

# “En ningún momento olvidamos ni renegamos de nuestras raíces o de nuestra historia”

## Eva Gago Lana

Directora comercial y marketing en Unecol

**S**u empresa ha cambiado de nombre ¿se trata de un cambio ‘cosmético’ o responde a planes estratégicos de algún tipo?

La idea detrás del cambio es la de crear una marca global y expandir nuestro proceso de internacionalización. Este proyecto nos sirve también para unificar nuestro portafolio de marcas bajo una misma insignia con la que presentarnos al mercado.

Unecol nace de la unión de dos grandes conceptos: UNEplas, nuestra marca de adhesivo para sistemas de canalización de PVC, líder en el mercado nacional, y el nombre de la empresa gymCOL. En ningún momento olvidamos ni renegamos de nuestras raíces o de nuestra historia (los colores corporativos, azul y naranja, permanecen).

Con la venta de nuestra planta de Brasil en 2009, cedimos también el uso de la marca en todo el territorio americano y firmamos un pacto de “no agresión” por un periodo de cinco años que ya se ha terminado. Al no haber posibilidad alguna de recuperar la marca fue cuando



**Tras una década crítica marcada por la superación de obstáculos como el incendio que arrasó las instalaciones en 2005 y de grandes retos como la construcción de una nueva planta en China y la inauguración de la de Almussafes, la compañía afronta una nueva etapa, se moderniza y unifica su porfolio de marcas para adaptarse a los nuevos desafíos y demandas de un mercado cada vez más global.**

decidimos que la mejor estrategia sería crear una nueva y así modernizarnos también.

#### **¿Cuál es la historia de su empresa?.**

Gymcol nace en 1970 orientada al sector de la madera y el calzado. En 1985 comienza la fabricación de adhesivos para PVC, que con el tiempo se convertiría en el motor principal de la compañía. Tras un crecimiento constante, tanto en facturación como en capacidad de fabricación y personal, se abre un nuevo canal orientado al bricolaje y la ferretería, aportando productos de consumo que acompañan la vertiente más industrial de los adhesivos para calzado, madera y PVC. Entre 1997 y 1999 se crean tres empresas más: Supertite Sam, líder en el sector del multiprecio con la marca de adhesivos Supertite; Maqdobli, centro especial de empleo; y Gymcol Industria. Todas ellas forman un grupo que se orientan a la distribución, emblistado, desarrollo y distribución de productos para la industria. En ese momento, las marcas de adhesivos para PVC de Unecol, Unepilas y Pegafor, ya son líderes en el mercado nacional. En 2003, con la vista puesta en la internacionalización, se abre una nueva fábrica en Brasil y en 2006 se crea Gymcol Adhesives Pinghu (China), una instalación gemela a la de España para servir a nuevos mercados y abastecer un número creciente de clientes por todo el mundo.

En 2005 un incendio arrasa el 80% de las instalaciones de Gymcol en Silla (Valencia), lo que nos lleva a una importante inversión y a inaugurar en 2007 unas nuevas y modernas instalaciones en Almussafes.

---

**“Disponemos de una red de agentes comerciales que nos representa en todo el territorio español”**

---



Todas estas inversiones unidas a la fuerte crisis económica y del sector de la construcción, nos llevan a un concurso voluntario de acreedores en el año 2008, que nos obliga a reinventarnos y ajustar nuestra plantilla, por entonces, de más de 100 trabajadores a prácticamente la mitad. Gracias a todos esos esfuerzos hemos conseguido salir del concurso y ahora somos una compañía saneada y ágil.

Actualmente mantenemos tres unidades de negocio: Fontanería, Suministro industrial/Ferretería/DIY e Industria, tanto a nivel nacional como internacional.

**“Nadie está todavía seguro si invertir o no en su negocio porque no se vislumbra una luz fuerte al final del túnel”**



**Describa la estructura y características de sus redes de distribución o ventas.**

Unecol dispone de unas modernas instalaciones en el Parque Industrial de proveedores de Ford en Almussafes inauguradas en 2007. Sobre una parcela de 22.000 m<sup>2</sup> y una superficie de 10.230 m<sup>2</sup>.

Tenemos acuerdos con los principales grupos de compra y grandes distribuidores, además de estar presentes en las principales enseñas de bricolaje y consumo, directamente con nuestra marca o con marcas de distribuidor. Disponemos de una red de agentes comerciales que nos representa en todo el territorio español y un equipo de ventas en fábrica de diez personas de diversas nacionalidades (ingleses, franceses, nigerianos, lituanos, etc), para abarcar los diferentes mercados y sectores.

**¿Cuáles son a su juicio las fortalezas más importantes de Unecol en la actualidad?**

Nuestra principal fortaleza ha sido y es mantener siempre satisfecho al cliente y proponerle una oferta de productos que, o bien se adelanta a la entrada en vigor de la estricta normativa que regula este sector, o cumple a rajatabla con la misma, además de ser una empresa caracterizada por su flexibilidad y capacidad de adaptación al cliente y a nuevos mercados.

