

HISTORIAS DE ÉXITO | Garrido Gallery

Los artesanos de la plata que triunfan en EEUU

INNOVACIÓN/ La firma está dirigida por dos hermanos que han seguido el legado de su padre, un artesano que les inculcó la la obsesión por la calidad, añadiendo el toque del diseño.

Antonio Santamaría. Madrid
Elton John, Ralph Lauren, Barbra Streisand, la esposa de Bernard Arnault, la familia real catari... Son algunos de los clientes que poseen piezas de Garrido Gallery en sus hogares. El estudio y taller de orfebrería madrileño se ha convertido en un referente a nivel mundial en el segmento de piezas de plata para decorar interiores, lo que a su vez explica que marcas de lujo como Chanel o Christian Dior tengan muchos de sus productos en *boutiques* de París, Milán y Pekín.

Fundada en 1950 por Damián Garrido, la firma debe su éxito a la capacidad de aunar técnicas de orfebrería artesanales con un diseño vanguardista de sus productos, que trata de unir belleza y funcionalidad. La apuesta por combinar tradición y modernidad viene de la mano de Juan y Paloma Garrido, quienes, aprovechando las enseñanzas de su padre, quisieron modernizar un sector dominado por los clásicos candelabros y centros de mesa tan comunes en los hogares españoles de hace décadas.

“Nuestro objetivo era transformar esos objetos funcionales para que contaran con un diseño más decorativo, sin perder su utilidad. Queríamos trabajar el concepto de arte utilizando la plata recurriendo a un diseño diferente en el que se pudiera valorar el producto como pieza artística, pero manteniendo una metodología artesanal”, explica Juan Garrido.

Para la segunda generación de este negocio familiar, no se pueden entender sus creaciones sin estas características. Los dos hermanos consideran que la insistencia de su progenitor por “hacer todo a mano” fue lo que les llevó a diferenciarse de otras firmas como Durán



Chimenea bañada en oro de 24 kilates fabricada en 2017.

La empresa

GARRIDO
COLLECTIBLE DESIGN

Fundación

1950

Actividad

Diseño y fabricación de piezas de plata

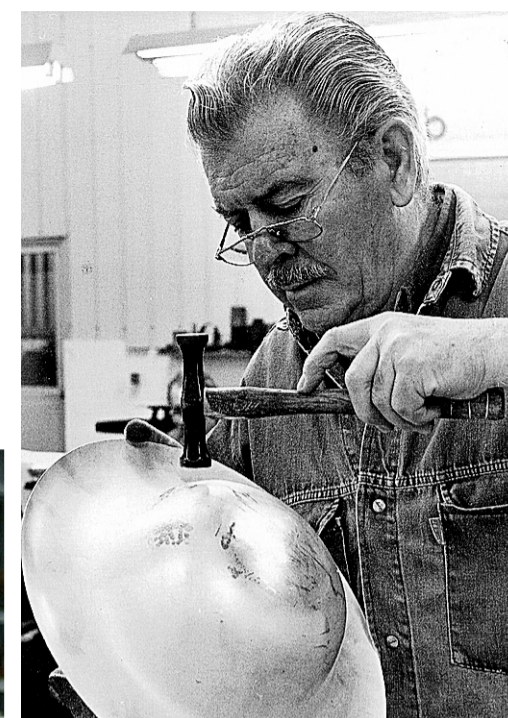
Sede

Madrid



Propietarios

Juan y Paloma Garrido



TRADICIÓN

Damián Garrido (imagen superior) inculcó a sus hijos, Paloma y Juan (imagen de la izquierda) la importancia de hacer piezas artesanales y primar la calidad sobre la cantidad. Ellos han aportado a esta obsesión por el detalle un diseño innovador que ha conquistado los salones de Estados Unidos.

o Montejo, “que trabajaban más en serie y acabaron cerrando”.

Pero el camino para hacer despegar un negocio que produce entre 100 y 150 piezas –todas en España– y factura casi un millón euros al año no fue fácil. Una vez Juan Garrido apostó por un diseño rompedor en sus elaboraciones, se

encontró con las reticencias de los clientes habituales de su padre por adquirir los nuevos modelos, ya que los veían demasiado “futuristas” y “atrevidos”.

Por ello, Garrido se lanzó a explorar el mercado estadounidense, en general, y Miami, en particular, donde tenía amigos viviendo que le hicieron ver de las oportunidades al otro lado del Atlántico.

El punto de inflexión para Garrido Gallery llegó en 2002, cuando su trabajo fue descubierto por Barry Friedman, por entonces uno de los galeristas de artes decorativas más prestigiosos de EEUU. Les acabó comprando toda una colección que fue expuesta en su galería de Nueva York.

“Para mi hermana y para mí fue una gran satisfacción. Recuerdo ir con el catálogo impreso en una carpeta de anillas porque en aquellos años no había tanta digitalización. Las foto-

grafías no eran de gran calidad, pero eso no fue obstáculo para que alguien con una carrera profesional tan reputada comprara las más de 20 piezas que teníamos”, recuerda Garrido.

A partir de entonces, los dos hermanos encontraron más facilidades para trabajar con galerías europeas y captar clientes en ferias del sector en ciudades como Nueva York o París. Con los ingresos al alza, Garrido Gallery reformó el taller que tiene en Arganda del Rey y abrió una sala de exposición en Madrid, cerca del metro de Alonso Martínez.

¿Habrá una tercera generación para dar continuidad a la empresa? Lo último que quiere Juan Garrido es que sus hijos se sientan obligados a ello, ya que se trata de una labor “vocacional” en la que siempre hay alguna desilusión. “Tú puedes hacer un trabajo con el que acabes muy satisfecho pero que no guste a los demás”, reconoce.

Las cifras

Principal mercado

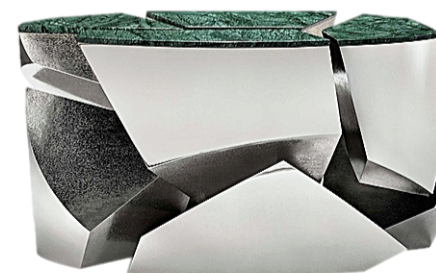
75%
de las ventas en EEUU

Producción anual

150
piezas

Venta más cara

150.000
euros



Consola de plata de 129 centímetros de ancho y 78 de alto lanzada al mercado en 2021.

Los retos de la globalización

Garrido Gallery tiene en Estados Unidos su principal mercado, ya que representa el 75% de sus ventas, frente al 5% que obtiene en España y el 20% restante de otros países europeos. Las obras de la firma madrileña han conquistado los hogares de tres de las mayores ciudades del país: Nueva York, Miami y San Francisco. A Garrido Gallery le han ofrecido abrir en China, pero los inconvenientes superan a las ventajas. “Nuestras piezas hay que entenderlas y el mercado asiático aún no está maduro. Además, no somos un taller que necesite abarcar muchas regiones, sino hacer piezas únicas cada vez más importantes y que expliquen por qué mantenemos 15 años de relación con nuestros clientes”, explica Juan Garrido.