

ASCENSORES Y MONTACARGAS

REVISTA TÉCNICO COMERCIAL DE ASCENSORES, MONTACARGAS, ESCALERAS MECÁNICAS, RAMPAS Y ANDENES MÓVILES

Brexit: ¿Cómo afectará a la industria de la elevación?

Telemantenimiento:
todo son ventajas

El sector del
Ascensor en
España

SBN
EDITORES



Advertisim instalado en el Hotel Room Mate Óscar (Madrid)

ADVERTISIM

LA PERFECCIÓN NO EXISTE PERO VALE LA PENA INTENTARLO

Pantallas de 7", 10", 15", 32" y 55" en horizontal y vertical y opción superficie o semiempotrar.

CONEXIÓN CON LA MANIOBRA · 3G · WIFI · ETHERNET · NOTICIAS · METEOROLOGÍA · VÍDEOS · PUBLICIDAD


NAVARSYSTEMS
WELCOME TO THE CONNECTIVITY


72
horas
MMA TECHNOLOGIES

ADVERTISIM



www.advertisim.com

Entrevista



1966 • 2016
50
PASSION FOR
ELEVATION

CUMPLIR CINCUENTA AÑOS DE ACTIVIDAD ES UN HITO EXCEPCIONAL PARA UNA EMPRESA. ¿CUÁLES FUERON LOS PRIMEROS PASOS DE IGV?

Cuando empecé en 1966 jamás imaginé que alcanzaríamos este momento. Por aquel entonces éramos tres personas que producíamos componentes para ascensores en una pequeña sede en Milán. Fuimos creciendo poco a poco, hasta que llegó un encargo de una empresa de Génova que necesitaba poner en marcha tan pronto como fuera posible algunas instalaciones en sus plantas de Jeddah (Arabia Saudita). Gracias a un gran espíritu de equipo y un poco a la mezcla de coraje, locura y velocidad de trabajo, logramos hacernos con el pedido y vencer a la competencia. Aquel fue un hito importante en la historia de la empresa, pero el punto de inflexión se dio en 1998 con DomusLift, cuando diseñamos la primera plataforma elevadora doméstica que nos situó en una posición ventajosa. DomusLift se convirtió en el buque insignia de nuestra producción y siempre lo hemos cuidado mucho, haciéndolo cada vez más hermoso y funcional, así como tecnológicamente avanzado.

¿CÓMO HA EVOLUCIONADO IGV EN ESTOS 50 AÑOS?

Nacimos fabricando componentes en Italia y luego llegó el montaje de todo el ascensor y una producción casi integral. Ahí nos dimos cuenta que teníamos que salir de las fronteras italianas para crecer y, de hecho, el 75% de la facturación actual procede del extranjero. Nuestro primer cliente es Australia, pero queremos seguir expandiéndonos a todos los países del mundo. Además, no podemos olvidarnos de la calidad, en la que hemos invertido mucho.

¿CUÁLES SON SUS PUNTOS FUERTES?

El primero de ellos es, sin duda, la calidad. Hoy día existe un reconocimiento mundial a la calidad de DomusLift. En IGV siempre hemos tenido la certeza de que la calidad del producto, la profesionalidad y la seriedad son fundamentales en un mercado globalizado donde las copias están a la orden del día. El segundo punto, no menos importante, es la atención al cliente. Siempre he enseñado a todo mi personal a poner a nuestros clientes, sus problemas y sus necesidades en el centro del proyec-



Giuseppe Volpe, fundador y presidente de IGV Group: «IGV es el resultado de una larga pasión de cincuenta años»

La alta costura de los ascensores «made in Italy» pasa por Vignate, cerca de Milán, donde se encuentra el corazón del Grupo IGV, una empresa fundada en 1966 que ha hecho del servicio a medida su tarjeta de visita en más de 70 países de todo el mundo. La calidad y la orientación al cliente son los puntos fuertes de esta compañía que encara el futuro con coraje, creatividad, profesionalidad y compromiso. De todo ello y de estas cinco décadas hemos hablado con el ingeniero Giuseppe Volpe, fundador y presidente del Grupo.

to. De hecho, con el paso del tiempo hemos creado con muchos de ellos un vínculo fuerte que llega incluso a la amistad personal. A pesar de la crisis, IGV dijo no a la reubicación y a los despidos para elegir el camino de la inversión y la innovación... Si un empresario ama su trabajo y su compañía, debe ser optimista, valiente y generoso. Yo creé IGV y la empresa me dio mucho a lo largo de los años, de manera que en los malos tiempos decidí apretar los dientes para superar esta tremenda crisis; tratamos de hacerlo con nuestras propias fuerzas, sin ceder a la tentación de los atajos y los beneficios rápidos. Hubiera sido más cómodo y fácil cerrar o deslocalizar, pero eso habría sido una derrota. En cuanto a la innovación, se trata de una palabra que siempre ha tenido un gran atractivo para mí. Siempre hemos invertido en investigación y desarrollo, hasta el punto de que IGV trabaja mucho gracias a los jóvenes talentos, que nos ayudan a para mantener el ritmo de los tiempos y ofrecer nuevas ideas en las que nadie ha pensado todavía.



