/03/2015 15:26:27 CET

MADRID, 3 Mar. (EUROPA PRESS) -

Un astillero de reciente creación en mitad de una zona de olivares de Jaén ha logrado convertirse en uno de los grandes productores de yates veleros de Europa gracias a un modelo de negocio centrado en la apuesta por el potencial industrial de la región.

“Creo que no se trata tanto de hacer cosas raras o diferentes, como sí de seguir haciendo lo mismo, pero con nuevas formas empresariales, acordes a los nuevos tiempos”, indica Juan Sánchez Galera, el fundador de esta empresa, Tarsis Astilleros.

En concreto, Tarsis ha logrado especializarse en la fabricación en serie de yates de vela de pequeña y mediana eslora, de entre 6 y 9 metros, y desarrollar en solo ocho meses una actividad que le convierte ya en un astillero de referencia en Europa dentro del segmento del yate velero.

Para lograr esta posición, la empresa aporta una visión de la crisis “no como inconveniente sino como garantía de éxito”, así como un modelo de negocio en el que se mezcla una actividad netamente industrial como un ‘e-commerce’ completamente virtual.

Otra de sus particularidades es que aprovecha las sinergias tecnológicas de su entorno, a fin de centrar todo su esfuerzo e inversión en dar valor añadido a sus productos en diseño e innovación.

Gracias a este patrón, Tarsis no ha tenido que invertir en una fábrica propia de composites, sino que subcontrata sus cascos y cubiertas, carpintería, tapicerías o inoxidable en empresas con experiencia en cada uno de los diversos procesos de producción, entre ellas Poliéster Diego, que se encarga de los procesos de laminación y montaje final de las embarcaciones.

De esta forma, Tarsis puede lanzarse de lleno a la producción sin tener que invertir en una gran estructura industrial de producción, al tiempo que dedica esfuerzos a un “absoluto control de calidad”, mediante la coordinación de la subcontratación con los mejores proveedores, señala.

“Evidentemente esta política de subcontratación absoluta de todos los procesos productivos nos permite fabricar sin haber tenido que invertir en inmuebles o maquinaria un dinero que no teníamos, pero por encima de ello nos permite garantizarle a nuestros clientes que cada componente de su yate ha sido fabricado por el mejor profesional del ramo”, asegura Sánchez.

El fundador de la empresa destaca además que toda la actividad se realiza dentro de España. “Colaborar en la reindustrialización de nuestro país es la mejor forma de salir de la crisis, así como de superar graves problemas políticos y de solidaridad territorial”, afirma.

UN FABRICANTE ÚNICO.

En cuanto a la línea de producto, Tarsis se aprovecha de la situación de privilegio que le otorga ser en el mercado europeo prácticamente el único fabricante de este tipo de embarcaciones, toda vez que la crisis ha acabado literalmente con los diversos fabricantes de pequeñas esloras que existían con anterioridad.

Otro de los factores de éxito ha consistido en conseguir redefinir el concepto de crucero pequeño, que si bien antes de la crisis se identificaba siempre con barcos sencillos de iniciación, y con los que apenas poder salir a dar una vuelta de día, ahora se convierte en auténticos cruceros, en los que no se renuncia a la sencillez ni al precio de la pequeña eslora.

Los barcos son veleros con aseo independiente, cocina completa y grandes literas, a los que se dota de mayor seguridad gracias a un sistema de fabricación consistente en doble casco estructural con inyección de espuma de poliuretano de alta densidad. De esta forma, asegura, son “literalmente insumergibles”.

En el ámbito comercial, Tarsis también ha cambiado las formas de vender un barco, hasta ahora en manos de ‘dealers’ o ‘yachts brokers’. Su modelo elimina esta intermediación, “que parecía infranqueable en este sector tan elitista”, y vende directamente a sus clientes finales, pudiendo de esta forma ofrecer un producto exento de los costes de distribución en exclusiva, que en este sector llegaba a significar hasta un 20% del precio final.