



IMAGEN EMPRESARIAL Y CRECIMIENTO

«Hay que hacer entender a la sociedad que detrás de cada proyecto empresarial hay una historia de superación y de esperanza»

ALBERTO
ZOILO ÁLVAREZ
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE LA
EMPRESA FAMILIAR DE MADRID (ADEFAM)



Si la reputación empresarial, concebida de forma individual, aporta mejoras de competitividad y rentabilidad, abre perspectivas de crecimiento y reduce el riesgo de inversión; de forma análoga, la operación de crear un ambiente positivo en torno al sector empresarial produciría efectos muy favorables para nuestra economía.

De la imagen que la empresa y los empresarios tienen en España se habló con profusión en el último Congreso Nacional de la Empresa Familiar, y una de las principales conclusiones a que se llegó es que la percepción del sector empresarial en nuestro país presenta un importante margen de mejora. La buena noticia es que las organizaciones representativas de la empresa familiar están dispuestas a revertir la situación, en el entendimiento de que una atmósfera favorable a la empresa resolvería muchos de los problemas que en estos momentos atentan a la sostenibilidad del Estado de Bienestar.

No es objeto de este artículo desentrañar las causas que nos han llevado a esta desafección hacia el mundo de la empresa; sí, en cambio, constatar una realidad y proponer algunas ideas que permitan contrarrestar la realidad. A este respecto, dotar de visibilidad a la empresa a lo largo de las diferentes etapas educativas, insistiendo en el papel medular que ha desempeñado en el desarrollo de sociedades libres y prósperas, podría corregir en buena parte este déficit de imagen que constatamos.

Del mismo modo, apostar por un modelo educativo que tome conciencia de las posibilidades que nos traen las nuevas tecnologías y coloque en su centro la noción de creatividad, para hacer entender a los alumnos que las buenas ideas en cualquier campo pueden cristalizar en soluciones útiles para la sociedad, contribuiría también a propiciar ese cambio de actitud hacia la empresa. Todo ello pasa, entre otras medidas, por formar al profesorado en estas materias y dotarles de herramientas y recursos para llevar a cabo su labor docente en este ámbito. Pero también por volver la vista en la escuela hacia los valores.

El sistema educativo, y desde estadios bien tempranos, debe enseñar a nuestros jóvenes que en la centralidad del trabajo y de las cosas bien hechas existe una vía muy importante de realización personal. Y que esforzarse cada día, dotarse de conocimientos, crecer en habilidades y com-

petencias y asumir retos constituye su mejor apuesta de futuro.

En este contexto, las empresas y los empresarios también debemos hacer nuestros deberes. Frente a la invisibilidad o distorsión de nuestra imagen que nos ha deparado hasta hoy mismo el sistema educativo, y la representación tantas veces banal que se proyecta de las empresas, debemos tomar la iniciativa para expresar nuestra visión acerca de las cosas que pasan con una orientación constructiva. Y a cada oportunidad que se nos brinde, a cuantos foros acudamos, insistir en la auténtica naturaleza de nuestros proyectos y en los valores que les son constantes: creatividad, riesgo, esfuerzo, innovación, empleo, aportación a la sostenibilidad del Estado de Bienestar.

Probablemente, para transmitir estos valores no haya nada mejor como incrementar nuestra transparencia y permeabilidad con las comunidades en las que nuestras empresas se hallan insertas, promoviendo la apertura de nuestras instalaciones, haciendo partícipes a las familias de actividades impulsadas desde nuestras propias organizaciones, y asumiendo, desde el staff directivo, una nueva actitud mucho más proactiva respecto de la comunicación de la que, por lo general, hemos tenido. Las tecnologías de la información ponen hoy en nuestras manos potentes canales para entrar en contacto directo con los públicos y construir un relato mucho más emocional sobre nuestra misión.

Hacer entender a la sociedad en su conjunto que detrás de cada proyecto empresarial hay una historia de superación y de esperanza, un anhelo por mejorar las cosas que nos han sido dadas y revertir los logros a la sociedad, supondrá sentar las bases para la construcción de una imagen más seductora de la empresa, capaz de despertar más vocaciones emprendedoras y, con ello, hacer posible una sociedad más libre y próspera.

130

millones de euros serán los que invierta la firma Network Steel en la ampliación de la ya antigua planta de Vestas.

350

serán los empleos directos que se crearán de aquí a 2020, junto a un millar de puestos de trabajo indirectos.

50.000

metros cuadrados será la expansión de la nueva empresa, entre las remodelaciones y las nuevas construcciones

quirió la fábrica de Villadangos del Páramo. El pasado lunes 26 de noviembre se ponía fin a la «travesía por el desierto» de la planta y los trabajadores de Vestas gracias a Network Steel, una firma dedicada a la metalurgia que traía consigo un gran plan de expansión bajo el brazo.

Hasta 130 millones

El grupo siderúrgico, con sede en Madrid, dos fábricas en Aranda de Duero (Burgos) y otra en Cantabria, firmó el acuerdo con la ministra de Industria, Reyes Maroto, y su presidente, Oscar Heckh, detalló los planes que tenía para el negocio. El grupo Network Steel Resources (NSR) invertirá hasta 130 millones de euros en la que será «la principal y más moderna fábrica de acero galvanizado de España» que tendrá una expansión total de 50.000 metros cuadrados, de los que tres cuartas partes serán de nueva construcción, mientras que el resto será de la reforma de la actual sede. En este recinto se incluirá una línea de decapado continuo, dos de laminación en frío, otras dos de galvanizado continuo de bobinas y seis campanas de recocido con hidrógeno puro.

Asimismo, el nuevo proyecto tiene previsto la creación de 350 empleos directos, que se ofrecerán de aquí al año 2020, y hasta un millar de forma indirecta. Y en las futuras contrataciones quienes trabajaban para la eólica tendrán «absoluta prioridad» para acceder a los puestos de trabajo. Las obras comenzarán el próximo mes de febrero, cuando Vestas deje la planta y, aunque está previsto que finalicen en 2020, la producción se iniciará en el último trimestre de 2019, llegando a las 520.000 toneladas al año cuando esté al máximo rendimiento, una producción que, a pesar de que la fábrica no ha echado a andar, ya tiene «prácticamente vendida», lo que es un plus para el proyecto.

sede en Munich (Alemania) que ya se había hecho cargo de firmas como la planta de amortiguadores de Gijón de la multinacional americana Tenneco; Eltec y Barcelona Cartón y Bosh Clarton Horn, una compañía de cláxones que vendió la multinacional india Minda Group.

Lo que parecía ser el «Santo Grial» para el futuro de Vestas quedó en un espejismo, ya que no se supo nada del grupo inversor en los días posteriores al anuncio. Finalmente, tras meses de trabajo y negociaciones, salió a la palestra una «empresa familiar» que ad-