

Cupa Group reduce la siniestralidad

Su campaña de prevención de riesgos disminuye en el 2007 un 25% el número de accidentes con baja en sus empresas. Su política de expansión lleva al grupo a colocarse en Polonia y China

La apuesta de Cupa Group por la reducción de la siniestralidad laboral ha permitido al grupo de empresas recoger unos excelentes resultados globales en el 2007. Su campaña de prevención de riesgos «A Curuxa de las Sorpresas» ha logrado disminuir en un 25% el número de accidentes con baja laboral en todas las empresas del grupo, así como reducir en un 26% los días de baja que se dan por motivo de enfermedad profesional o accidente laboral.

Estos son los resultados de la cuarta edición de una campaña que a lo largo de su tiempo de vida ha logrado aumentar la concienciación de los trabajadores del grupo empresarial y de sus familias sobre la importancia de la prevención y la seguridad en todos los ámbitos de la vida y en especial durante la jornada laboral. La campaña siempre ha contado con una parte educativa en la que se busca la implicación familiar, apoyada sobre todo con la participación de los más pequeños.

Cupa en Polonia y China

Pero no sólo la política de prevención de riesgos laborales es la responsable de dar buenas noticias a Cupa Group, su afán de expansión internacional cosecha también unos resultados que permiten hablar de éxito. Una de las acciones más reseñables en este terreno durante el año 2007 ha sido la creación de una nueva empresa en Polonia, CNM Polska. Esta nueva firma tiene su sede en la capital, Varsovia, y cuenta con un equipo de tres personas trabajando en las instalaciones ubicadas en el centro de la ciudad. La inversión inicial de 500.000 euros convertirá a CNM Polska en la plataforma para comercializar los productos de Cupa Group en Polonia y los países de su entorno, donde la construcción está alcanzando récords históricos y cada vez hay una mayor demanda de materiales naturales de calidad.

Otra de las apuestas del grupo ha sido lanzarse a la conquista de China, el gigante asiático. Allí, y a pesar de las dificultades que plantea la naturaleza de su mercado, Cupa Group ha logrado instalar una pequeña red comercial y un despacho en la ciudad de Beijing. Este asentamiento es un hecho que los responsables del grupo definen como «extraordinario», teniendo en cuenta que China es conocida como un exportador de pizarra de bajo coste y baja calidad. Sin embargo, Cupa ha encontrado un lugar en el que dar entrada a los productos que combinen dos características fundamentales: alta calidad y una atención al cliente superior. Ejemplo de ello son productos como Stonepanel y pizarra, que responden a los gustos de la clase media del país, que cuenta



Imagen aérea de una de las explotaciones de las que Cupa Group extrae la pizarra que posteriormente vende a una buena parte del mundo

Cupa ha logrado reducir en un 25% la siniestralidad laboral el 2007 en todas sus empresas

La buena política de expansión del grupo le ha llevado a afianzar su presencia en China y Polonia

Cupa Selección es la línea más sofisticada, bella y funcional que el grupo pone en el mercado

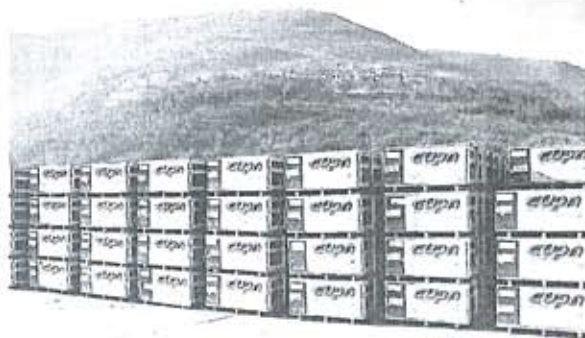
con un poder adquisitivo cada vez más alto y que demanda un estilo arquitectónico inspirado en las construcciones que abundan en Europa.

La presencia en China es una apuesta de futuro para Cupa Group, puesto que se trata de uno de los países que ha registrado un incremento de la construcción más notable en los últimos años.

Marga Luengo



Cupa trabaja con pizarras que aúnan belleza y resistencia



El grupo de empresas desarrolla una importante política exportadora

La novedad se llama Cupa Selección

La última novedad en el sector de la piedra natural la aporta el grupo de empresas Cupa de la mano de la gama Cupa Selección. Se trata de una colección única de piedras naturales que reúnen las características más demandadas en la decoración actual. En cuanto a su público objetivo, Cupa Selección nace con el firme objetivo de satisfacer las necesidades de un cliente sofisticado y exclusivo que busca un producto que reúna a la par las características de belleza y funcionalidad. Para ello, Cupa ofrece todo un catálogo de piedras que aúna los valores estéticos de su abanico cromático con las insuperables ventajas funcionales que sólo la piedra natural puede ofrecer.

Este nuevo producto es lo último en tendencia de un grupo que cuenta con más de 40 años de experiencia (antes como Cupire Padesa), que tiene 1.700 empleados y que exporta a más de 22 países en todo el mundo.