



Las empresas del Grupo cambian su nombre a HUNE

EUROLOC INICIA UNA NUEVA ETAPA DE CRECIMIENTO

Grupo Euroloc, una de las primeras empresas de alquiler de maquinaria en nuestro país, ha presentado sus excelentes resultados obtenidos en 2007 y adelanta la estrategia para el presente ejercicio. La nueva dimensión del grupo ha merecido el cambio de denominación, reflejando con mayor fidelidad sus nuevos valores y su vocación de liderazgo.



El director general de la compañía, Luis Camilleri, y su consejero delegado, Juan Dionis, han sido los encargados de hacer este anuncio en un encuentro con la prensa en que se han dado a conocer los aspectos generales que caracterizan a Euroloc en su nueva etapa. Tras un año colmado de hitos, como la incorporación de tres empresas, la reordenación del grupo y la duplicación de su presencia territorial, la firma se encuentra en posición de abordar un ambicioso plan de crecimiento.

A esta nueva dimensión del grupo ha contribuido la integración de tres compañías del sector. La naturaleza de estas adquisiciones residió en la “complementariedad geográfica y de producto, y en la eficiencia y capacidad demostrada de sus equipos de gestión, referentes del sector en España”, según explica Juan Dionis, consejero delegado de la compañía.

Así, Homs aporta el negocio de módulos y la diversificación geográfica que permite la consolidación como el líder del mercado catalán. Por su parte, Nacanco y Umesa complementan la oferta con las plataformas y amplían la base de clientes, diversificando a nuevos sectores. Tras la integración de la totalidad de los equipos de estas compañías, la plantilla actual se sitúa en 1.300 empleados. “

e-maquinaria

El nuevo grupo se estructura en torno a las divisiones de Maquinaria Generalista, donde se agrupan Euroloc y Homs, y de Plataformas (Nacanco y Umesa), con 40 y 25 delegaciones, respectivamente, distribuidas por todo el territorio nacional, y un parque conjunto compuesto por más de 33.000 equipos. La antigüedad media de estas máquinas es de 2,5 años.



El nuevo nombre surge de las siglas de las empresas integradas (Homs, Umesa, Nacanco y Euroloc). De esta forma se consigue una marca nueva, sólida, sencilla y reconocible, al mismo tiempo que da reconocimiento el valor aportado por cada una de las marcas originales, en torno al lema "Juntos somos mejores". La integración permitirá eliminar las duplicidades y aprovechar las sinergias en el corto plazo.

Cierre de un año espectacular

El año 2007 ha marcado un punto de inflexión en el negocio de Grupo Euroloc y su posicionamiento en el mercado, hasta convertirse en pieza clave de la consolidación del sector del alquiler de maquinaria en España. La compañía cerró el ejercicio con unos ingresos de 233,7 millones de euros, lo que representa que la facturación se ha triplicado con respecto a los 75,6 millones registrados en 2006, y que supera las estimaciones iniciales de 225 millones de euros.

También ha dedicado importantes esfuerzos a la ampliación de bases, apertura de nuevas delegaciones y compra de maquinaria. En concreto, la inversión total destinada a la compra de maquinaria, tanto generalista como de plataformas, ascendió a los 122 millones de euros en 2007.

Además, la firma sumó 14.000 nuevos equipos, situando el parque total de maquinaria en más de 33.000 unidades, y duplicó sus delegaciones alcanzando las 65, repartidas por todo el territorio nacional.

Todas estas actuaciones han llevado a la compañía a cerrar el ejercicio con una cuota de mercado del 8% -dato muy significativo teniendo en cuenta la gran atomización del sector,- y con una posición aventajada para seguir creciendo en el mercado nacional y participando en el proceso de cambio que vive el sector.



Estrategia de diversificación

De cara al año que comienza se espera una estabilización del mercado de la construcción, como consecuencia de una ralentización de la construcción residencial, que se verá compensada por el crecimiento de la obra pública, promovida por las administraciones. Esta estabilización del crecimiento

provocará, a juicio de los responsables de HUNE, una mayor externalización de medios, que redundará en un incremento del mercado del alquiler.

¿Cómo es posible que una estabilización permita impulsar la actividad alquiladora? En primer lugar, por la elevada fragmentación del mercado (en torno a 1.500 compañías), que permite a las grandes el suficiente margen de crecimiento. Asimismo, estas firmas tienen una exposición limitada a una caída del mercado residencial, debido a la baja cuota de mercado.

HUNE define su plan de actuación para 2008 sobre tres principios clave: la excelencia, el crecimiento y la rentabilidad. La excelencia, referida en primer lugar a la mejora de los niveles de satisfacción de los clientes y a la calidad en los servicios añadidos; y en segundo lugar, relativa a la apuesta por procesos más eficientes, impulso a la formación del personal, mejora de las infraestructuras, etc.

El crecimiento, principalmente a través de un incremento de la facturación en alquileres de las bases existentes, el mayor desarrollo de las nuevas líneas de negocio, la diversificación de clientes y la expansión geográfica mediante la apertura de más delegaciones. Y la rentabilidad, apostando principalmente por la eficiencia en costes y el incremento de los ingresos por servicio.

Además, HUNE estima que el crecimiento de la compañía también se verá impulsado por otros factores propios del sector. "Actualmente, la penetración del alquiler de maquinaria sin operador en España está en ratios cercanos al 39%, y se espera que alcance niveles del 46% para 2010, es decir, existe un gran potencial de crecimiento y poco a poco el sector se aproximará a los ratios de penetración de otros mercados europeos. Por otra parte, la estabilización del crecimiento del sector de la construcción provocará una mayor externalización de medios", explica Dionis.

e-maquinaria



Bajo este contexto, HUNE prevé alcanzar una facturación de 275 millones de euros en 2008 y abrir en torno a 25 nuevas delegaciones. Además, destinará una inversión en maquinaria de 125 millones de euros durante el ejercicio. Por fin, la diversificación geográfica para 2008 se pondrá de manifiesto con la apertura de 12 nuevas delegaciones de la división de maquinaria generalista y 13 en plataformas.

Nueva identidad corporativa

El primer paso de esta estrategia es el cambio de nombre y de la identidad corporativa: Grupo Euroloc desaparece para ver nacer a HUNE. Según Dionis, “la realidad

de la compañía es totalmente diferente a la de hace un año. Además, tanto Euroloc como las empresas integradas son marcas referentes en sus mercados naturales, de ahí la decisión de identificar un nombre único sustitutivo e indicativo del comienzo de un proyecto común”.

HUNE, inserto en un círculo, representa la unión de cuatro empresas líderes en el sector del alquiler de maquinaria, que juntan sus fuerzas para ser mejores. El nombre se crea de las siglas de las integradas: Homs, Umesa y Nacanco, junto a Euroloc. “La marca es como el equipo: sólido, sencillo, reconocible y diferencial”, afirma Dionis.

“El objetivo de HUNE es ser una marca fuerte, revolucionaria en el sector, capaz de abanderar un cambio, una transformación. Ser competitiva y diferencial en un mercado en consolidación. Potenciar no sólo los valores del negocio, precio y excelente servicio, sino también valores emocionales, buscando crear una vinculación con nuestros clientes. En definitiva, representar una empresa de servicios que tenga la cualidad de ser adaptable en el tiempo y tener suficiente elasticidad para que permita diversificar el negocio a futuro”, subrayó Dionis.