

ENTREVISTA

Eva Moliner,

Directora adjunta de Ibercompound, y

Marc Abad,

director financiero y de Compras
de Ibercompound



**Ibercompound
recoge los frutos de su
apuesta exportadora**

Creada por Antonio Abad en 1976, Ibercompound ha protagonizado una fulgurante evolución que en los últimos años se ha visto reforzada por su apuesta por la exportación. El resultado de ese espíritu emprendedor ha hecho necesaria la introducción de cambios en diversas áreas de la compañía que han permitido dar respuesta al incremento de la demanda y, no menos importante, a mejorar la eficiencia.

Salva Bravo Nebot

El equipo directivo de Ibercompound está formado por Eva Moliner, directora adjunta; Sergio Abad, director técnico, y Marc Abad, director financiero y de Compras. Se trata del equipo, en el que se mezclan experiencia, juventud y seriedad, que en los últimos años está liderando el crecimiento de la empresa tanto en el mercado nacional como en el internacional.

En la siguiente entrevista, Eva Moliner junto a Marc Abad, detallan los cambios introducidos en la compañía, las expectativas de crecimiento para los próximos años y en cómo operar en diferentes mercados ha permitido incrementar la calidad de los productos de la compañía, que en la actualidad es más fuerte gracias a su actividad exportadora.

En la actualidad, ¿qué porcentaje de la facturación de Ibercompound proviene de su actividad exportadora? ¿Cuál ha sido la evolución de la actividad exterior de la compañía en los últimos cinco años?

Hace cinco años la empresa hizo una fuerte apuesta por su vocación exportada y su peso en la facturación total de la compañía ha crecido considerablemente durante estos años, alcanzando un porcentaje superior al 35%. El plan de expansión internacional iniciado en estos últimos años ha hecho que nuestra compañía se posicione de manera muy importante en el sector internacional.

Gracias a la experiencia y especialización de nuestra gama de productos para el lavado de vehículos, hemos sido muy competitivos ofreciendo a los nuevos mercados productos innovadores, así como desarrollando productos adaptados a los requisitos de cada país. Todo ello gracias a nuestra capacidad de ofrecer productos que se adaptan a nivel de calidad, precio, especificaciones y requisitos legales.

A nivel comercial, se han realizados diferentes actividades tanto con asistencia a ferias, campañas de publicidad y búsqueda de colaboradores a través de diferentes vías.



Sergio Abad es el director técnico de Ibercompound.

Ibercompound ha introducido mejoras en varias áreas para atender su creciente demanda exterior. Las inversiones realizadas han mejorado la eficiencia de la compañía

Una de las iniciativas incluidas dentro del Proyecto de Innovación I+D aplicado por Ibercompound fue la reforma de uno de los laboratorios de la compañía, que fue dotado "con nuevos equipos de última generación y alta calidad para ofrecer al mercado productos innovadores, más eficaces y menos contaminantes".

Para Ibercompound, ¿cuáles son los principales mercados exteriores? ¿En qué orden ha ido entrando la compañía en estos mercados? ¿Cuáles son los que han protagonizado un mayor crecimiento?

Hemos firmado un acuerdo de distribución en México y conjuntamente hemos firmado una colaboración para el suministro de nuestra gama de productos para una asociación que aglutina a más de 1.500 estaciones de servicio repartidas por todo el país.

También hemos apostado por los países del Este, que están protagonizando un importante crecimiento económico y que ofrecen muchas posibilidades comerciales. En estos países el sector del lavado no está tan maduro como sí lo está el centro de Europa, por lo que toda la gama de productos y servicios que les ofrece Ibercompound les resulta muy interesante. Nuestros colaboradores son profesionales del sector y están abiertos a probar nuevos productos, siendo una clara opción para poder expandir y consolidar nuestras aspiraciones de exportación. Actualmente es nuestro principal objetivo y este año hemos cerrado grandes acuerdos con los principales fabricantes de equipos de lavado de la zona.

Paralelamente, estamos iniciando importantes colaboraciones con nuevos distribuidores en Marruecos, Argelia y otros países africanos.

¿Cómo opera en esos mercados Ibercompound, a través de filiales, o bien gracias a la colaboración con distribuidores locales?

Mayoritariamente disponemos de distribuidores locales en cada país, siempre ofreciendo un servicio de 'partner', en el que destaca nuestra atención personalizada, que se plasma en la asistencia y servicio técnico, y en el apoyo técnico comercial.

Bajo nuestro punto de vista, es imprescindible trabajar con profesionales del sector del lavado de cada país, puesto que tienen un gran criterio y conocimiento de su mercado, lo cual nos ayuda a ofrecer los productos que mejor se adaptan a sus necesidades.

