

ARPE

ECOINNOVACIÓN
PRODUCTOS

EMPRESA

SECTOR	Textil	Nº EMPLEADOS	15 ¹
PAÍS	España	FACTURACIÓN	1,5 M€ ¹

Manufacturas Arpe es una empresa familiar fundada en 1991 en la población de Arenys de Munt, a 40 km de Barcelona. Inicialmente centrada en la fabricación de bayetas industriales, ha evolucionado hasta el campo de la microfibras textil. Apostando por la innovación y la calidad, actualmente está especializada en la fabricación, el diseño y la personalización de las gamuzas y toallas de microfibras mediante impresión digital.²

ESTRATEGIA APLICADA

ARPE HA COMBINADO SU EXPERIENCIA TEXTIL CON LA CREATIVIDAD PARA REFLOTAR LA EMPRESA

CONTEXTO^{3,4}

La empresa Arpe se vio muy afectada por la crisis textil de la década de los noventa, producida en gran parte por la entrada de competidores internacionales. Para lograr su recuperación y crecimiento económico, cuando en el año 2002 los hijos de los fundadores pasaron a dirigir la compañía, se centraron en la búsqueda de nuevos mercados y salidas comerciales para sus productos. Trabajando en I+D, desarrollando nuevos productos y adaptándose a los nuevos materiales, **consiguieron unir la experiencia textil con la capacidad creativa y los conocimientos gráficos** para reorientar la actividad de la empresa, centrándose en la impresión digital sobre tejidos.

DESARROLLO DE LA ECOINNOVACIÓN^{1,5}

Para su recuperación, Arpe incidió especialmente en el valor de la impresión sobre los tejidos y empezó a trabajar en el sector del producto promocional con la fabricación de artículos textiles publicitarios y obsequios de empresas como gamuzas para limpiar gafas o fundas para móviles. En 2010 Arpe decidió lanzarse al mercado con su propia marca con la idea de **diversificar su modelo de negocio** para llegar al **consumidor final**, a través de la **aplicación de moda y creatividad sobre materiales técnicos e innovadores mediante impresión digital**. Una de las principales dificultades ha sido la búsqueda y selección de proveedores que, además de la tecnología, aportaran su conocimiento sobre el proceso de impresión y dispuestos a esforzarse para llegar a los estándares de calidad. Uno de los productos desarrollados es la **TUVA Towel**, una marca de toallas de microfibras de calidad, ligeras y compactas, y con diseños atractivos gracias a la tecnología de impresión sobre tejidos.



“EL MERCADO ES CADA VEZ MÁS COMPETITIVO Y LA ÚNICA FORMA DE SOBREVIVIR ES ENTENDERLO, ACEPTARLO Y BUSCAR VENTAJAS, ENTRE LAS CUALES, UNA DE LAS MÁS IMPORTANTES ES LA INNOVACIÓN”⁶

- Joan Pera,
Director general

laboratorio
ecoinnovación



RESULTADOS PRINCIPALES

PRIMERA EMPRESA DEL PAÍS ESPECIALIZADA EN FABRICACIÓN Y PERSONALIZACIÓN DE TOALLAS DE MICROFIBRA MEDIANTE IMPRESIÓN DIGITAL.³

LA TUVA TOWEL, EL PRODUCTO ESTRELLA DE LA EMPRESA, CONSIGUE LA DIFERENCIACIÓN DE SUS COMPETIDORES.¹

LAVADO UN 60% MÁS ECONÓMICO, SUPONIENDO UN AHORRO ENERGÉTICO, DE AGUA Y DETERGENTES.⁷

AUMENTO COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL



MERCADO

· La compañía ha aumentado notablemente sus ventas al exterior, exportando a 13 países de la UE, suponiendo en 2015 casi el 50% de su facturación.⁸

· Con las TUVA Towel, Arpe accede al mercado del consumidor final, y extiende el uso de las toallas de microfibra en nuevos entornos en los que no habían penetrado (p.e. playa) gracias a su componente de moda.



REPUTACIÓN

Premio de PIMEC (2015) a la microempresa más competitiva.⁹



GESTIÓN RIESGO

La nueva toalla reduce la dependencia de recursos escasos como la energía, agua y detergentes, lo cual permite afrontar mejor el encarecimiento de estos.⁷

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE



FUNCIONAL

· La TUVA Towel seca 5 veces más rápido y ocupa un 70% menos de volumen que una toalla de algodón, optimizando el almacenaje y transporte.⁷

· Es más higiénica e hipoalérgica, y previene la aparición de hongos y bacterias.⁷

BENEFICIOS PARA EL MEDIO AMBIENTE



MATERIAS PRIMAS

Permite ahorrar un 70% de agua, detergente y aditivos.⁷



ENERGÍA

Ahorro energético del 65%, con la consecuente reducción de emisiones de CO₂.⁷

REFERENCIAS CASO PRÁCTICO: ARPE

1 - Arpe (2016). Fuentes internas

2 - EPPI, Magazine for the european promotional industry (2015). Manufacturas Arpe: Fine fabric big success

3 - Arpe (2015). Nosotros

4 - Revista del Calzado (2009). Queremos seguir creciendo dentro del sector del calzado

5 - Tuva Towel (2015). Sobre Tuva.

6 - Arpe (2015). Ponencia de Arpe sobre "El éxito del cambio" en la O80 Barcelona

7 - Tuva Towel (2015). Ecofriendly

8 - El Confidencial (2015). Arpe duplica su facturación en tres años e impulsa su internacionalización.

9 - Pimec (2015). Pimec felicita als guardonats dels Premis Pimes 2015!

¿CÓMO INTERPRETAR LAS FICHAS?

DATOS BÁSICOS EMPRESA

Sector de actividad, país de origen, empleados, facturación anual, y descripción general.

TITULAR

Sobre la estrategia aplicada.

DESARROLLO ECOINNOVACIÓN

Acciones desarrolladas para implementar la ecoinnovación en la empresa, que pueden servir de orientación para otras empresas.

AUMENTO COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

En términos de innovación, mercado, reputación, gestión del riesgo, ventas y/o reducción de costes.

RESULTADOS PARA EL CLIENTE

En términos funcionales, emocionales y/o sociales.

TEMÁTICA DE LA FICHA

El círculo mayor y el color del margen corresponden a la temática principal a la que pertenece el caso práctico. Los demás círculos indican las demás temáticas relacionadas.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Indicadas a lo largo de los casos mediante un superíndice.

CONTEXTO

Antecedentes y condicionantes de la ecoinnovación en este caso.

TESTIMONIAL

De la empresa.

RESULTADOS PRINCIPALES

Beneficios más importantes en términos de aumento de competitividad empresarial y para los clientes y el medio ambiente, fruto de la implementación de la estrategia de ecoinnovación.

RESULTADOS PARA EL MEDIO AMBIENTE

En términos de mejoras en las materias primas, residuos, agua, energía, emisiones y/o reducción global de impactos.

