



Panorama

www.aliberico.com / Mayo 2012 / N° 24

de Alibérico

El Plan Visión 5 ya está en Asia

ALIBÉRICO cierra un acuerdo con el primer fabricante de paneles composite en la India



ACTUALIDAD 3

- ◆ ALUCOIL entra en India mediante la adquisición de Durabuild
- ◆ Las claves de crecimiento de un gigante económico
- ◆ En el centenario de ALUCOAT Conversión
- ◆ ALUCOIL DO BRASIL elige Guaratinguetá para levantar su fábrica
- ◆ Intrabond ya es ALUCOIL NORTH AMERICA
- ◆ Premios INNOVA
- ◆ Nuevas incorporaciones al Grupo
- ◆ Una delegación oficial de Carolina del Sur visita Madrid
- ◆ Reunión de directivos

ENTREVISTA 16

- ◆ Miguel Blázquez, gerente de ALUCOAT, explica las claves de negocio de la empresa

PRODUCTO 19

- ◆ aluNID® amplía su gama de aleaciones
- ◆ ¡Cocina con ALIBÉRICO PACKAGING y Mercadona!
- ◆ Resistencia sísmica de Larson®

OBRA NACIONAL 21

- ◆ EUROCOLOR a gran velocidad
- ◆ Premio Edificio Gallego 10

OBRA INTERNACIONAL 23

- ◆ Edificio laureado en Noruega
- ◆ Nueva sede de Dubai Investments
- ◆ Larson® recrea a Dalí en Australia y luce Estados Unidos

MARKETING Y FERIAS 28

- ◆ larcore® A2 éxito en BATIMAT

GENTE 30

- ◆ Clemente González Soler, de nuevo profesor en el curso 15x15, de EDEM

PRENSA 32

EDITA:

Departamento de Desarrollo Corporativo
c/ Orense 16, 5ª Planta, 28020 Madrid
Telf: 91.417.69.07



Clemente González Soler, Presidente.

¡Cumplimos!

En 2010, ALIBÉRICO diseñó una agresiva estrategia de crecimiento para asegurar el futuro del Grupo, basada principalmente en la innovación y la internacionalización. De esta manera, nació el Plan Visión 5, que contemplaba un desarrollo estratégico para el periodo 2011-2015, con el propósito de conseguir el liderazgo a nivel europeo y a escala mundial en ciertos productos.

En este tiempo, varios factores han influido para acelerar nuestro crecimiento. En primer lugar, el revolucionario panel de nido de abeja larcore®, fruto de la innovación tecnológica llevada a cabo por nuestro propio equipo de ingenieros durante 2011. Hemos implementado una línea de producción en continuo, única en el mundo, que permite a larcore® ser el material del siglo XXI para sectores como el de la construcción, la industria o el transporte.

El segundo factor de crecimiento es la internacionalización. Hemos pisado el acelerador y metido sexta. No sólo se ha incrementado el volumen de exportación desde España, situado hoy en el entorno del 70% de nuestras ventas, sino que hemos desarrollado también una nueva e importante presencia industrial y comercial en otros mercados y continentes.

Primero fue África, con la creación de ALUCOIL MAROC en Casablanca, actualmente con un crecimiento en ventas del 40% anual. En junio 2011, nació ALUCOIL DO BRASIL en Sao Paulo, con la previsión de comenzar a producir a finales de 2012. En septiembre 2011, tenía lugar la compra de Intrabond en South Carolina (Estados Unidos), hoy ALUCOIL NORTH AMERICA, con producciones y ventas record. Y ahora, en abril de 2012, hemos realizado un acuerdo con el mayor fabricante de paneles composite indio con el fin de establecer ALUCOIL INDIA y desarrollar un extraordinario crecimiento a partir de principios de 2013.

Nuestro próximo reto será Oceanía, que nos acercará más al objetivo de liderar el mercado mundial de paneles composite de aluminio en 2015, gracias a nuestro extraordinario equipo humano, que trabaja día a día para conseguirlo.

Cumplimos lo que dijimos. Lo estamos cumpliendo incluso con más velocidad que la planificada, porque en ALIBÉRICO... somos gente de palabra. ◆

ALUCOIL entra en India y suma ya cuatro continentes

Adquiere el principal fabricante indio de paneles composite y mantiene su objetivo de liderar el mercado mundial en 2015



ALUCOIL acaba de firmar una importante *joint venture* que supone tomar el 51% de Durabuild Technologies, el mayor fabricante de paneles composite en la India, propiedad del Grupo Astarc.