Además, gracias a la colaboración con nuestros distribuidores locales podemos definir nuevos productos más interesantes e innovadores, consiguiendo que ofrezcan características diferenciadoras sobre sus competidores.

¿Ha contado Ibercompound con ayudas públicas para afrontar esta incursión en mercados foráneos?

Sí, solicitamos una ayuda al ICEX España Exportación e Inversiones, dependiente del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad del Gobierno de España, puesto que entrábamos en el perfil solicitante, al incor-

La compañía barcelonesa es de las pocas empresas internacionales especializada en la fabricación de detergentes en polvo para el lavado de vehículos



ración de las últimas tecnologías. El objetivo ha sido el de duplicar nuestra capacidad de fabricación para abastecer a los nuevos mercados.

Así, adquirimos una nueva máquina automática de envasado industrial. Debido al incremento constante de la demanda, tanto a nivel nacional como internacional, incorporamos una nueva línea automática de envasado. Con dicha máquina duplicamos nuestra capacidad de envasado. Además, nos permite ser más ágiles a la hora de vaciar los reactores y tener mayor y más rápida capacidad de reacción ante las necesidades de nuestros clientes.

También adquirimos un nuevo reactor y una línea de envasado para fabricación de productos ácidos. Tras nuestro crecimiento de los últimos años en diferentes países, hemos encontrado mercados y sectores en los que los productos ácidos son muy importantes para la limpieza. La incorporación de este nuevo reactor y de la línea de envasado nos ha permitido atender el incremento de la demanda de nuestros clientes, y lo hemos hecho con una gran eficiencia.

porar nuestra acción exportadora como una actividad permanente y estable de Ibercompound, así como nuestro objetivo de consolidar nuestra presencia en los mercados internacionales.

¿Cuáles han sido las inversiones que ha llevado a cabo la empresa para afrontar el incremento de la producción requerida para atender los mercados exteriores?

Siguiendo la línea de crecimiento de la compañía, y de forma paralela a este incremento de la demanda, se han tenido que realizar diferentes inversiones en nuestro centro productivo, que hemos modernizado gracias a la incorpo-

Por otra parte, hemos automatizado y mejorado el sistema de llenado de los reactores de productos químicos líquidos. El anterior sistema de fabricación que teníamos era semi automático, por lo que los tiempos de carga de los reactores eran bastante prolongados; además, teníamos bastantes puntos muertos entre las fabricaciones y los envasados. Para minimizar esta situación, agilizar el llenado y llevar a cabo la posterior mezcla de los productos, se decidió automatizar el llenado de los reactores a través de la adquisición de nuevos depósitos y la redistribución de los que teníamos. Podemos decir que, tras estas modificaciones, el 90% del proceso productivo de todos nuestros productos está automatizado.



El incremento "constante de la demanda, tanto a nivel nacional como internacional", ha hecho necesaria la incorporación de una nueva línea automática de envasado que duplica la capacidad anterior.



Otra de las inversiones afrontadas por Ibercompound ha sido la adquisición de tres depósitos de 30.000 litros de capacidad cada uno para almacenar materias primas.

Otra de las inversiones que hemos realizado ha sido la adquisición de tres depósitos de 30.000 litros para almacenamiento de materias primas. Así hemos logrado atenuar las negativas consecuencias que nos generaban los constantes incrementos y oscilaciones en los precios de muchas materias primas, aumentando, por tanto, nuestra competitividad. La pretensión que perseguimos es reducir los perjuicios que provocan las drásticas subidas de precios de las materias primas, que han sido constantes en los últimos años, y provisionar producto evitando situaciones de escasez.

¿Se han implantado mejoras en otras áreas de Ibercompound?

Además de las mejoras introducidas a nivel productivo, hemos implantado un sistema que nos ha permitido incrementar el control de stocks y nuestra operativa logística. Hemos incorporado un nuevo sistema informático que agiliza las expediciones de mercancía. Además, el almacén puede funcionar de manera autónoma y los pedidos pueden expedirse 'just in time'.

En cuanto al producto final, hemos adquirido un nuevo centro de pruebas para testar nuestros productos. Tenemos claro que la mejor manera para asegurar el éxito de un

nuevo producto es someterlo a diversas pruebas en nuestras propias instalaciones, por lo que hemos incorporado este nuevo centro de pruebas para desarrollar, probar y mejorar toda nuestra gama de productos.

Debido a las especiales necesidades de nuestros clientes, en nuestros centros intentamos reproducir las situaciones/problemáticas con las que se encuentran en sus respectivos mercados. De esta manera conseguimos ofrecerles la mejor solución a sus necesidades.

Todas estas inversiones se unen a las realizadas durante el pasado año, cuando adquirimos una nueva línea de fabricación de detergentes en polvo, complementario al sistema que teníamos, para ofrecer una mayor gama de productos. Además, añadimos una nueva línea de fabricación y envasado para la gama de anticongelantes y limpiaparabrisas.

