



## ENTREVISTA

# Symaga: Un éxito empresarial en un mundo global

ANA VALADO ENTREVISTA A MARTA GARRIDO

En el fascinante mundo de la industria de almacenamiento, Symaga ha surgido como un titán, transformando sus modestos comienzos en La Mancha en una presencia global que abarca más de 150 países.

Con un enfoque incansable en la calidad, la innovación y la sostenibilidad, Symaga ha forjado su camino hacia el liderazgo en su sector.

En esta entrevista, Marta Garrido, Directora de IT y Consejera de Symaga, nos invita a un viaje tras bambalinas para descubrir los secretos del éxito sostenido y las estrategias de expansión global de la empresa.

A través de una serie de preguntas, Marta no solo comparte su experiencia y conocimientos, sino que también nos brinda la oportunidad de conocer más a fondo a Symaga, una empresa líder a nivel internacional en la industria de silos y sistemas de almacenamiento.

Gracias Marta por todo su tiempo y esfuerzo.

**Empecemos por el principio. Desde sus inicios, Symaga ha demostrado un crecimiento constante. ¿Cuáles considera que han sido los principales impulsores detrás de este éxito sostenido?**

La evolución de la compañía está marcada por un crecimiento continuo y estable en el tiempo. El crecimiento está basado en la inversión continua en tecnología y recursos humanos, claves del éxito. Una fábrica equipada con la última tecnología y un equipo de 150 profesionales son las claves de Symaga. La capacidad productiva y técnica es fundamental en un mercado internacional que exige altos estándares de calidad.

Desde sus comienzos Symaga ha invertido para automatizar los procesos de producción y, hoy en día, la fábrica está en fase de Industria 4.0. La planta de producción cuenta con 30 robots y tecnología de última generación, así como con el certificado CE desde 2013. Los sistemas MES y SGA permiten un control y una gestión eficiente del almacén de materia prima y producto terminado.

**Y si exploramos la rápida expansión internacional experimentada por Symaga, ¿sabría decirnos cuáles fueron las estrategias clave que permitieron a su empresa expandirse globalmente y consolidarse en más de 150 países en un lapso de tan solo 40 años?**

El crecimiento de la compañía sigue un curso continuo e imparable, tanto en el área de modernización de la fábrica como en el capital humano y, por supuesto, en su cifra de ventas nacionales e

internacionales. Desde sus comienzos a finales de los 80, **Alfonso Garrido**, el fundador, tiene la visión del mercado internacional. Los viajes y las ferias internacionales abren el mercado internacional donde se demanda la estandarización del producto, y la reducción de plazos de entrega, exigiendo para ello la mecanización. Esto obliga en 1989 a comprar la primera perfiladora, y dos años más tarde la primera punzonadora, y a su vez es necesario incrementar el número de empleados a 20.

En 1992 se formaliza la expansión internacional, se trabaja en el primer proyecto para Francia y posteriormente serán nuestros vecinos portugueses y marroquíes los que maduren el proceso de internacionalización de la compañía. Así, en la década de los 90 hay un crecimiento de la exportación a países sudamericanos y europeos, lo que va a exigir que en 1999 se haga una inversión importante en nuevas máquinas de perfilado. En los últimos años se ha duplicado de la capacidad de producción, invirtiendo en tecnología de última generación.

En 2017 Symaga Group bate su récord de producción, con la fabricación de 23 millones de tons, un crecimiento del 10% respecto al año anterior. Este récord también se traduce en un incremento del 10% de contratación de empleados, así el grupo Symaga llegará a los 150 empleados en este 2017. En 2021 y 2022 crece la producción un 15%.

En estos últimos años, nuestros silos se han instalado en nuevos países como Jordania, Níger, Papua Nueva Guinea, Bostwana, Guinea Ecuatorial e Islas Vírgenes; estando presente en más de 150 países.

### Y para estos mercados, ¿Qué enfoques de marketing han sido clave para el éxito de Symaga?

Los viajes de prospección de mercado y las misiones comerciales internacionales junto con la asistencia a las principales ferias internacionales del sector han sido las principales acciones de la estrategia de ventas y marketing.

El equipo comercial está formado por 15 Export Area Managers de diversos orígenes y nacionalidades; en algunos casos los comerciales proceden de las áreas que gestionan, como India, CIS o MENA, lo que garantiza el conocimiento del mercado objetivo y una atención multilingüe. La formación y los estudios de mercado son la base para fortalecer la fuerza de ventas que trabaja con un equipo técnico que da apoyo a todos los proyectos.

Los pilares del marketing son el plan de ferias y el plan de medios internacional. Asistimos a las principales exposiciones del sector en todos los continentes. Se invierte en los principales medios especializados internacionales con el objetivo de aumentar el

reconocimiento y fortalecer la marca Symaga. Se trabaja el corporate como herramienta de posicionamiento y de apoyo a Comercial. El objetivo es crear una marca líder en el sector del almacenamiento.

