

Narcís Tarrés

Director general de Eaton Power Quality en España

"Gracias a la unión de energías y combinación de experiencias, Eaton ha visto reforzada su presencia en el mercado de la protección eléctrica"



Tras las adquisiciones de Balmen Electronics y de MGE Office Protection Systems, Eaton ha iniciado un proceso de unificación de sus marcas en España para eliminar posibles confusiones. Narcís Tarrés, director general para la Península Ibérica, nos explica a continuación cómo se está llevando a cabo este proceso y expone la valoración de la firma Eaton sobre la implantación en nuestro país.

Pregunta: Después de más de un año desde las adquisiciones de Balmen Electronics y MGE Office Protection Systems, ¿cómo valora Eaton su proceso de implantación en España?

Respuesta: En realidad el proceso se inició en el año 2007 con la entrada de Eaton en el mercado español a partir de la compra de la marca MGE Office Protection Systems. Posteriormente el proceso se completó con la adquisición de la firma Balmen Electronics, firma que distribuía en España la marca Powerware, marca propiedad de Eaton desde el año 2004.

La valoración de todo el complejo proceso es muy positiva, de forma que en el último trimestre de 2008 iniciamos el proceso de convergencia de ambas marcas en una única identidad corporativa: Eaton Powering Business Worldwide. Lo que permitirá establecer unas sólidas bases para el actual y futuro desarrollo de la marca Eaton en el mercado español, que cuenta con el respaldo de Eaton Corporation, un grupo industrial diversificado con 75.000 trabajadores repartidos por todo el mundo y con una facturación superior a los 15,4 billones de dólares.

P: ¿Qué han aportado ambas adquisiciones a Eaton?

R.: Ambas compras supusieron una ampliación de la actividad de negocio de Eaton en el terreno de los sistemas de alimentación ininterrumpida (SAIs) y a través de ellas hemos salido doblemente reforzados. Por un lado, la compra de Balmen, representante en España de Powerware, supuso una ampliación de la oferta de

equipos trifásicos, mientras que la de MGE Office Protection Systems aportó un mayor rango de SAIs monofásicos, de baja tensión. De este modo, Eaton se convierte en una de las empresas con la oferta de SAIs más completa del mercado, tanto a nivel nacional como internacional.

Así pues, gracias a la unión de energías y combinación de experiencias, Eaton ha visto reforzada su presencia en el mercado local y mundial y se ha reafirmado como uno de los líderes en protección eléctrica.



P: Recientemente, Eaton ha anunciado la unificación definitiva de toda su oferta de productos y servicios bajo una misma firma. ¿A qué responde esta operación?

R.: En estas decisiones estratégicas nunca hay una sola razón. Primero, nos interesaba que se desvaneciera cualquier duda respecto a la implantación de Eaton en España, puesto que después de tantas adquisiciones y movimientos comple-

jos, había una cierta confusión entre los clientes.

Por otro lado, está el objetivo de potenciar la marca Eaton en nuestro país como principal identidad de nuestra amplia oferta de productos. Al mismo tiempo que reforzamos nuestra presencia, también damos la confianza a los clientes de que detrás del producto que adquiere hay una gran corporación que le ofrece todas las garantías de calidad, servicio e innovación.

P: ¿Cómo se ha desarrollado hasta ahora la transición y convergencia de marcas?

R.: El proceso se ha realizado de forma gradual. Así, de forma continuada se han estado realizando campañas de comunicación orientadas a explicar todo este proceso al mercado. Como he comentado anteriormente en el último trimestre de 2008 iniciamos el proceso de convergencia de las distintas marca hacia una única marca: Eaton Powering Business Worldwide.

Este eslogan se diseñó para definir mejor nuestra oferta global. De este modo, Eaton afirma a nivel mundial su capacidad de realizar una oferta global y su papel en el desarrollo de tecnologías innovadoras para la protección de la energía, eficiente y eficaz. Powering Business Worldwide supone una nueva imagen para Eaton que muestra un equipo mundial al servicio de sus clientes con un firme compromiso con las nuevas tecnologías y el control de transmisión de la energía.

P: ¿Cuáles son los siguientes pasos a seguir y para cuándo habrá finalizado el proceso?

"Powering Business Worldwide muestra un equipo mundial al servicio de sus clientes con un firme compromiso con las nuevas tecnologías y el control de transmisión de energía"

R.: Nuestra meta es que el 1 de enero de 2010 este proceso de convergencia hacia una única marca esté completado. Es por eso que continuaremos con las campañas de comunicación a través de diferentes medios y canales para reforzar este mensaje dirigido a todos los actores del mercado, destacando entre ellos al canal de distribución.

P.: ¿Nos puede explicar cómo afectarán estos cambios a la estructura de Eaton en España así como a las nomenclaturas, gamas y logos de sus productos?

R.: Eaton a nivel global reestructuró sus actividades en dos grandes segmentos: industrial y eléctrico. Dentro de este último se encuentra Eaton Power Quality, la empresa dedicada exclusivamente a la actividad de los SAIs. En España, esta es la empresa que opera y ofrecemos dos gamas de productos: los equipos monofásicos, de entre 0 a 20 kVA, y los trifásicos, de entre 8 a 1.100 kVA. Los primeros se agrupan bajo la marca "Eaton Pulsar", mientras que los de alta potencia se denominan "Eaton Powerware". Lógicamente, esta reorganización afecta también modificando en breve los logos de nuestros productos.

De esta forma, hemos mantenido las marcas Pulsar y Po-

werware, ambas con una alta notoriedad y reconocimiento en su sector de mercado.

P.: ¿Qué actividades se han llevado a cabo para que sus clientes se familiaricen con estos cambios corporativos?

R.: Todo cambio siempre requiere ser comunicado. Desde Eaton lanzamos una intensa campaña de acciones promocionales, de marketing y publicidad para dar a conocer las adquisiciones de la compañía y su entrada en el mercado español. En este proceso tenemos la suerte de estar colaborando estrechamente con la prensa técnica especializada y eso hace que el mensaje llegue de forma rápida al canal de distribución, que era el target principal de la campaña.

P.: Por último, como productor de tecnologías innovadoras para el control más eficaz de la energía, ¿qué importancia concede Eaton a la eficiencia y el ahorro de la energía? ¿En qué consiste su política medioambiental?

R.: Para Eaton, la sostenibilidad que resulta de la eficiencia y el ahorro energético es de crucial importancia. Por eso, desarrollamos productos de diseño eficiente y sostenible que no sólo ayudarán a los clientes a gestionar la energía, sino que

al mismo tiempo contribuyen a preservar el medio ambiente. Un ejemplo claro lo encontramos en el SAI Eaton 9395 destinado a los Data Centers. En nuestra sociedad del conocimiento se conectan a diario millones de ordenadores y servidores, lo que provoca un aumento desenfrenado del consumo energético. Nuestra solución es un equipo que no sólo protege contra caídas de tensión sino que además, ayuda a racionalizar dicho consumo con una eficiencia no menor del 94%.



Al objeto de enfatizar nuestro compromiso hemos desarrollado el estándar "Green Leaf". Este sello gráfico se utiliza para identificar un producto, solución o servicio Eaton que supone beneficios para el medio ambiente. Para crearlo, Eaton se ha empeñado en cumplir todas las orientaciones y el asesoramiento ofrecido por instituciones como la Unión Europea.

Para complementar nuestro compromiso global, en Eaton nos hemos marcado el objetivo de reducir nuestras emisiones de CO₂ un 18% para el año 2012. ■