También, y dentro de nuestro proyecto de Innovación I+D, se reformó uno de nuestros laboratorios para dotarlo con nuevos equipos de última generación y alta calidad para ofrecer al mercado productos innovadores, más eficaces y menos contaminantes, tanto para el sector del lavado de vehículos como el de la limpieza industrial.

¿Qué objetivos tiene la empresa para el ejercicio 2018 en el mercado de la exportación?

Ibercompound, desde sus inicios, ha tenido una clara vocación exportadora. Creemos que podemos generar grandes oportunidades de negocio a nuestros clientes y ofrecerles productos diferenciadores en cada país.

En la actualidad tenemos unas previsiones muy ambiciosas a corto y medio plazo, por lo que -tras los acuerdos que estamos a punto de cerrar durante este final de año- la previsión está en crecer en mercados exteriores entre un 5% y un 8% durante el año 2018. Nuestro objetivo es que en el año 2020 el 50% de nuestra facturación provenga de mercados de exportación.

¿Qué características de los productos de Ibercompound son las que han permitido a la empresa crecer en el extranjero?

Ibercompound es una de las pocas empresas internacionales especializadas en la fabricación de detergentes en polvo para el lavado de vehículos.



Además de las mejoras introducidas a nivel productivo, la compañía ha implantado un sistema que incrementa el control de stocks y la operativa logística, que ha cobrado mayor relevancia tras el crecimiento de Ibercompound en mercados exteriores.

The Real Car Wash Factory!

**Desarrollado
para
el futuro...
para su éxito !**

ser diferente, ser mejor !

Tel. +34 91 488 10 20
lgarcia@christ-ag.com
www.christ-wash-systems.com



Christ
WASH SYSTEMS



Ibercompound es una de las pocas empresas internacionales especializadas en la fabricación de detergentes en polvo para el lavado de vehículos, destacan desde la compañía.

Nuestra experiencia nos ha llevado a desarrollar productos muy innovadores, ofreciendo alternativas diferentes a la gama actual, con una granulometría muy uniforme, elevada solubilidad, gran poder de limpieza y sencilla y adecuada adaptación a los diferentes sistemas de dosificación.

Esta gama de productos ha sido nuestra mejor presentación en los mercados europeos, teniendo una gran aceptación entre los principales fabricantes de centros de lavado de alta presión.

Las demandas de los clientes extranjeros, ¿son distintas en función del mercado?

Cada país es diferente, tanto por su cultura de lavado, como por sus técnicas y acabado final. Por tanto, la gama que ofrecemos es distinta para cada mercado. Siempre nos adaptamos a las necesidades de cada país y ofrecemos los productos que consideramos que pueden ser una evolución en la forma de lavado, así como en la calidad del mismo.

En países de África todavía disponen de un sistema de lavado muy manual, en los que no existe un parque de equipos de lavados automáticos. Mientras, en Europa está muy diversificado tanto el lavado automático como el de alta presión. En cambio, lo habitual en Latinoamérica es que el lavado a alta presión no se acepte, por tratarse de una modalidad 'self-service'. Cada país tiene sus características, pero el denominador común en todos ellos es la exigencia, por parte del cliente final, de una buena calidad de lavado.

¿Qué equipo de Ibercompound es el encargado de coordinar las exportaciones de la compañía?

La Dirección de la empresa lidera el Canal de Exportación, que cuenta con un 'Export Manager' y un equipo de tres técnico-comerciales que disponen de un exhaustivo conocimiento de las aplicaciones de los productos en todos los sectores de lavado, así como de la gama ofrecida por Ibercompound.

¿Está evaluando la compañía la posibilidad de poner en marcha otro centro productivo en el extranjero, para abaratar costes productivos y logísticos?

Actualmente no, pero no es descartable en un futuro en función de cómo se desarrollen los mercados por los que estamos apostando.

¿Qué ha supuesto, desde el punto de vista laboral, el crecimiento de Ibercompound en el exterior?

El crecimiento de la empresa ha tenido que ir ligado a inversiones tecnologías en los sistemas productivos, así como en la contratación de personal tanto a nivel comercial como logístico y productivo, para seguir ofreciendo un servicio de calidad. •



iberCompound

La compañía acaba de actualizar su logotipo, un cambio que anuncia una nueva imagen corporativa de Ibercompound.



IBERCOMPOUND® S.L.

PRODUCTOS QUÍMICOS PARA EL LAVADO DE VEHÍCULOS Y LIMPIEZA INDUSTRIAL



SOLIGEL®



www.ibercompound.com



**DOUBLE BOND
AUTOMOTIVE**

