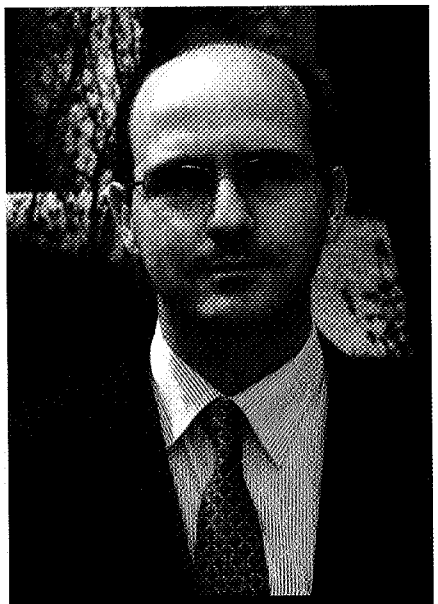
El club de la diferenciación
El segundo reloj

Hoy Swatch significa probablemente moda y diseño a buen precio, posibilidad de cambiar de reloj con frecuencia, de combinarlo como una prenda más de vestir, de regalar relojes casi personalizados para cada ocasión. Pero curiosamente, y como en tantas ocasiones, quienes fundaron esta empresa andaban buscando otra cosa.

En los años sesenta y setenta, los relojes japoneses desarrollaron una tecnología de cuarzo que amenazó a la tradicional industria suiza, haciendo que pasara del 43 % del mercado mundial al 15 %. Los suizos, y entre ellos el futuro fundador de Swatch, Nicolas Hayek, necesitaban salvar un mercado que bruscamente había cambiado. Gracias a la tecnología, el reloj estaba pasando de ser un lujo a un bien de consumo; el cuarzo se mostraba tremendamente preciso, y las baterías tenían un coste de reposición que invitaba al cambio de reloj.

Los tradicionales y prestigiosos relojeros suizos necesitaban producir mejores relojes que los japoneses: más precisos, pero sobre todo más finos, menos pesados. De lo contrario, tendrían que competir en precio, o pasarían a convertirse en el museo mundial de la industria. El reto inicial no era otro que la búsqueda de una tecnología que aumentara la producción sin disminuir el prestigio, la exclusividad. Y en ese camino apareció el diseño.

En 1978 salió al mercado el reloj más delgado jamás concebido. Citizen había introducido en 1976 el reloj análogo del cuarzo, primero en utilizar la luz del sol como su fuente de energía primaria. Dos años después la compañía japonesa lanzó un análogo ultra-delgado. Los suizos aceptaron el reto, y se pusieron a investigar para crear un reloj de bolsillo más delgado todavía. Y entonces fue cuando no solamente establecieron un nuevo record mundial, sino que inventaron un nuevo método de fabricación.



José María Ortiz
Universidad Antonio de Nebrija

Comenzaron simplificando la caja: la parte inferior del reloj sería la placa de base del mecanismo de modo que el cristal de zafiro se colocaría en el último lugar. Después se plantearon cómo sería posible utilizar el plástico para la creación de un reloj de calidad a un precio moderado; siguieron simplificando utilizando las mismas bases para los modelos masculinos y femeninos, y así consiguieron que sus relojes pasaran de contener 91 piezas a 51.

En 1983 nació el Swatch, un reloj de bolsillo, de cuarzo, de plástico, hermético, de alta precisión, resistente a los golpes, a buen precio, ideal para la producción en serie y disponible en un amplio abanico de colores. Muchas generaciones tuvieron su primer reloj el día de la Primera Comunión, y el segundo y definitivo el día de su petición de mano. Second-Watch, Swatch, vino a demostrar que la tecnología y los precios podían convertir el reloj en un elemento variable del atuendo. Una prenda más, casual, informal, sujeta a la moda.

Desde entonces Swatch no ha dejado de innovar, sobre todo en diseño. Manteniendo las colecciones de plástico, ha introducido las de metal, sumergibles, ultrafinos, net, paparazzi. En 1984 ya se habían fabricado un millón de relojes. Y para su quinto aniversario llevaban ya cincuenta millones. Cuatro años después, cien millones. Y en 1996, doscientos. Este año fue particularmente importante en su historia, ya que se convirtió en el cronometrador oficial de los Juegos Olímpicos de verano en Atlanta, condición que repetiría en Sydney.

Como todos los innovadores, también ha tenido sus fracasos, como el intento en 1998 de introducir una hora global, la hora de Internet. Pero con una historia tan reciente, no deja de llamar la atención que muchos de sus modelos se encuentren ya entre los más buscados por los coleccionistas. En muy poco tiempo, Swatch ha conseguido una producción masiva (ha alcanzado una cuota de mercado cercana ya al 25% de las ventas de relojes en todo el mundo), reteniendo ese carácter exclusivo que la industria suiza siempre atesoró. Y por eso tiene sentido que en el Grupo estén hoy integradas marcas tan famosas como Omega, Longines o Breguet.

Y en esta línea, Swatch ha tenido abundantes muestras de reconocimiento. Su presidente, Nicolas Hayek ha sido miembro del Consejo de Investigación de Tecnología e Innovación para el futuro de Alemania, Presidente del Grupo de Reflexión para las nuevas estrategias económicas en Francia, Doctor Honoris Causa por la Universidad de Bolonia, y Miembro del Comité Olímpico Internacional. La innovación, el reconocimiento y la moda se han dado la mano porque Swatch supo dar respuesta a una demanda del mercado, cambiando radicalmente la estructura del sector.