

Royo Group

galardonado con el Premio Nacional de Innovación 2012

La compañía ha sido premiada en la modalidad de internacionalización reconociendo así los esfuerzos realizados a lo largo de sus 40 años en el ámbito de la internacionalización y la innovación.



El pasado 31 de Mayo se le otorgó a Royo Group el Premio Nacional de Innovación 2012, modalidad internacionalización, que concede la Secretaría de Estado de I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad. Royo Group, es una multinacional valenciana especializada en muebles y equipamientos de baño (bañeras de hidromasaje, columnas de ducha, platos y grifería). El galardón reconoce la estrategia y los esfuerzos realizados por el Grupo a lo largo de sus 40 años en el ámbito de la internacionalización y la innovación. Entre los elementos más valorados por

el jurado destacan el porcentaje del volumen de negocio que la empresa realiza en el exterior: Royo Group ha pasado de tener el 58% en 2008, al 79% actual. En 2012, obtuvo una facturación de 60 millones de euros, un 9% más que en 2011.

Así mismo, se ha reconocido el impacto de los proyectos innovadores incorporados a la estrategia internacional y el fomento de la internacionalización de la actividad del personal investigador. La empresa destina el 3% de su facturación anual en I+D+i. El premio reconoce además su contribución a la mejora de la imagen internacional de los

La compañía, produce más de 600.000 muebles de baño y 300.000 módulos auxiliares al año

productos y servicios españoles, así como la introducción de productos innovadores en distintos mercados. , Consejero Delegado comenta: “Nos sentimos muy orgullosos por este reconocimiento; han sido 40 años de intenso trabajo y mucho esfuerzo. Siempre hemos apostado por la innovación aunque el verdadero premio es poder tener la oportunidad de seguir innovando, de seguir creciendo internacionalmente”.

Royo Group, que empezó a exportar en el año 1992, cuenta actualmente con 140 agentes comerciales, filiales comerciales en cinco países, 10.000 puntos

de venta y exporta a más de 90 países. Actualmente ha renovado sus marcas (Royobath, Bannio, Acquaidro y Elita), adaptándolas a distintos mercados. En el periodo 2008-2012 ha renovado el 85% de las gamas de producto.

Pensando en el futuro

La estrategia de negocio de Royo Group para los próximos años se basa en dos pilares: la internacionalización y la innovación, acompañado de competitividad en las operaciones y el fortalecimiento de las capacidades de la organización con el objetivo de convertirse en líder del mueble de baño en Europa. Para afrontar estos retos, la multinacional se estructura en cuatro grandes divisiones de negocio: DIY, Profesional, Global Companies y New Opportunities.

Royo Group está considerada la tercera empresa más grande en fabricación de mobiliario de baño Europea, cuenta con 550 empleados y dos centros de producción en Europa. La factoría de Valencia tiene una superficie de 50.000 m² y la fábrica de Sztum (Polonia) de 35000 m², en las que se ha invertido en su modernización un total de 10,5 millones de euros desde 2008. La compañía, produce más de 600.000 muebles de baño y 300.000 módulos auxiliares al año.

Según Raúl Royo, *“El gran reto empresarial de los próximos años es fomentar la cultura de la innovación tecnológica”*. La innovación es un pilar que sustenta el liderazgo, garantiza la competitividad y proyección en el futuro.

Inversión en I+D+i

Las actividades de I+D+i permiten a Royo Group afrontar retos y oportunidades que se presentan en un mercado cada vez más globalizado. La innovación y la creatividad son los elementos fundamentales para la adquisición de ventajas competitivas.

La capacidad de innovar es un recurso de la empresa, al igual que lo son sus capacidades financieras, comerciales y productivas; y de la misma manera, debe ser gestionado sistemáticamente.

El compromiso de la empresa valenciana consiste en potenciar al máximo la cultura de la innovación para crear valor, sirviendo mejor a los clientes y desarrollando la sociedad. Para ello, Royo Group cuenta con una estrategia propia de I+D+i, que sirve como referente interno y externo para cualquier esfuerzo realizado en I+D+i.

