

# Domo apuesta por su internacionalización a través de un grupo de exportación

**La empresa leonesa trabaja en la I+D+i de más de una docena de productos**

**D**omo tiene desde su creación en 2001 el objetivo de ofrecer un servicio rentable y de calidad a la medida de las empresas con productos propios, a las que ofrece desde la conceptualización y diseño de ideas para nuevas referencias, hasta proyectos completos de diseño y desarrollo, seguimiento pre-serie y lanzamiento, basándose en un análisis de los requerimientos del mercado, clientes y usuarios. En sus inicios, su mercado se centraba en Cataluña y la Comunidad Valenciana, aunque posteriormente se amplió a toda España y a partir de 2005 comienza su expansión por Europa a través de una serie de proyectos para la central de I+D de **Thyssenkrupp** en Londres. Entre los trabajos desarrollados para esta multinacional, destacan el diseño de una pasarela de embarque para aviones con motivo del inicio de los vuelos del nuevo Airbus A380 y un innovador pasillo mecánico que se inaugurará en el Aeropuerto de Toronto (Canadá) en los primeros meses de 2007.

Para incrementar su presencia internacional, **Domo** impulsa la creación de un grupo de exportación que surge de la unión de dos empresas complementarias y con experiencia en la colaboración entre ellas, aunque en la actualidad se estudia la incorporación de nuevas compañías que permitan incrementar el valor añadido que ofrecen. **“Esta ampliación nos permitirá un mejor aprovechamiento de las sinergias de conocimiento, así como la unión de fuerzas a la hora de salir al mer-**

**cado y competir con garantías de éxito”**, explica Héctor Robles, director de **Domo**. Los objetivos de esta agrupación se centran en ofrecer un servicio integral *llave en mano* en todo lo que se refiere al diseño, desarrollo, industrialización y lanzamiento de productos en los mercados de interés para los participantes en el grupo, que además del nacional, son Portugal, Francia, Alemania, Reino Unido, Bélgica, Holanda e Italia. **“Buscamos clientes de calidad que valoren los servicios de diseño industrial como instrumento clave para diferenciarse en el mercado y que quieran beneficiarse de la opción de trabajar con un grupo que les da la posibilidad de obtener productos reales y rentables desde su conceptualización, hasta su fabricación y salida al mercado”**, apunta el director de esta empresa leonesa, que trabaja para compañías como **BJC, Samoa, Lledó Iluminación, Bronces Mestre, Primur, Proconsi, Metalibérica, Casple Heating** y **Openwired**, entre otros.

## Chaqueta antimosquitos

La experiencia y capacitación de su plantilla formada por diez profesionales permite a **Domo** participar de media en una docena de proyectos simultáneamente, entre los que se encuentran desde una chaqueta antimosquitos, hasta un semáforo indicador del nivel de contaminación acústica, además de una expendedora de billetes de autobús, mobiliario urbano, cuadro de mandos de radiadores, grifo, columna de hidromasaje, herrajes para puertas, llana para albañilería y una colección de calcetines. **“La mayor parte de nuestros clientes repiten, lo que pone de manifiesto un alto grado de confianza y satisfacción en el servicio ofrecido. Todos ellos aprecian el diseño como parte fundamental de sus productos a fin de que éstos sean lo más competitivos y diferenciados posibles en un mercado cada vez más globalizado en el que es preciso luchar a través de la innovación. En Castilla y León, más si cabe que en el resto de España, existe una cultura casi nula sobre el diseño industrial. Para mejorar esta situación, son importantes las actuaciones de concienciación procedentes de la UE, que apuesta por la innovación y apoya el diseño industrial como una de las opciones de las empresas europeas frente a la competencia de los países emergentes”**, concluye Héctor Robles.

Héctor Robles,  
director de Domo.

