

Capítulo 8

EUROLATÓN

Empresa especializada en herrajes para la construcción. Desde 2002 está en China con producción propia, donde dispone de una superficie fabril de 22.000 m².

En la actualidad, el Grupo EUROLATON vende sus productos en más de 38 países y está presente, gracias a empresas filiales propias, en Asia, América y Europa.

“De empresa local a multinacional gracias a China”

Por **Carlos Pérez**
Presidente del Grupo Eurolatón

Los orígenes de EUROLATON se remontan al año 1991, momento en el que se funda la empresa con la finalidad de comercializar productos de ferretería. Entre ellos se encontraban los herrajes para la construcción, que más tarde serían los productos en los que la sociedad se especializaría.

Al principio comenzamos con una línea básica de producto tradicional pero, debido al éxito cosechado, poco a poco aumentamos nuestra gama y, con ello, nuestra presencia en el mercado regional. Animados por los resultados de los dos primeros años, comenzamos nuestra expansión a nivel nacional y, rápidamente, la marca EUROLATON fue conocida en toda España dentro del sector hasta convertirse en una referencia para otras. No se concebía ningún catálogo de herrajes sin alguna réplica de los modelos estrella de EUROLATON.

En el año 1994 la compañía firma un acuerdo de colaboración con un fabricante portugués para la construcción de una fábrica de herrajes en Caldas de Reyes (Pontevedra), la actual EUROLATON ESPAÑA.

Tras tres años de cooperación, EUROLATON se independiza, pasando el 100% del capital a manos de los directivos de la compañía española. Es entonces cuando comienza nuestro proceso de internacionalización. Elaboramos el “Plan estratégico de desarrollo de mercados” gracias al cual fuimos incluidos en el programa “PIPE” del ICEX.

Los frutos no se hicieron esperar y, en poco tiempo, comenzamos a exportar a numerosos países: Alemania, Venezuela, Egipto, Francia, Inglaterra, Portugal, etc.

En el año 1999 se sientan las bases de lo que sería nuestra primera filial de comercialización, EUROLATON Deutschland GmbH.

A finales de este año 1999, preocupados por nuestras dificultades de competitividad, realizamos nuestro primer viaje a China, viaje que tenía como intención conocer un mercado que, de forma muy incipiente, comenzaba a irrumpir tímidamente en nuestro sector en Europa. La primera impresión fue de sorpresa, al encontrarnos con una China desconocida, alejada de los tópicos y estereotipos a los que estábamos acostumbrados; una China llena de contrastes, grandes diferencias; pero una China donde se podía respirar un aire de progreso, de desarrollo.

A partir de este viaje, se sucedieron otros, que sirvieron para afianzar cada vez más la idea de que China sería el país donde EUROLATON podría establecer su primera unidad productiva fuera de España.

Comenzamos a importar algunos productos elaborados en distintas factorías y nos dimos cuenta de que en China también se podía fabricar calidad. Apostando por la calidad, fuimos ganando mercado a medida que nuestro volumen crecía, y se estrechaban los lazos entre nuestros proveedores y nosotros. Es en este momento cuando comenzamos las conversaciones para desarrollar la idea de la construcción de una nueva fábrica de herrajes en China.

Pensamos que China podría ser en poco tiempo (corría el año 2000) el gran fabricante mundial de nuestros productos. Pensamos también que podríamos convertirnos en la primera marca europea (dentro de nuestro sector) en instalarse con una empresa productiva en China. De este modo, continuamos desarrollando nuestro proyecto hasta que llegamos a un acuerdo con un pequeño fabricante de la ciudad de Yu Huan.

Aunque el primer paso estaba dado, faltaba un largo recorrido hasta poder materializar nuestro proyecto. Surgieron entonces numerosas dudas, inconvenientes y dificultades. Al contrario de lo que sucede en la actualidad, entonces no había el apoyo de las autoridades españolas a las empresas que pretendíamos instalarnos en este país. Ni tan siquiera había consulado en Shanghai ni oficina comercial. Pero estábamos convencidos de que, si conseguíamos poner esta fábrica en marcha, tendríamos una ventaja competitiva importantísima respecto a nuestros competidores.

A comienzos del año 2001 conseguimos realizar la compra de los terrenos para la construcción de la fábrica, situados en el nuevo parque tecnológico de Yu Huan (provincia de Zhejiang), y constituimos la Joint Venture EUROLATON China Corp. Las obras de construcción se prolongaron hasta febrero del año 2002, fecha en la que comenzamos la producción propia en China.

A partir de este momento, nuestro crecimiento se vio multiplicado debido a la enorme competitividad que se derivaba de los bajos costes y de la capacitación de nuestro personal.

Paralelamente al propósito de desarrollar nuestra capacidad productiva, apostamos también por la creación de una red de distribución propia y abrimos una compañía filial con carácter comercial en la ciudad alemana de Hückeswagen, EUROLATON Deutschland, GmbH.