La decisión de instalarse en la India como base para el desarrollo de los negocios en Asia ha sido muy meditada, una vez consideradas las distintas opciones de este continente y descartada la alternativa

de implantarse en China. Con esta nueva fábrica en la India, ALUCOIL estará presente en cuatro continentes: Europa, África, América y Asia.

Durabuild Technologies con una fuerte capacidad industrial, cuenta con dos líneas de producción de paneles composite, una para núcleo de polietileno y otra para núcleo de FR. Además posee una potente línea de *coil coating*, para el lacado de bobinas de





“Esta es una unión entre dos fuertes empresas familiares de Europa y Asia. Ambas comparten una visión común: hacer crecer ALUCOIL INDIA y posicionarse como líder del mercado”

Kishore Musale, Presidente del Grupo ASTARC

aluminio con pintura líquida. Se trata de la única existente en toda la India para este tipo de procesos, lo que hace de Durabuild el único fabricante indio con una producción integrada y capaz de suministrar al mercado cualquier color de paneles composite en el breve plazo de una o dos semanas.

Con inversiones que superan los 27 millones de dólares hacen que Durabuild goce de una posición líder en el mercado indio habiendo realizado más de 1.000 proyectos por todo el país y regiones colindantes. Su capacidad de producción ha superado ya los 2 millones de metros cuadrados/año de paneles (acercándose actualmente a los 4 millones) y a los 13 millones de metros cuadrados de bobinas.

Durabuild se integrará en la estrategia industrial y comercial que ALUCOIL posee a nivel mundial. El primer ejecutivo de ALUCOIL INDIA será el actual presidente de Durabuild, Perumal Pillai, anteriormente responsable del fabricante Alucobond en India.

La *joint venture* se denominará ALUCOIL INDIA Pvt. LTD" y sus productos se comercializarán bajo la marca larson®.

ALUCOIL INDIA completará la actual estructura organizativa de Durabuild con profesionales españoles y aportará al nuevo proyecto tanto su tecnología como su

gama de productos especiales fabricados en Miranda de Ebro, entre los cuales figura larcore®, paneles honeycomb con inmejorables prestaciones para fachadas singulares, aplicaciones industriales y para la construcción de medios de transporte de alta velocidad.

La *joint venture* con el Grupo Astarc contempla además la construcción de una nueva fábrica en una ubicación más cercana a Bombay, que se espera entre en producción durante 2013.

El Grupo Astarc y el GRUPO ALIBÉRICO son dos grupos familiares que comparten idénticos valores corporativos, lo que ha facilitado el cierre de la operación. Estos valores se basan en la mejora continua, la innovación, la motivación y el compromiso de los equipos humanos.

La nueva adquisición de ALUCOIL se enmarca dentro de la intensa estrategia de internacionalización de la compañía que se inició hace menos de dos años con la apertura de ALUCOIL MAROC en Casablanca y que ha continuado después con la creación de ALUCOIL DO BRASIL y ALUCOIL NORTH AMERICA. Con la apertura ahora de ALUCOIL INDIA, la compañía se asegura su presencia con fabricación propia en cuatro continentes y mantiene su objetivo de convertirse en líder mundial en fabricación de paneles composite en el horizonte del 2015. ◆



India, uno de los principales polos del crecimiento mundial

Con una población estimada cercana a los 1.200 millones de habitantes, India es la cuarta economía del mundo en capacidad de compra y en la última década ha registrado un crecimiento del PIB cercano al 7%, con unas perspectivas que superan aún esta cuota de cara a los próximos años. El dinamismo indio, según apunta el ICEX, radica en el crecimiento de sectores clave, como las infraestructuras, la construcción, los servicios y la industria manufacturera, con crecimientos anuales superiores al 12%.

Algunos economistas creen que el índice de crecimiento de India superará al gigante chino en muy poco tiempo, y que incluso crecerá más rápidamente que cualquier otro país importante en los próximos 25 años.

Dentro de las bases de competitividad de la economía india destaca su capital humano. De los países BRIC (Brasil, Rusia, India y China), la India es el que cuenta con la media más joven, con una población activa que ascenderá al 70% de la población total en

2030. Con más de 380 universidades, 11.200 colegios y 1.500 instituciones de investigación, el país cuenta con la segunda mayor reserva de científicos e ingenieros del mundo. Cada año se suman al mercado más de 2,5 millones de licenciados, entre los que figuran 300.000 ingenieros y 150.000 profesionales de las nuevas tecnologías.

