

Panorama

empresarial

PUBLICACIÓN TRIMESTRAL DE KALIBO CORREDURÍA DE SEGUROS

nº 44 mayo 2021

Armando Mateos

Director General de Itesal

“El aluminio entra en ese concepto de economía circular donde se aprovecha siempre”



Entrevista:
Pedro Machín
Presidente de CLENAR,
Clúster de la Energía
de Aragón



Reportaje:
Policía Científica:
tras el rastro del
crimen

Soluciones
aseguradoras

Los Planes de Empleo,
una puerta abierta
al ahorro

Armando Mateos

Director General de Itesal

“Nuestro reto es exportar un 35%, pero sin vender producto de bajo valor añadido”

Zaragozano de nacimiento, pero con toda una vida en Pina de Ebro, Armando Mateos aterrizó en Itesal en 1999 tras nueve años en una empresa de Calatayud. Licenciado en Ciencias Químicas y diplomado en Administración y Dirección de Empresas, su llegada a la compañía supuso un giro radical al pasar de la industria de la alimentación al metal. Tenía unos 40 trabajadores y ahora roza los 200, siendo reconocida con el premio a la Excelencia Empresarial en 2016, siempre portando la bandera de la sostenibilidad medioambiental. Disfruta del ciclismo y se define como lector compulsivo, compaginando su amor a la Historia con los continuos aprendizajes en Gestión de Empresas.





¿Cómo está siendo el comienzo de año para Itesal?

Afortunadamente, y no como está pasando en otros sectores, el mundo industrial desde mediados del año pasado está viviendo un momento dulce, en general. Estamos teniendo mucho trabajo. Aunque no ha empezado con la fuerza del final del 2020, el año se está comportando muy bien, estamos manteniendo el nivel de trabajo y de personas, incluso incorporando alguna más. Somos afortunados.

Tuvieron que parar en abril, como todas las empresas, pero enseguida retomaron el vuelo durante la pandemia.

Paramos obligatoriamente, pero surgieron a mitad de abril dos o tres empresas que participaban en la implantación de hospitales de campaña, y pudimos vincularnos a ellos para empezar a fabricar. Es verdad que fue a medio gas, pero en junio empezamos a desconfinar y en julio recuperamos de-

finitivamente a todas las personas que estábamos en la empresa.

De hecho, en julio reabrieron la tienda en Las Fuentes y acaban de abrir otra en el Casco Histórico.

Itesal vende producto industrial, pero nuestro pilar estratégico es la arquitectura. Diseñamos producto propio, lo comercializamos a través de almacenes, y ayudamos a todo aquel cliente que quiera desarrollar sus temas comerciales a través de tiendas. Hemos inaugurado varias y pudimos avanzar con un cliente con el que abrimos la tienda de Las Fuentes, J. Lorés. Se trata de tener una cercanía grande con el consumidor final a través del producto y el servicio de Itesal. Lo mismo en Predicadores, con Garrós y Bonal, logrando alianzas con los clientes a los que atendemos desde los almacenes distribuidores.

¿Cómo se han adaptado a las nuevas circunstancias?

Somos muy rigurosos en la prevención de riesgos y salud laboral, consiguiendo premios de buenas prácticas. Hemos logrado cuatro veces, en siete años, el Premio Nacional de Asepeyo y el Gobierno de Aragón nos ha dado dos reconocimientos. Llegó la necesidad de llevar equipos de protección que no teníamos nadie, como la mascarilla, la limpieza continua con hidrogeles o la distancia física, que no social. Desde el primer momento duplicamos los comedores para que no se juntasen todos en el mismo espacio. Tenemos en nuestro ADN la prevención de riesgos desde el primer minuto.

¿Cómo se aprovisionaron de mascarillas?

Ahora vamos normalmente con las quirúrgicas o las FFP2, pero en abril y mayo no había. Hicimos un acuerdo con varias familias de Pina de Ebro, a las cuales agradecemos enormemente, para que nos hiciesen mascarillas de tela. Les llevábamos las sábanas y



las gomas para que nos las fabricasen. Gracias a eso pudimos aprovisionar de mascarillas a toda la plantilla hasta que vinieron los normales.

¿Tienen sede en cuatro países y exportan a muchos más, ¿qué importancia tiene la exportación para Itesal?

¡Nosotros no éramos una empresa netamente exportadora. El pilar estratégico es la arquitectura y la distribución con 30 almacenes en España. Exportamos desde el 2000, pero no hacíamos mucha fuerza. Con la crisis del 2008, la construcción sufrió mucho y trazamos un plan de exportación para vender fuera de España. Vendíamos un 4% al exterior y ahora estamos en porcentajes del 25%, fundamentalmente en Inglaterra, Francia, Alemania y algo en Sudamérica, con un almacén distribuidor en Bolivia. Nuestro reto es situarnos en un 35%, pero sin forzar la máquina ni vendiendo producto de bajo valor añadido.

