

COMUNIDAD VALENCIANA

Aludium invierte 59 millones de euros para poder crecer

SIDERÚRGICA/ El principal directivo para Europa, Manuel Ruano, detalla las inversiones en las dos factorías de Alicante y Amorebieta, que aportan el 90% del negocio.

K.Ferrero. Alicante

La empresa de aluminio Aludium, propiedad del fondo inversor norteamericano Atlas, invertirá 59 millones entre 2015 y 2019 en sus plantas de España –Alicante y Amorebieta– y la francesa Castelsarrasin. Desde que compró las factorías a Alcoa en 2015, ha crecido un 34%, pasando de las 171.000 toneladas de 2014 a las 229.000 de 2018 alcanzando “el techo de la capacidad”, explica el CEO de Aludium para Europa, Manuel Ruano.

Las inversiones se centran en nuevos hornos y una línea de fundición en Amorebieta, que dan un margen de producción de 75.000 toneladas, 60.000 de ellas para 2019, y la recuperación de la fundición de Alicante, que aportará 30.000 toneladas adicionales. El aumento de producción será sobre todo en laminación en caliente, que permite reciclar desperdicios de producción y chatarra para fabricar placas, que se convierten en bobinas para ser laminadas en frío en ambas plantas. Esto le permitirá ahorrar en la compra de materia prima que pasará del 60% actual a un 40%.

Aludium ha pasado de facturar 423 millones en 2014 a 653 en 2018 –el 90% generado en España– con los mismos productos e instalaciones. “Ha cambiado el trato al cliente para cumplir sus expectativas”, dice Ruano. “Con Inespal el cliente venía y no había red comercial, y Alcoa era una compañía tan grande, que se focalizó en otro tipo de productos”, añade.

“Mi objetivo ha sido que los tres laminadores de las plantas estuvieran rindiendo al máximo sin desaprovechar oportunidades, y como directivo dar a las ciudades cierta garantía de estabilidad”, apunta. Con la compra había tres claves: ser independientes; llevar a los laminadores a su máxima capacidad cambiando el concepto de servicio; y hacer que el origen del metal fuera sostenible y menos dependiente de Alcoa –a la que compraban el 90%– diversificando los proveedores.

El hóliding vende en 32 países, siendo sus principales mercados España y Alema-



EL PLAN

En millones de euros

	Inversiones 2015/2019
Alicante	21
Amorebieta	33
Castel	5
Total	59

Fuente: Aludium

La planta alicantina ha crecido un 87% en productos para inmuebles, como persianas y puertas

Manuel Ruano, CEO de Aludium para Europa.

que este año se elevarán a 220 millones, según las previsiones. A la fundición se suman otras inversiones para incrementar la capacidad de laminación y acabados que estarán operativas en Navidad. En los últimos cinco años ha pasado de vender 56.900 toneladas a 74.800 en 2018, creciendo un 87% en productos de arquitectura, como aluminio para puertas y persianas, y un 18% en tapones.

Estas líneas sustituyeron a la plancha litográfica, que Alcoa abandonó en 2008. “Actualmente se trabaja para recuperarla porque uno de los tres grandes proveedores de este producto cerró su gama hace cuatro meses y Kodak, Fuji y Agfa quieren mantener tensa la competencia entre sus suministradores de aluminio”, aunque “no se producirá hasta 2020 por el proceso de calificación previo”, dice Manuel Ruano.

También negocia para ese año aumentar la producción de aluminio de conservas para la portuguesa Crown.

Por su parte Amorebieta recibirá 33 millones repartidos entre un horno rotatorio comprado en 2017 y una línea de fundición de 20 millones que estará operativa en 2019 para reciclar chatarra lacada.

Podrá reciclar desperdicios de producción y ahorrar en la compra de materia prima

Recientemente ha abierto oficinas comerciales en Shanghái y Estados Unidos, esta última para aprovechar las medidas *antidumping* de Trump al aluminio chino “para vender 20.000 toneladas en 2019”. Aludium produce 230.000 toneladas de laminación y aluminio al año, el 5% del total de Europa, y ha evitado los mercados mayoritarios de las latas o la chapa para automoción para liderar otros “de menor volumen, más pe-

Abre oficina en EEUU para aprovechar las medidas de Trump contra el aluminio de China

queños, pero con capacidad de negociación”. Son productos para construcción, cosmética e iluminación, donde es líder; tapones y la parte decorativa de automoción, en el que es segundo; e industrial, donde es décimo.

