

reincia aragon el motor de las exportaciones

Revolución en la granja

Eurogan ha impulsado sus ventas en el exterior hasta estar presente en 32 países gracias a su apuesta por el departamento de ingeniería, que ha desarrollado productos de mayor valor añadido

R. LÓPEZ
rlopez@aragon.elperiodico.com
ALFAJARÍN

La firma aragonesa Eurogan, dedicada al equipamiento para instalaciones ganaderas, se fundó en 1964, pero los actuales propietarios la compraron en el 2006 transformando de cabo a rabo la compañía. Ese año, la empresa empleaba a cinco personas, facturaba 600.000 euros y apenas exportaba a cinco países. Hoy, su plantilla la forman 22 trabajadores, la cifra de negocio rondará este ejercicio los cinco millones de euros y está presente en 32 mercados diferentes. Un crecimiento que ha sido posible gracias a su apuesta por el mercado exterior y por el departamento de ingeniería, que ha multiplicado su cartera de productos y ha diseñado artículos de mayor valor añadido, hasta registrar once patentes.

Precisamente, Eurogan está centrando sus esfuerzos en desarrollar equipos electrónicos para controlar de forma automática e integral las condiciones ambientales de las granjas. «Con este sistema se puede controlar a la vez la calefacción, la refrigeración, las ventas o la iluminación», explica José Luis Zarralanga, uno de los tres socios aragoneses que adquirieron la firma en el 2006, tras varios años de experiencia en el sector. En este sentido, subraya que, actualmente, «si no tienes I+D, no tienes nada». «Hay que ir lanzando novedades que ahorren tiempo y dinero para que las explotaciones sean más productivas y rentables», indica Zarralanga, que apunta que hasta 2006 la compañía solo fabricaba sistemas de alimentación para ganado porcino y avícola.

Con ese claro objetivo, Eurogan quiere seguir revolucionando las granjas



Los tres socios que adquirieron Eurogan en el 2006 (José Manuel López, José Luis Zarralanga y José Antonio Brumos), rodeados de relojes con los usos horarios de algunos países a los que exportan.

del siglo XXI hasta convertirse en un referente del sector. Y todo ello, sin perder nunca de vista los artículos más tradicionales. De hecho, buena parte de su facturación proviene de la comercialización de los múltiples modelos de comederos, los suelos preparados para las deyecciones animales o los separadores. Un sinnúmero de referencias que se diseñan y fabrican íntegramente en sus instalaciones de Alfoja, cinco veces más grandes que las que tenían hasta finales del

2006 en Villanueva de Gállego.

Esa combinación le ha permitido ir conquistando nuevos mercados año a año y que las ventas en el exterior ya supongan en torno al 75% de su facturación. «Lo más importante para

exportar es tener un producto de alta calidad y muy competitivo a nivel de precio», explica Zarralanga, que recuerda que en el 2011 Eurogan ganó el Premio a la Exportación que otorga la Cámara de Comercio de Zaragoza.

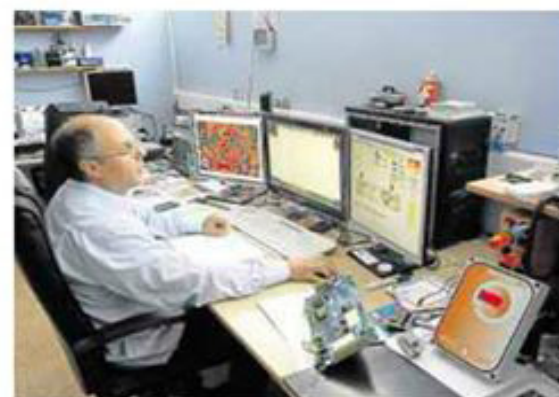
La empresa, que está pre-

ficha

- CREADA EN 1964.
- ACTIVIDAD: EUROGAN ESTÁ ESPECIALIZADA EN EL DISEÑO Y FABRICACIÓN DE EQUIPAMIENTOS PARA INSTALACIONES GANADERAS (EQUIPOS ELECTRÓNICOS, COMEDEROS, SUELOS...)
- PLANTILLA: 22 TRABAJADORES, 17 MÁS QUE EN EL 2006.
- FACTURACIÓN: ESTE AÑO PREVE ALCANZAR LOS CINCO MILLONES DE EUROS, FRENTE A LOS 600.000 DEL 2006.
- MERCADO EXTERIOR: REPRESENTA EL 75% DE SUS VENTAS TOTALES.
- SEDE: SE TRASLADÓ EN EL 2006 A ALFOJA, DONDE CUENTA CON UNA PLANTA DE 5.000 METROS CUADRADOS.
- RECONOCIMIENTO: GANÓ EL PREMIO A LA EXPORTACIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO EN EL AÑO 2011.

sente en 32 países, tiene en Sudamérica, Sudáfrica, Rusia y Centroeuropa sus mercados más importantes. Así, por ejemplo, las ventas en Latinoamérica han crecido tanto que hace dos años abrieron una filial en Colombia para distribuir desde ahí y reducir los costes de transporte. «Era un paso obligado si queríamos ser competitivos y evitar

PATROCINADO POR:



Arriba a la izquierda, José Manuel López controla desde Eurogan los sistemas de calefacción y ventilación de una granja de pollos de Morata. A la derecha, una técnica monta uno de los equipos electrónicos que vende la compañía. Sobre estas líneas, un trabajador manipula unas piezas plásticas en la planta de producción y algunos de los artículos que fabrica y comercializa Eurogan.

experiencia CONSEJOS PARA EXPORTAR

• **PRECIO COMPETITIVO** El director comercial de Eurogan, José Luis Zarralanga, considera que «lo más importante» para poder exportar es «tener un producto de alta calidad a unos precios muy competitivos». Además, indica que fijarse en lo que han hecho con anterioridad los competidores puede resultar muy útil a la hora de lanzarse al mercado exterior.