En la actualidad, el Gobierno está realizando un importante esfuerzo inversor para dotarse de una red de infraestructuras que mejore las condiciones económicas del país y fomenten su desarrollo, con la vista puesta en mantener un crecimiento sostenido durante los próximos años por encima de los dos dígitos.

Con esta decisión de inversión, ALUCOIL suma su presencia industrial en un nuevo continente y apuesta por la India como centro de suministro para todos los países de Asia. Asimismo, se asegura estar presente en el gran volumen de inversión doméstico destinado a grandes proyectos en infraestructuras, como hospitales, aeropuertos, redes de transporte e instalaciones sociales, deportivas y culturales. ◆



ALUCOAT: 100 años de historia industrial

ALUCOAT Conversión celebró el pasado mes de diciembre en Linares (Jaén) el centenario de su histórica fábrica de San Gonzalo, cuyas instalaciones fueron inauguradas el 21 de diciembre de 1911. El acto conmemorativo contó con la presencia del alcalde de Linares, Juan Fernández Gutiérrez, y del presidente del GRUPO ALIBÉRICO, Clemente González Soler.

El presidente de ALIBÉRICO se refirió en su discurso a los cambios experimentados en la fábrica desde que en el año 2001 pasase a formar parte del GRUPO ALIBÉRICO, y en especial a las inversiones llevadas a cabo en las instalaciones durante los últimos cinco años, que ascienden a más de 20 millones de euros y han sido destinadas íntegramente a modernizar tecnológicamente los medios de producción para ampliar la gama de productos.

“ALUCOAT Conversión continúa siendo un referente industrial y tecnológico para Linares y para Jaén y se ha convertido en los últimos años en uno de los fabricantes más importantes de Europa en su especialidad”, aseguró Clemente González Soler.

Especialmente emotiva fue la intervención de Alberto López Poveda, ex trabajador de la compañía, que glosó su paso por estas instalaciones desde el recuerdo de sus 50 años de trabajo en las mismas.

El acto incluyó una visita a la factoría y una ofrenda floral en el monumento del laminador, erigido en la entrada a las instalaciones.

La fábrica fue inaugurada en 1911, tras ser constituida un año antes la compañía S.A. San Gonzalo por Álvaro Figueroa Torres, Conde de Romanones, y su

hermano Gonzalo, Marqués de Villamejor y Conde de Mejorada del Campo. El objeto de la sociedad era la fabricación de objetos de aluminio, plomo y derivados.

Tras el paréntesis de la Guerra Civil, en el que la fábrica pasó a ser propiedad militar y estuvo dedicada a la fabricación de material de guerra, la empresa se enfrentó a los duros años de la crisis y logró sobrevivir mediante la diversificación de su producción. En 1945, comenzó a fabricar cospeles destinados a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, lo que le valió un incremento de su actividad y una importante ampliación de su plantilla.

La fábrica pasó a ser propiedad de la Sociedad Española de Construcciones Electromecánicas en 1948 y así se mantuvo hasta 1972, cuando se incorpora a la Empresa Nacional del Aluminio, S.A. (ENDASA). La posterior fusión de esta última con ALUGASA dio lugar a INESPAL, pasando la fábrica de Linares a denominarse INESPAL Conversión, propiedad al 100% de la SEPI.

En 2001, la fábrica fue privatizada e inició su andadura dentro del GRUPO ALIBÉRICO con la denominación de ALUCOAT Conversión.

La fábrica de San Gonzalo cuenta con 24.000 metros cuadrados de naves situadas sobre unos terrenos de 84.000 metros cuadrados. Actualmente, exporta más de la mitad de su producción a 45 países de los cinco continentes. Su gama de productos se compone de recubrimientos de aluminio para equipos de refrigeración, aislamientos e insonorizaciones, así como envases para la industria farmacéutica y el sector de la alimentación, entre otras aplicaciones. ◀

ALUCOIL DO BRASIL se construirá en Guaratinguetá

ALUCOIL DO BRASIL ha establecido su emplazamiento definitivo en la localidad de Guaratinguetá, que presenta como principal atractivo su privilegiada situación logística a 180 kilómetros de Sao Paulo y prácticamente en la autovía que conecta con Río de Janeiro. Además, el polígono industrial en el que se está levantando la fábrica dista tan sólo 3 kilómetros de la planta de *coil coating* de Tekno, socio local de ALUCOIL DO BRASIL y proveedor de parte de la materia prima. El terreno sobre el que se asentará la fábrica tiene una superficie de 30.000 metros cuadrados.