### Pero para alcanzar el objetivo como marca líder del sector debe saber adaptarse a un mercado que está en constante cambio y que nada tiene que ver con el mercado que vio nacer a Symaga. ¿Cómo ha evolucionado la estrategia de ventas de la empresa para adaptarse a estos cambios?

La estrategia de ventas mantiene sus bases en los estudios del mercado y la asistencia a ferias internacionales para captar la demanda. La evolución está marcada por las necesidades de las áreas geográficas en las que Symaga va introduciendo sus silos.

### Gracias a esos estudios de mercado Symaga selecciona cuidadosamente su mercado objetivo. ¿Cuáles son los principales mercados en los que se ha enfocado la empresa y cómo identifica nuevos mercados potenciales?

Como hemos comentado, comenzamos con Europa, con nuestros vecinos franceses y portugueses; seguimos con Marruecos que nos abriría en años posteriores el mercado del área MENA, y Latinoamérica sería la tercera área que contó con nuestros silos.

En los primeros años del este milenio nos afianzamos en la zona CIS, que ha sido tradicionalmente para Symaga el área más potente y esperamos que el conflicto de Rusia y Ucrania se resuelva cuanto antes.

Nuestro principal objetivo en la actualidad es el Sudeste asiático y África, por su proyección presente y futura.

### Y para cada país, una especificidad. ¿Cómo aborda Symaga la adaptación de sus productos y servicios a las necesidades específicas de diferentes mercados y regiones?

El silo es una estructura metálica que nuestro departamento técnico diseña y calcula teniendo en cuenta las normativas que exigen las diferentes áreas geográficas. El silo cuenta con una gama de accesorios que le permitirán adaptarse a los proyectos de los diferentes sectores y áreas geográficas.

La entrevista con Marta Garrido nos ha brindado una visión inspiradora de una empresa que ha logrado un éxito global a través de una combinación de estrategias sólidas, innovación constante y un compromiso con la calidad y la sostenibilidad.

### **Pero vivimos en un mercado cada vez más competitivo. ¿Cómo se posiciona Symaga en relación con otros actores del mercado y cuáles son sus ventajas competitivas?**

Nuestros silos son reconocidos mundialmente por su durabilidad, calidad y fácil montaje. Symaga ofrece una amplia línea de silos base de hormigón y silos con tolva desde los 5 a los 25.000 m<sup>3</sup>. Fabricamos con acero con galvanización Z600 y ZM310 en el techo, garantizando una vida útil mayor que otros fabricantes. Toda la materia prima empleada es certificada de la máxima calidad y de origen europeo.

La fiabilidad de Symaga como fabricante de silos está avalada por sus casi 40 años de experiencia, exportando más del 90% de la producción, con instalaciones de silos en más de 150 países, 55 millones de m<sup>3</sup> de almacenamiento construido en 15.000 grandes proyectos.

### **Estamos seguros que no siempre ha sido fácil esa expansión a mercados foráneos. ¿Cuáles han sido los mayores obstáculos que han enfrentado en Symaga en su expansión internacional y cómo los ha superado?**

Ucrania y Rusia han sido dos países clave para Symaga y para todo el sector del almacenamiento de grano. El conflicto ha obligado a redirigir la estrategia comercial hacia otras áreas geográficas con demanda de almacenamiento de grano.

### **¿Qué papel juegan las alianzas estratégicas y las colaboraciones con otras empresas en esa estrategia de expansión?**

Presumimos de relaciones sólidas y duraderas con un porcentaje alto de clientes y proveedores, que nos han permitido colaboraciones para perfeccionar nuestros productos, aportando valor a toda la cadena.

### **Es cierto que mantener una buena relación con los clientes es vital. ¿Cómo aborda la empresa la gestión de relaciones con los clientes para mantener y fortalecer estas conexiones?**

Para mantener una buena relación con el cliente es necesario responder a sus necesidades tanto de producto como de servicio. El silo se actualiza trabajando conjuntamente con clientes y proveedores. Es fundamental la atención desde el principio del proyecto hasta el final y por supuesto en la postventa. Contamos con un equipo comercial que atiende la oferta, un equipo técnico que adapta el silo al proyecto y con un equipo de supervisores de montaje.

### **Háblenos de su equipo de ventas. Todos sabemos que un equipo comercial motivado es esencial para el éxito de ventas en**

### **cualquier empresa. ¿Cómo consigue motivar y capacitar a su equipo de ventas?**

Somos una empresa familiar con un trato cercano a los compañeros, conscientes de su valor en la empresa. El equipo de ventas recibe incentivos y comparte la misma política de Recursos Humanos donde promovemos el crecimiento profesional mediante la formación y la promoción interna para aumentar la implicación en el proyecto. Symaga cuenta con un alto porcentaje de jefes de equipo y directivos que proceden de promociones internas.