Todas las iniciativas de I+D+i de Royo Group han estado y estarán en línea con su compromiso por la sostenibilidad.

El esfuerzo por proteger el medio ambiente ha abierto diversos proyectos de innovación para disponer de fábricas sostenibles que creen productos beneficiosos para el planeta.

Desde sus inicios, Royo Group se ha considerado innovadora intentando tener las últimas tecnologías productivas en sus plantas y estar a la vanguardia en el diseño de sus productos.

La capacidad de innovar ha de ser un elemento innato en todas las áreas de la compañía. Royo Group entiende la innovación



Raúl Royo

“El gran reto empresarial de los próximos años es fomentar la cultura de la innovación tecnológica”

como un proceso abierto y compartido. En el que es fundamental colaborar con empresas, proveedores, clientes, universidades, centros tecnológicos, organizaciones industriales e instituciones públicas a través de programas y acuerdos, compartiendo conocimiento, riesgo



fabricantes

y costes, yendo más allá del desarrollo de proyectos de I+D+i, repercutiendo en la sociedad y satisfaciendo sus necesidades.

Royo Group es consciente de que la innovación ha de ser planificada, para asegurar que todas las actividades de I+D+i sean acordes a la estrategia del Grupo y se ejecuten de forma coordinada y estructurada. Para lograrlo ha creado dos organismos perfectamente enlazados, el Comité de Innovación y el Foro de I+D.

Edificio Royo Group Innovation Center

En 2012 se inauguró Royo Group Innovation Center, espacio de excelencia, dedicado al diseño, la innovación y la ingeniería. Se trata de un proyecto de dos años que aglutina los valores de una empresa involucrada en la eficiencia, el espíritu de equipo, la innovación y la orientación al cliente. Un icono reconocido por la Certificación energética de Edificios, otorgando una calificación de edificio clase A, gracias a una construcción responsable con el medio ambiente y con un mobiliario ecodiseñado.

La estructura de las instalaciones, consistente en dos pisos amplios que conceptualizan el diseño y la tecnología, forman un espacio de más de 600m², destinado a pruebas de industrialización, prototipos y ensayos. Con más de 20 ingenieros, especialistas en materiales, diseño, ergono-

mía, coste, funcionalidad, nuevas tecnologías, industrialización y estandarización, que dan soporte a las diferentes plantas del grupo.

El centro cuenta con cuatro espacios dedicados a diferentes actividades. Un amplio espacio de trabajo, un laboratorio de ensayos donde se estudian las materias primas, los nuevos diseños y una planta piloto en la que se puede ver y tocar las nuevas creaciones, así como investigar su forma de industrialización. Y por último diferentes salas de reuniones equipadas con las últimas tecnologías, destacando una sala dedicada a la creatividad y al trabajo conceptual.

Royo Group Innovation Center se centra en las actividades de

Royo Group cuenta actualmente con 140 agentes comerciales, filiales comerciales en cinco países, 10.000 puntos de venta y exporta a más de 90 países

investigación e innovación, que permite diseñar y desarrollar nuevos productos y procesos. Es un modelo de desarrollo del conocimiento donde se almacena el know-how del grupo dando respuesta a las necesidades del cliente y permitiendo liderar el sector del mueble de baño.

Desde Royo Group Innovation Center se han lanzado nuevos proyectos: en el área de materiales se ha conseguido lacados antideslizantes, lacados antibacterianos, soluciones para mejorar la funcionalidad como separadores y organizadores de cajones, productos que integran la tecnología LED, destacando nuestro espejo Emotion que te ofrece, entre otras funciones, la posibilidad de escuchar la música que tienes en tu



Smartphone, tecnología aplicada en el cuarto de baño. En el área de procesos se han ejecutado proyectos de innovación como por ejemplo nuestra línea de barnizado que permite reducir a cero las mermas de producto lacado. En el área de Marketing hemos llevado a cabo innovaciones al introducir en las instrucciones códigos QR para asistir mediante vídeos para facilitar al consumidor el montaje del mueble de baño. ■