Inversiones previstas

La factoría de Alicante, especializada en laminado muy fino, aporta el 32% de la producción y en 2017 generó 186 millones de euros al grupo,

EVOLUCIÓN Y PREVISIONES

■ Total España y Francia ■ Alicante ■ Amorebieta

>Ventas

En Tn/año.

2016	206.000	68.000	131.900
2017	219.000	69.200	141.000
2018	229.000	74.800	146.900

>Facturación

En millones de euros.

2016	488	169	299
2017	580	186	362
2018	653	220	404

Fuente: Aludium

Expansión



RECURSOS & HUMANOS

Anabel Morraja

¿Susto o muerte?

Dice Lee Iacocca, importante empresario estadounidense que “dirigir empresas es, sobre todo, dirigir personas”; la tarea más compleja e importante que tiene un directivo. A pesar de esto, se suele errar sistemáticamente en esta asignatura. ¿Por qué es tan difícil dirigir personas?, porque creemos que con aprender cinco conceptos, leer varios libros y asistir a algunas conferencias es suficiente. Casi cualquiera puede improvisar una conferencia sobre trabajo en equipo, motivación o liderazgo pero luego no aplicar nada de lo que dice porque, sencillamente, no se lo cree.

Además, los programas de desarrollo de liderazgo actuales están obsoletos puesto que no prepararon a los líderes para un futuro incierto. A esta conclusión llegó Roselinde Torres, experta en liderazgo estadounidense, después de preguntar a cuatro mil compañías por la efectividad de sus programas de desarrollo de liderazgo y el resultado fue que el 58% de esas compañías tenían brechas de talento significativas para ocupar cargos directivos críticos. Eso significa que a pesar de todos los programas de capacitación corporativa que tenían, más de la mitad de las empresas habían fallado en formar grandes líderes.

¿Qué hace hoy a un gran líder? basándonos en la investigación de Torres, un líder reúne las siguientes características:

-Actitud. Para ser líder se requiere un comportamiento que se aprende enfrentándose a situaciones donde se ponen en juego el manejo de la incertidumbre y la toma de decisiones difíciles.

-Abrir el campo de interés. Los líderes más admirados por sus equipos están interesados en otras cuestiones más allá de los negocios o las organizaciones.

-Diversidad personal y profesional. Capacidad para desarrollar relaciones con personas que son diferentes a nosotros.

-Coherencia. Ser coherente con lo que decimos y hacemos.

-Crítica. Rodearse de gente que nos cuestione y nos ayude a crecer; no de aquella que solo nos dice lo maravillosos que somos. Imprescindible, por tanto, trabajar la humildad.

-Valentía. El pasado no justifica los éxitos del futuro. Por tanto, los buenos líderes han de saber renunciar a cosas en las que triunfaron y salir de la zona de confort.

¿Qué es peor? ¿Un jefe inepto que no sabe lo que hace o uno perverso y de carácter odioso?

Para las empresas, más importante que saber cuáles son las cualidades de un líder, es identificar a los malos jefes ya que, según el estudio *¿Por qué se van?*, elaborado por el observatorio español Future For Work Institute, la mayoría de las salidas voluntarias tienen que ver con la calidad del liderazgo y esto afecta a la reputación empresarial, porque precisamente los que se marchan por culpa de su jefe, son los que no recomendarían a su antigua empresa como un buen lugar para trabajar.

De otro estudio realizado, esta vez en la Universidad de Binghamton (EEUU), se extrae que solo existen dos categorías de malos jefes: los ineptos y los perversos. Los primeros no son malas personas, simplemente, carecen de las competencias que exige el puesto que ocupan, mientras que a los segundos, se les podría identificar como psicópatas, narcisistas o maquiavélicos. ¿Cuál es peor? ¿Uno que no sabe lo que hace o un buen profesional con un carácter odioso? ¿Susto o Muerte? Dice Emilio Duró que no hay nada peor que un tonto motivado; son personas que no tienen las aptitudes adecuadas para lanzarse a realizar alguna actividad pero van sobrados de motivación; y si no tienes ni idea y te motivas, pues hundes la empresa. Hay que tener ganas, ilusión y pasión, sí, pero también tener conocimientos y tomar decisiones ya que en un entorno empresarial *VUCA* como el actual (volátil, incierto, complejo y ambiguo) la rapidez con que se toman las decisiones son claves para no perder el negocio. Según la doctora Kruger “los más incompetentes no solo llegan a conclusiones erróneas y toman decisiones desafortunadas, sino que su incompetencia les impide darse cuenta de ello”. Pues eso, que “La ignorancia engendra más confianza que el conocimiento” (Charles Darwin).

Socia Directora Key Executive