• **DISTRIBUIDORES** Zarralanga recomienda recurrir a socios locales ya que facilita el proceso de implantación. «Nos solemos asociar con empresas del sector porque ellos conocen mejor el mercado», explica.

• **MISIONES COMERCIALES** Eurogan participó en muchas misiones comerciales de la Cámara de Zaragoza cuando empezó a dar el salto al exterior porque «quita el miedo» y al principio «te sientes más acompañado».

• **LOGÍSTICA** Con el claro objetivo de reducir los costes de transporte, Eurogan ha creado una filial en Colombia para fabricar y distribuir sus artículos al resto de países de Sudamérica. «No hay otra opción si queremos ser competitivos y evitar el pago de aranceles», destaca Zarralanga, que apunta que el próximo año la firma continuará aplicando la misma estrategia en Rusia.

• **FERIAS** El director comercial de Eurogan recomienda acudir a las ferias más importantes del sector para «llegar a nuevos clientes y mantener las relaciones comerciales». «Viajar mucho es fundamental», indica.

• **INNOVAR** El diseño de nuevos productos es «clave» para llegar al exterior y diferenciarse. «Abarcar todo el sector también es vital; nosotros vendemos desde un ventilador a una granja avícola llave en mano», señala.

langu, que es el director comercial de Eurogan.

El crecimiento que han registrado sus exportaciones ha venido acompañado de una firme apuesta comercial: la compañía destina cada año unos 200.000 euros a viajes y visitas al exterior e, incluso, ha conllevado cambios en su plantilla, con la contratación de una trabajadora rusa y otra china en el departamento de ventas.

Fabrica para terceros

Sus más de 40 años de experiencia en el sector han permitido a Eurogan ser una marca reconocida, por lo que también fabrica para terceros. «Este mercado supone en torno a un 10% de nuestra facturación y sobre todo producimos equipos electrónicos y suelos plásticos», indica Zarralanga, que destaca que cada año la compañía destina a I+D unos 250.000 euros. Precisamente, ha sido el desarrollo de productos innovadores lo que ha permitido a Eurogan conquistar el mercado exterior, aunque Zarralanga subraya que la exportación «es una carrera de fondo».

Moraleja: aprende a dosificar trabajo y diversión. Trabaja, pero disfruta de la vida. Es única. Si no encuentras tu media naranja, no te desanimes, busca medio limón, ponle azúcar, ron y hielo y ¡que seas feliz!

Más o menos

JOSÉ ANTONIO
Ruiz

EMPRENDEDOR Y
FUNDADOR DE
EMAZONA



La fábula del emprendedor

En mis reflexiones suelo hablar de la importancia del trabajo, el esfuerzo, el sacrificio y actitud similares para la consecución de los objetivos personales y profesionales en la vida en general, y en los emprendedores en particular. Aprovechando que se acerca el invierno, comparto con vosotros una versión tuneada de la fábula de la hormiga y la cigarra. La recibí hace varios años por internet y suelo utilizarla al final de mis talleres para dar un toque de humor. Ahí va.

Había una vez una hormiguita y una cigarra. Eran grandes amigas. Durante todo el otoño la hormiguita trabajó sin parar, almacenando comida para el duro invierno. No aprovechó el sol, ni la brisa suave del fin de la tarde, ni la charla con amigos tomando una cervecita después de un día de labor. Mientras, la cigarra andaba cantando con los amigos por los bares de la ciudad. Disfrutó sin preocuparse del mal

Aprende a dosificar trabajo y diversión. Trabaja, pero disfruta de la vida. Es única

tiempo que estaba por venir.

Pasados unos días empezó el frío. La hormiguita, exhausta de tanto trabajar, se metió en su pobre guarida repleta hasta el techo de comida. Pero a los pocos días, alguien la llamó desde fuera. Cuando abrió la puerta, se llevó una gran sorpresa al ver a su amiga la Cigarra dentro de un ostentoso Ferrari con un valioso abrigo de pieles. La cigarra le dijo: «¡Hola amiga! Me voy a pasar el invierno a París. ¿Podrías cuidar de mi casita?». La Hormiguita respondió: «¡Claro! Sin problemas. ¿Qué ocurrió? ¿Dónde conseguiste el dinero para ir a París, comprar este Ferrari y ese abrigo tan bonito?». Y la cigarra respondió: «Estaba cantando en un bar la semana pasada, a un productor le gustó mi voz y firmé un contrato para dar conciertos en París. A propósito, ¿necesitas algo de allí?». «¡Sí!», dijo la hormiguita. «Si por casualidad encontraras a La Fontaine (autor de la fábula original), llámalo de mi parte a tomar por él!».

Moraleja: aprende a dosificar trabajo y diversión. Trabaja, pero disfruta de la vida. Es única. Si no encuentras tu media naranja, no te desanimes, busca medio limón, ponle azúcar, ron y hielo y ¡que seas feliz!



La planta de Eurogan, en el polígono El Borao de Alfoja.