El alcalde de la localidad de Guaratinguetá, Filippo Antonio Gilberto Fernandes Júnior, ha querido saber de primera mano la actividad y planes de futuro que tiene previsto desarrollar ALUCOIL DO BRASIL. Por este motivo, el pasado 20 de marzo el alcalde y otras autoridades locales mantuvieron una reunión con Tekno, el socio local de ALUCOIL, con el fin de presentarles y hacerles conocer de primera mano el proyecto de construcción de la nueva fábrica. El presidente de ALIBÉRICO, que debido a otros compromisos ineludibles no pudo asistir a esta reunión, aprovechó la ocasión para agradecer a las autoridades locales, mediante un video grabado en las oficinas centrales de GRUPO ALIBÉRICO en Madrid, el apoyo que están demostrando hacia ALUCOIL DO BRASIL. Clemente González transmitió también su agradecimiento a Guilherme Luiz do Val y Valter Sasaki por la colaboración y el buen entendimiento existente entre ALIBÉRICO y Tekno. ◆



ALUCOIL con los jóvenes innovadores

Belén Martín, gerente de ALUCOIL, ha participado como jurado del XVIII Concurso Enterprise, promovido por el Instituto Técnico de Miranda de Ebro para destacar la labor de los jóvenes en el campo de la innovación y el emprendimiento empresarial. En este innovador concurso fueron defendidos diez proyectos ante un jurado del que formaron parte, además de ALUCOIL, Montefibre Hispania, Caja de Burgos y Nuclenor. Todas estas empresas aportaron previamente su colaboración técnica para la elaboración de los proyectos. Igor Muro, Teresa Fernández, Iratxe González y Luis Gómez Cañas se alzaron con el primer premio con un sistema de control energético de luz y calefacción. ◆



Intrabond ya es ALUCOIL NORTH AMERICA



Desde el pasado mes de marzo, la empresa Intrabond ha pasado a denominarse ALUCOIL NORTH AMERICA, hecho que ha sido comunicado de forma oficial a todos los clientes, proveedores y medios de comunicación americanos. El cambio de nombre forma parte de la estrategia global de ALUCOIL, contemplada en el Plan Visión, que persigue la presencia industrial de la compañía en los cinco continentes.

De igual modo, los productos fabricados en la planta de Carolina del Sur se unificarán y comercializarán en Estados Unidos, Canadá y Centroamérica bajo la

marca Larson®, mundialmente reconocida, líder en Europa por gama de productos y referente internacional de calidad.

Intrabond LLC, filial norteamericana de ALUCOIL y uno de los cuatro fabricantes de paneles composite estadounidenses, fue adquirida por ALUCOIL en septiembre de 2011. Desde su adquisición, todos los esfuerzos han estado orientados hacia una mejora de la productividad y optimización de sus dos líneas de producción de su factoría en Manning, Carolina del Sur (Estados Unidos). ◆

Garrigues acompaña a ALUCOIL en su internacionalización



El despacho jurídico Garrigues ha acompañado a ALUCOIL en su proceso de internacionalización acometido en los últimos meses en Marruecos, Brasil y Estados Unidos.

ALUCOIL ha confiado en Garrigues para llevar a cabo los procesos de *joint venture* para la creación de ALUCOIL MAROC y ALUCOIL DO BRASIL, con los socios locales Aluminium du Maroc y Tekno, respectivamente. En el caso de Estados Unidos, con la implantación de ALUCOIL NORTH AMERICA, Garrigues fue el encargado de dirigir todos los aspectos legales y de coordinar la *due diligence* y los contratos finales para la compra del fabricante Intrabond.

Ferrán Escayola y Ana Ramírez, pertenecientes al despacho de Garrigues en Nueva York, han sido personalmente los miembros que han trabajado conjuntamente con el equipo de ALIBÉRICO y ALUCOIL para estas internacionalizaciones. ◆

IFR GROUP, nuevo partner tecnológico de GRUPO ALIBÉRICO

El presidente y director general de IFR GROUP, Jaime Iglesias Aldabó, junto con el presidente del GRUPO ALIBÉRICO, Clemente González Soler, han firmado un acuerdo por el que la consultora especializada en tecnologías de la información pasa a ser el principal partner tecnológico de ALIBÉRICO para la actualización e implantación de nuevas versiones y funcionalidades del Sistema de Información del GRUPO ALIBÉRICO (SIGA).