**“Unecol considera el I+D+i un pilar básico de nuestra evolución, lo llevamos en nuestro ADN”**

**¿Cuál es la política de su compañía en I+D?**

Unecol considera el I+D+i un pilar básico de nuestra evolución, lo llevamos en nuestro ADN. Nos llevó a ser la primera empresa en la Comunidad Valenciana en conseguir la certificación ISO 9001 (en el año 1991), ser pioneros en la gestión medioambiental, refrendada año tras año y premiada con un Premio EcoFira (Año 2009). Hemos sido la primera empresa en fabricar adhesivos sin THF en España (2012), la primera empresa en obtener la certificación Aenor para un adhesivo de PVC fabricado en España (2014) y además poseedora de los más prestigiosos certificados europeos (CSTB, BSI, KOMO, KIWA, etc) y es la única empresa con fabricación propia de cianoacrilato en España.

**Indique acciones o iniciativas de dinamización del mercado que estén o hayan estado recientemente en la agenda de Unecol.**

Hemos participado en diversas ferias multi-producto de varios distribuidores, en los que se concentran los principales proveedores del sector. Igualmente, este año 2015 participamos en la Feria de Frankfurt ISH. Ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de realizar jornadas de formación y uso de nuestros productos, dirigidas tanto a sus clientes como a su red de ventas.

### Describe las actividades de Unecol en el sector objetivo de ALMAGRUPO.

Unecol, es líder en el sector de la fontanería, concretamente en los adhesivos para tubería de PVC y productos químicos auxiliares. Nuestro producto PVC Uneplas, así como PVC Pegafor, son los productos más utilizados por los fontaneros en España. En concreto, a los socios de ALMAGRUPO les suministramos más de 120 referencias, que van desde diferentes fórmulas de adhesivos de PVC, desatascador profesional, pasta para cáñamo, PTFE líquido, adhesivos para aislamiento, adhesivo para cubiertas y láminas, adhesivo para conductos de aire acondicionado, cintas de PTFE, señalización, coquillas y anti-deslizantes, así como cartuchos de diferentes sellantes, para sanitario y bricolaje, etc.



### ¿Cuáles son las características distintivas de sus productos que los diferencian de los de la competencia en el mercado?

Unecol ofrece productos de alta calidad a precios competitivos. Nuestros productos disponen de las más prestigiosas certificaciones que aportan seguridad al instalador (certificado Aenor, Komo, BSI, CSTB, Kiwa, etc.). Además, al ser una empresa familiar en sus orígenes, mantiene un trato cordial, cercano y personal con sus clientes y distribuidores, siendo una empresa flexible y ágil, pero con unas instalaciones y procesos de primera línea.

### ¿Qué tendencias de mercado destacaría usted en su sector?

Se tiende a buscar productos cada vez más versátiles, así como respetuosos con el medio ambiente y el usuario. De ahí nuestra apuesta por los adhesivos sin THF, como nuestro PVC New Age. Las innovaciones vienen también por el lado de los envases, buscando presentaciones más ergonómicas y cómodas en su aplicación, como por ejemplo, nuestro adhesivo New Age en tubo de plástico, único en el mercado, que evita que los tubos se pinchen en la caja de herramientas y facilita la aplicación del producto.

### Opine sobre la marcha de su empresa en el contexto de la crisis.

Gymcol/Unecol no ha parado de crecer desde 2010. Concretamente, un 24% más en cifra

**“Nuestro producto PVC Uneplas, así como PVC Pegafor, son los más utilizados por los fontaneros en España”**

de negocio, comparado con 2014. Este año 2015 seguimos manteniendo la misma tendencia al alza. Nuestro crecimiento también se da en España, lo que significa que estamos afianzando y aumentando nuestra cuota de mercado, ya que la tarta a repartirse se ha hecho más pequeña y nosotros estamos consiguiendo un trozo más grande (a costa de la competencia, se entiende). En cuanto a la crisis, esta no se ha superado todavía. Lo que notamos es un poco más de confianza en nuestro cliente final (el usuario profesional), pero nadie está todavía seguro si invertir o no en su negocio porque no se vislumbra una luz fuerte al final del túnel. En estos momentos la obra pública está prácticamente parada y con unas Elecciones Generales a la vista, no sabemos cual será la política que se aplicará para el próximo año. De momento tenemos que conformarnos con la rehabilitación y las pocas viviendas nuevas que se han iniciado este año.

### ¿Qué ventajas reporta a su empresa su relación con ALMAGRUPO?

Nuestra relación con ALMAGRUPO se remonta a los inicios del Grupo, cuando sus oficinas centrales se encontraban en Zaragoza. Desde el principio nos ha unido una fuerte relación, en la que ambas partes hemos sabido adaptarnos a los cambios del mercado y establecer una firme alianza cliente-proveedor en la que todos salimos beneficiados. ALMAGRUPO es uno de los grupos más sólidos del panorama español y que tiene alianzas con los mejores proveedores del sector. Unecol le ha aportado facilidad de trabajo, seriedad, confianza y flexibilidad, además de productos líderes en el mercado a precios preferentes. ●