En 2021 se implanta el Plan de Formación anual que ha mejorado la oferta de cursos en la empresa. Intentamos fomentar la cohesión y el espíritu de equipo con reuniones interdepartamentales, *Team Building* y Torneos de Pádel que subrayan la importancia para la empresa de los recursos humanos como uno de los principales activos.

### **Dejando a un lado el capital humano todas y todos sabemos que la tecnología ha revolucionado la forma de vender. ¿Cómo incorpora Symaga la tecnología y la digitalización en sus procesos de ventas?**

El Plan de Transformación Digital comenzó en el 2016 con un proyecto de infraestructura informática: nuevos servidores, clúster y ERP. Previo al plan se hizo una auditoría tecnológica, siguiendo nuestra filosofía de mejora continua. De la auditoría nacen diferentes proyectos para mejorar y optimizar todos los procesos, desde el proceso de oferta hasta la salida del material de fábrica.

En este año finalizamos la implantación de sistemas SGA y MES que nos permiten un control y una gestión más eficiente del almacén de materia prima y producto terminado. Para Ventas, el ERP tiene herramientas como el CRM que ayudan a la gestión de sus procesos de ventas. Además, cuentan con el apoyo de las herramientas digitales como el emailing: los clientes reciben emailing para comunicar los nuevos desarrollos y la asistencia a ferias.

### **Nos puede comentar ¿cuáles son algunas de las innovaciones más recientes que Symaga ha introducido en sus productos y servicios?**

Las últimas inversiones en innovación se han hecho para conseguir una Industria 4.0 con la implantación de sistemas como SGA y MES que nos permiten un control y una gestión más eficiente de la planta de fabricación. La inversión en producción sostenible con la planta de energía solar fotovoltaica para una productividad ecoeficiente es otro de los grandes retos conseguidos: este año alcanzamos el 75% de energía verde.





Symaga es un ejemplo de cómo una empresa puede prosperar en un mercado globalizado al enfocarse en las necesidades de sus clientes, invertir en tecnología e innovación, y comprometerse con la sostenibilidad.

En cuanto a producto, se lanzaron el año pasado una gama completa de sensores y en años anteriores se mejoró la estanqueidad del silo con la doble junta vertical, se desarrolló una nueva línea de silos de interior y se trabaja continuamente en la mejora del silo y sus accesorios. Respecto al servicio, desde 2021 se ofrece supervisión online del montaje, obedeciendo a las restricciones del COVID.

**Y cambiando de tercio, La sostenibilidad es un tema cada vez más importante. ¿Cómo integra Symaga consideraciones de sostenibilidad en sus estrategias de ventas y expansión internacional?**

Apostamos por la fabricación sostenible con la planta de generación de energía solar fotovoltaica y un plan medioambiental para la gestión de residuos que nos ha permitido renovar la ISO 14001 a finales de 2022.

La gestión de residuos ha sido uno de los puntos principales que hemos trabajado en los últimos años. Tenemos más puntos de reciclaje y hemos mejorado la separación con más contenedores de papel cartón, pero además se han ampliado y reestructurado dos zonas de reciclaje, con su correspondiente obra civil, para habilitar el espacio y facilitar la descarga por parte de los operarios.

Otras acciones dentro del plan de gestión de fábrica para cuidar el medio ambiente han sido la renovación del 25% de la flota de carretillas, que pasa de combustión interna a eléctrica y el aumento del consumo de energía verde al 50% del total con la ampliación de la planta de generación de energía solar fotovoltaica que se instaló en 2020.

En 2023 los objetivos de desarrollo sostenible han sido aumentar los puntos de segregación y un nuevo plan que aumenta el respeto por el entorno natural.

Para 2024 aumentaremos la capacidad de la planta fotovoltaica para alcanzar casi la totalidad de producción con energía verde.

**Y no podemos hablar de sostenibilidad sin mencionar también la Responsabilidad Social Corporativa. ¿Qué iniciativas ha implementado Symaga para contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades en las que opera?**

Pensamos que el compromiso de una empresa debe trascender a los beneficios económicos, promoviendo los beneficios sociales y la sostenibilidad del medioambiente. Symaga impulsa un plan de Responsabilidad Social Corporativa dentro de un Código Ético de respeto a la naturaleza y de desarrollo personal y corporativo.