“
Nuestro pilar estratégico es la arquitectura y la distribución con 30 almacenes en España.

¿Están cerca de cumplir los 30 años, ¿qué ha cambiado en el sector durante este tiempo?

¡Ha cambiado todo. En el 92 era un sector muy limitado. El aluminio estaba empezando a crecer en la arquitectura. Había pocos productos alternativos para el mercado. En el 2000 comienza a crecer, aparecen más empresas y se hace cada vez más importante ser ca-

paz de diferenciarnos. Crecimos en el número de productos, lo que complicaba la gestión y la capacidad de tener stock. En 2006 se hacen más estrictas las normas para fabricar, con lo que diseñamos producto muy eficiente térmica y acústicamente.

¿Lo que no ha cambiado es su apuesta por Pina de Ebro y la Comarca Ribera Baja...

¡Nosotros nacemos en Pina de Ebro y hemos ido creciendo, fundamentalmente a partir de 1999. Teníamos una empresa pequeña con 40 personas y en tres años pasamos a 220. Ahora estamos con casi 190 personas. No son todas de la zona, pero sí de los alrededores. Nos sentimos cómodos y luchamos por mantener los puestos de trabajo, que suponen una gran inyección de actividad económica a toda la Ribera Baja.

¿Grosso modo, ¿qué aporta el aluminio?



Está siendo de uso extendido a muchos sectores por su bajo peso. Aporta una gran eficiencia energética en las viviendas, cerrando los huecos de los pisos. También sostenibilidad, porque cuando llega a su vida útil no va a vertedero, sino que se vuelve a recuperar, a fundir, y producir un nuevo material. Entra en ese concepto de economía circular, donde se aprovecha siempre.

¿Cómo lo nota el consumidor? ¿Tiene verdadero impacto en la factura de la luz?

Con los nuevos productos en el mercado, tenemos estudios donde se comprueba que el cambio de una ventana de madera o antiguo aluminio al actual puede reducir la factura eléctrica entre 30 y 50%. El ahorro que el consumidor nota es inmediato desde el primer día.

¿Hacia dónde avanza el sector?

El reto de la eficiencia energética está conseguido, porque tenemos aluminio en los nuevos edificios de consumo casi nulo. Ahora, el consumidor debe apostar por productos sostenibles, que se pueden recuperar

“ El aluminio, aporta una gran eficiencia energética en las viviendas, cerrando los huecos de los pisos. También sostenibilidad, porque cuando llega a su vida útil no va al vertedero, sino que se vuelve a recuperar, a fundir, y producir un nuevo material. Entra en ese concepto de economía circular, donde se aprovecha siempre.

sin acabar en vertedero. Uno de los proyectos tructores donde se van a incorporar los fondos europeos es la sostenibilidad, con productos de economía circular, y el aluminio es puntero desde siempre.

¿Qué diferencia a Itesal del resto de empresas del sector?

España es una potencia en la fabricación de perfil de aluminio, pero Itesal se ha caracterizado por ser muy cercano al consumidor, trasladándole un servicio exclusivo y rápido, y siendo capaz de asesorarle. Cualquiera de los más de 20 productos que disponemos están en stock en el almacén de Pina. Un cliente puede pedir hoy y recibir mañana o pasado. Otro valor importante es la asesoría. Tenemos un área de prescripción, siendo consultores del consumidor final, del arquitecto o del promotor, indicándoles cuál sería la mejor solución para lograr la eficiencia energética y acústica.

¿Cómo ve el futuro de Itesal a largo plazo?

“

España es una potencia en la fabricación de perfil de aluminio, pero Itesal se ha caracterizado por ser muy cercano al consumidor, trasladándole un servicio exclusivo y rápido, y siendo capaz de asesorarle.

Itesal es una empresa bien posicionada, con un producto que se está expandiendo a todos los niveles, y con una diversificación importante. Tenemos 30 almacenes en toda España y con clientes industriales que trabajan en subsectores desde la automoción o las “electrolíneas” para el coche eléctrico. Mientras haya consumo de aluminio, Itesal va a estar ahí. Contamos con una plantilla experimentada, que conoce la propuesta de valor, y somos capaces de llegar al cliente. Estamos bien preparados para vivir otros 28 años.

¿Cree que la economía volverá rápidamente al punto en el que se encontraba en febrero?

Las previsiones nos dicen que hasta que no tengamos un porcentaje de personas vacunadas, va a costar. Se está intentando compensar con ayudas económicas. Hablan de números estratosféricos que no sé si serán suficientes. Ha habido sectores muy perjudicados, aún cerrados, y mientras no haya vacunación seguirán cerrados. No creo que sea este año, porque la vacunación va lenta, pero 2022 podría ser un año para volver a lanzarnos y consolidarnos en 2023. Recuperar la economía no va a depender de las ayudas, que estarán bien, sino de relanzar la actividad, y para eso debemos estar vacunados. —