En agosto de 2002 EUROLATON suministró el mayor pedido de manillas de acero inoxidable a nivel mundial compuesto por 370.000 juegos de manillas y que estaba destinado a una importante cadena de distribución europea.

Nuestro crecimiento continuó y, apenas un año después de abrir nuestra primera fábrica en China, adquirimos el 51% de la fábrica Xing Xui, ubicada también en la localidad de Yu Huan. Este desarrollo nos obliga a ampliar nuestras instalaciones en Galicia. Hubo que crear aquí un centro técnico y un nuevo departamento de I+D, así como dotar a la parte fabril española de la más moderna tecnología. De este modo, situamos a nuestro grupo en la vanguardia de la fabricación de herrajes.

Pero nuestro crecimiento no se limitaba a la sede en España. La fuerte demanda de nuestros fabricados nos obliga a ampliar EUROLATON China, por lo que emprendemos una ampliación que nos permite disponer de una superficie fabril de 22.000 metros cuadrados.

En julio de 2003, se constituye EUROLATON México S.A. de C.V., con el objetivo de reforzar la presencia de nuestros productos en el mercado americano (México, Panamá, República Dominicana, Colombia, etc).

Dos años más tarde, ponemos en funcionamiento nuestra oficina comercial de Shanghai, dedicada especialmente al desarrollo del mercado de los Estados Unidos.

Será en el año 2006 cuando se adquiere la fábrica Eurolaton Qian Da, en la ciudad de Jiangmen, fábrica especializada en la producción de manillas de acero

inoxidable. A finales de este año, se decide crear EUROLATON Argentina. Y el año 2007 supone la constitución de dos nuevas filiales: EUROLATON Chequia S.R.O. y EUROLATON Polonia S.A.

En la actualidad, el Grupo EUROLATON vende sus productos en más de 38 países y está presente, gracias a empresas filiales propias, en Asia, América y Europa.

Si hacemos una reflexión sobre cuáles han sido las razones o los condicionantes de este importante crecimiento y expansión deberíamos destacar: en primer lugar, la vocación internacional de la compañía; en segundo lugar, la diversificación y, como condicionante fundamental, la presencia productiva en China.

EUROLATON se caracteriza por entender el mercado mundial como un mercado único en un mundo globalizado en el que las nuevas tecnologías favorecen el rápido intercambio de informaciones y en el que las fronteras realmente no existen. La diferencia entre vender en México o en Alemania es la misma que puede darse en una venta en Pontevedra o Madrid.

Es por esto que, desde un principio, hemos desarrollado distintos mercados y, sin dejar de apostar por el mercado español, creamos nuevas vías de distribución propias en Alemania y Portugal; América Latina; y en EEUU, a través de nuestra Oficina Comercial en Shanghai. Pero esta diversificación no sólo se produjo en las distintas zonas del mundo. También se llevó a cabo en los artículos, generando productos específicos para los gustos de cada zona y diversificando materiales, en un principio con el latón como materia prima fundamental, y después con el acero inoxidable en nuestra fábrica de Jiangmen.

Pero si tuviéramos que atribuir el éxito de EUROLATON a algo específico, sin duda deberíamos hacerlo a nuestra presencia productiva en China. La construcción de nuestra fábrica en Yu Huan supuso para nosotros, al igual que para nuestro sector, un hecho novedoso. Así pues, fuimos la primera firma europea en desarrollar una instalación productiva en el país asiático y, aunque mantenemos los Departamentos de Dirección, Coordinación e I+D+i en nuestra sede de Galicia, el nivel competitivo que nos ha proporcionado estar en China sólo se iguala a la importancia que nuestros clientes de todo el mundo dan al hecho de fabricar en Asia. Todos ellos conocen la necesidad de tener un proveedor global que tenga capacidad para desarrollarse y competir en una economía tan dinámica como la china. A diferencia de nuestros competidores, que optaron en un principio por desarrollar únicamente relaciones comerciales, la apuesta de EUROLATON fue realizar inversiones productivas e impregnarse del dinamismo de la economía

china. Sería impensable para una empresa de nuestro tamaño y nuestro sector poder llevar a cabo un desarrollo y una implantación en todo el mundo sin nuestra presencia y nuestra actividad productiva en este país.

Debemos reconocer también las dificultades que se presentan, los riesgos que existen. La necesidad de desplazar personas a un país tan lejano, la diferencia de culturas y costumbres o las dificultades logísticas son factores negativos para los que hemos tenido que prepararnos, al igual que la realidad que supone el hecho de trabajar en un mercado global con diferentes monedas, distintos costes de materia prima, distintas y diferentes políticas gubernamentales. Sin embargo, si pusiéramos en una balanza los factores positivos y negativos de nuestra experiencia en China, el balance sería claramente positivo pues, echando la vista atrás, EUROLATON ha pasado de ser una pequeña empresa local a ser un fabricante global, lo que supone un cambio importante ya que, de la primera forma estaríamos avocados a la desaparición, y de esta otra estamos en el punto de partida para continuar nuestro desarrollo y crecimiento.