Entrevista



El mensaje del presidente

Los actos de celebración del 50º aniversario de IGV Group arrancaron con el discurso que Giuseppe Volpe, fundador de la empresa y actual presidente, dirigió a los asistentes y en el que se mostró feliz de volver a ver a muchos de quienes habían asistido a los actos del 25º cumpleaños de la compañía en el año 1991.

En sus palabras, Volpe resaltó la fortaleza de la firma a pesar de las dificultades de la crisis de 2009, que calificó como «muy difícil de superar». Aun así, el fundador de IGV Group quiso agradecer a todos los que han apoyado este proyecto desde el primer día, desde los empleados y colaboradores hasta los clientes y proveedores.

«La crisis obligó a todos los países a cambiar su forma de vida, pero nosotros no nos damos por vencidos y esa es una de las ideas clave de mi vida: nunca darse por vencido. Cuando las cosas son duras y todo parece abrumar, cuando se piensa que ya no vale la pena, entonces es el momento de mostrar la fuerza interior, el orgullo y ser positivo para volver al juego. Eso es lo que he hecho durante más de 80 años y lo que voy a seguir haciendo», explicó Volpe, quien dijo que no pensaba retirarse todavía y que la continuidad de la empresa estaba asegurada con el relevo generacional, encarnado en la figura de sus hijos Matteo y María y de sus nietos, Lucia y Giuseppe. Ellos, según añadió el presidente de la compañía, serán los encargados de «mantener la pasión, la responsabilidad, el corazón, la innovación y la tradición, el cuidado de los detalles y la tecnología, la calidad y la flexibilidad, la investigación y el profesionalismo y la lealtad» que han definido a IGV Group desde hace ya cincuenta años.

IGV HA RECIBIDO MUCHOS PREMIOS DURANTE ESTOS 50 AÑOS DE HISTORIA, ¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS Y PLANES PARA EL FUTURO?

Es cierto que IGV ha sido galardonada a menudo, tanto en Italia como en el extranjero. De todos modos, hay dos premios con los que estamos muy vinculados. El primero es el de «Salernitani ilustre» que me concedieron en 2002. Fue una gran satisfacción porque es mi tierra natal y porque a mi lado, premiados como yo, había grandes personalidades, distinguidos jueces, un general e incluso la famosa y talentosa periodista Lucia Annunziata. El segundo es el «Ambrogino de oro» de 2007. Milán quería darme el reconocimiento de ciudadano ilustre (¡a mí, salernitano!) por haber creado puestos de trabajo, por fomentar el bienestar en el Norte y por la atención a la discapacidad, un tema en el que IGV seguirá trabajando.

De hecho, ese es uno de los próximos objetivos: estamos a punto de lanzar una patente verdaderamente revolucionaria en el mundo de las personas con discapacidad que puede cambiar la forma en que se comportan -con total autonomía- frente a las escaleras. El desafío que tomamos todos los días es seguir siendo una empresa que tiene como objetivo el «Made in Italy», que aporta elegancia italiana en el mundo creando productos de alto nivel que resultan atractivos en todos los países.

¿CÓMO CELEBRARON EL QUINCUAGÉSIMO ANIVERSARIO?

Con un gran evento celebrado el 25 de junio en la sede de Vignate. Allí dimos la bienvenida a cerca de 650 personas, entre empleados y sus familias, clientes, proveedores, amigos, expertos de la industria, consultores, instituciones y muchos

niños. Mostramos los nuevos productos y en nuestra sala de exposición totalmente renovada dimos a conocer el impresionante DomusLift con la pared artística decorada con la obra «El beso» de Hayez. Es, de hecho, el nacimiento de DomusLift Art, una edición limitada que consiste en la inserción de grandes obras de arte italiano en la cabina del ascensor. También presentamos un vídeo sobre la historia de IGV y la familia Volpe (mi esposa, mi hijo Matteo y mi hija Maraa, sus dos hijos gemelos, Lucia y Giuseppe y yo mismo) y ofrecimos un buffet de cocina en vivo de la mano del chef Stefano Callegaro, ganador de la cuarta edición de Masterchef Italia, y un último espectáculo de danza acrobática. Realmente, el evento fue precioso y destiló un ambiente de alegría, serenidad y complicidad ideal para celebrar un hito tan importante.

DomusLift Art: arte en la cabina

El último lanzamiento de IGV Group es DomusLift Art Edición Limitada, una nueva versión de la plataforma de elevación que tiene el valor añadido de decorar las cabinas con obras de arte italianas.

Hayez, Miguel Ángel y Botticelli son algunos de los artistas que ahora se pueden disfrutar en el pequeño espacio de una cabina de ascensor, dando forma así al nuevo concepto de IGV para DomusLift: disfrutar del arte, el genio de los pintores y la armonía en el hogar.

DomusLift es el producto estrella de IGV, un ascensor que acaba de cumplir 18 años desde su lanzamiento y en el que, según explican desde la empresa, se continúa trabajando para mejorarlo a todos los niveles. El último paso ha sido esta edición limitada que permite disponer de una obra de arte italiana en casa.

