

Iddoneo, un grupo para crecer en Latinoamérica

Las cuatro firmas que combinan esfuerzos, con clientes destacados ya en Colombia y Ecuador

M.A.
CASTELLÓN

No todos los grupos de colaboración empresarial deben crear una nueva persona jurídica independiente para comenzar su andadura conjunta. Para ello hay que tener en cuenta el número de empresas que lo componen, ya que lo que se pretende es que la gestión sea lo más ágil posible, y analizar previamente cómo el nuevo grupo de colaboración va a ofrecer sus productos y/o servicios, cómo se plantea el funcionamiento interno del grupo, y si el objeto de la unión es únicamente la promoción o si, por el contrario, persiguen una comercialización conjunta, explican desde Cámara Castellón.

Con tan solo un acuerdo de colaboración y un plan estratégico en común con actuaciones comerciales conjuntas, el Grupo Iddoneo arrancó en 2010 su proyecto de soluciones de ahorro del coste productivo en todas sus vertientes, desde materias primas hasta recuperación energética, para la industria cerámica, del vidrio y pinturas en Colombia y Ecuador y prevé consolidar ambos mercados y abordar Perú a lo largo de este 2011.

El administrador del Grupo Iddoneo, José Martí, explica que las firmas Quimialmel (materias primas para la cerámica), Anomoref (ingeniería), Mega Color (pigmentos cerámicos) y la comercial Marsi, se plantearon "definir una oferta de alta calidad y costes competitivos que busca, como



► José Martí.

OBJETIVOS

Las empresas buscan profundizar en los mercados actuales

objetivo último, ayudar a las empresas a reducir costes".

En cuanto a los mercados, rentabilizando la propia experiencia laboral de Martí, las tareas comerciales se han centrado en Latinoamérica.

En el contexto del trabajo del primer año, "más promocional y de inversión", matiza el empresario, Grupo Iddoneo cuenta ya con destacadas firmas colombianas en su cartera de clientes, como es el caso del Grupo Corona o Alfagres; al igual que la empresa ecuatoriana Gaiman, o el Grupo San Lorenzo, con sede en Perú.

La idea, según José Martí, es profundizar más en estos tres mercados, así como introducirse en otros sectores más allá del cerámico, vinculados también con la construcción. ■