

“España se ha convertido en el tercer exportador mundial de cerámica”

José López Cortés, *director general de Bathco*



Según los directivos de la firma Bathco, el sector español de la cerámica goza de una excelente salud y reconocimiento por parte de los mercados de todo el mundo. La apuesta por nuevos materiales para el baño y la diversidad de colecciones han sido la clave del éxito de esta empresa.

En sus inicios esta empresa centró su actividad en la fabricación de artículos de decoración y accesorios, bajo la marca Joselo. Más tarde sus responsables decidieron crear Bathing's, dedicada a la gama alta dentro de los accesorios decorados.

José López Cortés, actual director general de Bathco, explica que la empresa empezó a gestarse tal y como la conocemos ahora a principios del año 2000. *“Después de participar en una misión comercial en China, estudiar el mercado y visitar los principales fabricantes de porcelana para el baño, decidimos apostar por la experiencia asiática y convertirnos en fabricantes de sanitarios”.*

Durante estos 15 años el grupo Bathco ha aplicado una estrategia de diferenciación apostando por un diseño vanguardista en material para el baño, con productos de calidad a un precio competitivo. Esta apuesta les permitió en el año 2000 iniciar un proceso de internacionalización hacia cuatro países, fundamentalmente europeos. Actualmente su producción se ubica en más de 70 países y en mercados tan diversos como Emiratos Árabes, México y Estados Unidos, entre otros.

Diseño, calidad e innovación

Son los tres pilares que cementan la estrategia empresarial de Bathco y con la que persiguen diferenciarse. En base a ellos, la firma desarrolla nuevos productos que resuelvan las necesidades de los clientes y se adecuen a los cambios de tendencia del mercado. *“Para ello colaboramos de forma asidua con reconocidos diseñadores industriales y con centros de investigación”*, comenta. No obstante, el director general de Bathco asegura que *“si echamos un vistazo al mercado, no se puede apreciar que esta misma apuesta, en mayor o menor medida, es la que siguen las demás empresas del sector”.*

Desde su punto de vista, las perspectivas de futuro que se abren para este sector son muy buenas, *“teniendo como referencia nuestra presencia en la feria ISH de Frankfurt, podemos decir que, cada vez más, los países de los cinco continentes están interesados en nuestros productos, por su diseño innovador y por la reputación que tiene la marca España a día de hoy”*, afirma. Y es que, como así puntualiza, en estos 15 años nuestro país ha dado un salto gigante dentro del mercado mundial de cerámica: *“Actualmente, España se sitúa entre los tres exportadores mundiales de cerámica, por detrás de China e Italia”.* Otro punto clave que ha marcado el éxito de esta empresa ha sido *“la apuesta por nuevos materiales para el baño y la diversidad de las colecciones”.* Y, precisamente, en este último aspecto evolucionará el sector en los próximos años, según opina el director general de Bathco. ■

“Los países de los cinco continentes están interesados en nuestros productos, por su diseño innovador y por la reputación que tiene la marca España a día de hoy”