El **apoyo a colectivos desfavorecidos** nos lleva a colaborar con Fundaciones y Ong´s, como Banco de Alimentos, Fundación AFIM, Cruz Roja, Manos Unidas y NIPACE, AELIP, Supernenas, Fundación Esperanza y Alegría, Enach Asociación, Fundación Laudes Infantis, Plataforma Solidaria en Bolivia, Save the Children, Asociación de Ucrucianos de Alcázar de San Juan, ADS, Rotary Club,...

En **nuestra región** patrocinamos al equipo de fútbol, campus, escuelas deportivas, club de atletismo y torneos de pádel. Y a nivel internacional, hemos colaborado con la Panda Raid, una carrera de autos locos en Australia, Water Aid y la Titam Desert.

En **materia educativa** desarrollamos proyectos con Universidades e Institutos Técnicos. Podemos nombrar la Universidad Politécnica

de Madrid, la Universidad de Castilla La Mancha, la Bipree Research Group, la Universidad de Agricultura Aleksandras Stulginskis, el centro Itecam de Castilla La Mancha y el programa Empresa Familiar en las aulas de la AEFCLM.

Por supuesto, recibimos a personal en prácticas, contribuyendo al desarrollo profesional y nuestras instalaciones siempre tienen sus puertas abiertas a las visitas de los alumnos de disciplinas industriales y técnicas.

Como hemos comentado anteriormente disponemos de un **programa medioambiental** que incluye:

- Sistema de Gestión Ambiental. En 2018, Symaga Group consiguió apuntalar sus esfuerzos en la optimización de la gestión de recursos y residuos con la certificación UNE-EN ISO 14001, que renovó en 2022.
- El Programa medioambiental incluye además de la gestión de residuos, la reducción de consumos de aguas y el tratamiento de aguas residuales.
- Exigimos a los proveedores de acero la certificación ISO 14001, que obliga a una producción de un 80-90% de materiales reciclados.

La planta de generación de energía solar fotovoltaica para autoconsumo se instaló en 2020, en nuestra fábrica de Villarta de San Juan. En 2022 ha duplicado la capacidad y este 2024 tendrá otra ampliación, con el objetivo a medio plazo de una producción 100% verde.

**Cuidamos el equipo humano.** Somos pioneros en el sector en materia de seguridad y prevención de riesgos laborales con la ISO 45001 desde 2018.

Las reuniones interdepartamentales, los *Team Building* y los Torneos de Pádel son ejercicios que fortalecen el espíritu de equipo y ponen de manifiesto la importancia para la empresa de sus recursos humanos como uno de los principales activos de la empresa.

Cada año un trabajador de la empresa es nombrado embajador de Symaga, compartiendo sus experiencias con todos en una entrevista.

Se promueve el desarrollo profesional a través de la formación y la promoción interna. Desde el 2021 se implanta el Plan de Formación

anual, que ha mejorado la oferta de los cursos impartidos en la empresa. Un alto porcentaje de oficiales, jefes de equipo y directivos proceden de promociones internas.

**Mirando hacia el futuro, ¿cuáles son los planes de Symaga en términos de expansión internacional y cómo espera que evolucione la empresa en los próximos años?**

El principal reto es convertirnos en el mayor fabricante de soluciones de almacenamiento a nivel mundial y tener silos instalados en todos los países del mundo.

El proyecto de desarrollo de producto nos conduce a aumentar la gama de silos y accesorios según nos demanden los clientes.

**Reflexionando sobre los logros de Symaga, ¿cuál considera que es el mayor éxito de la empresa en términos de ventas y expansión internacional, y qué lecciones ha aprendido en el proceso?**

En 2015 se suministró el mayor proyecto de almacenamiento del sector hasta la fecha. Se fabricaron silos para almacenar 2M de toneladas de trigo. Esto supuso un hito para la empresa, que la posicionó indiscutiblemente como uno de los líderes de sector.

**El conocimiento es poder. ¿Qué consejo le darías a alguien que está empezando en la gestión de ventas, ya sea en el mercado nacional o internacional?**

Para gestionar las ventas lo primero es estudiar el mercado. Antes de cualquier acción, es crucial comprender el mercado objetivo y sus peculiaridades. Esto incluye la cultura, las tendencias y las necesidades específicas de cada región y por supuesto definir el Buyer persona.

El equipo comercial debe tener la capacidad de comunicarse efectivamente, de escuchar activamente y de transmitir el valor de los productos o servicios. Hay que aprovechar la experiencia de profesionales más experimentados y buscar oportunidades de capacitación.

Muy importante ser persistente y resiliente: El éxito en ventas no llega de la noche a la mañana. Es importante mantenerse perseverante frente a los desafíos y aprender de los fracasos para mejorar continuamente.

Las palabras de Marta Garrido nos han inspirado y enriquecido, y estamos seguros de que nuestros lectores también se beneficiarán enormemente de esta entrevista. ¡Gracias, Marta, por compartir su sabiduría y visión sobre el mundo empresarial!