El SIGA ha cumplido cuatro años desde su implementación y ha supuesto un salto cualitativo en los procesos de gestión del Grupo, al permitir, de forma integrada, el control financiero de todas sus fábricas y departamentos. La compañía encargada de su implementación fue Unisys, que asumió las labores de integración y adaptación de la solución Microsoft Dynamics AX a las necesidades de ALIBÉRICO.

IFR GROUP es una empresa desarrolladora e implementadora de soluciones y sistemas de información empresariales con sede en Lérida y delegaciones en Madrid y Barcelona. Con cerca de 25 años de experiencia, ha conseguido situarse a la cabeza de las



empresas que ofrecen soluciones de gestión en España, gracias al conocimiento del ámbito empresarial y a la experiencia acumulada con las soluciones sectoriales que ha realizado bajo las plataformas de Microsoft Dynamics. ◆

larson® define la nueva imagen de las oficinas centrales de ALIBÉRICO

Las oficinas centrales de ALIBÉRICO en Madrid han sido remodeladas recientemente con el fin de dotarlas de una imagen moderna y renovada, en sintonía con el espíritu innovador y tecnológico que define al Grupo. El material utilizado en la redecoración ha sido larson® de color Anodic Brillo, que confiere al espacio una

luminosidad y un brillo inigualables. Los paneles composite larson®, son ideales no sólo para fachadas de edificios, sino también para el diseño de interiores, como se demuestra en los efectos de luz y color conseguidos. A partir de ahora, nuestras oficinas centrales se convierten también en show room de uno de nuestros productos estrella. ◆





PREMIOS Innova

Con el nuevo Programa Innova, las buenas ideas tienen premio en ALIBÉRICO

Los pilares de desarrollo del GRUPO ALIBÉRICO son la innovación, el compromiso y la motivación de todos sus empleados, con independencia de cuál sea su competencia y nivel de responsabilidad.

Por esta razón, y por el convencimiento de que las buenas ideas que sirven de motor a las organizaciones, deben provenir de los propios empleados y de su experiencia en el día a día para mejorar los procesos, los productos, la seguridad y la calidad del servicio a los clientes, ALIBÉRICO ha diseñado el Programa Innova.



Se trata de una iniciativa para impulsar y canalizar la innovación dentro de cada empresa a través de las propuestas de mejora de sus trabajadores.

El programa Innova es implantado individual e independientemente en cada empresa. Los interesados en participar en esta iniciativa podrán hacerlo a través de los formularios y buzones habilitados en sus correspondientes centros de trabajo.

Las mejores ideas contarán con diferentes Premios Innova. ◆

¡No dejes pasar la oportunidad!

En reconocimiento a ASPODEMI y a su importante labor social



El pasado mes de diciembre, ASPODEMI, asociación sin ánimo de lucro en defensa de las personas con discapacidad intelectual y sus familias de Miranda de Ebro, celebró durante su gala anual de Navidad la entrega de premios a las empresas del municipio que colaboran activamente con su proyecto, entre ellas ALUCOIL.

Marta Illanes, miembro del equipo de compras de ALUCOIL y responsable de la coordinación de los trabajos con ASPODEMI, fue la encargada de recoger el galardón otorgado a ALUCOIL como reconocimiento a la estrecha colaboración que ambas entidades mantienen.

ALUCOIL colabora activamente, desde hace 6 años, con el desarrollo de esta asociación, encargándole el montaje de las piezas LC3-A y LC3-B, indispensables para la fijación en las fachadas de los paneles Larson®.

ALUCOIL proporciona a ASPODEMI 3 elementos: barras LC3; gomas claras y oscuras, y cajas vacías de cartón. Y la asociación se encarga de cortar el perfil y la goma a medida para montar las piezas. Una vez listas, las prepara para su envío en cajas de 500 unidades, manteniendo separadas las piezas que llevan goma de color claro (LC3A) y goma de color oscuro (LC3B). Este proceso de montaje y entrega es quincenal, si bien hay ocasiones de mayor premura.

ASPODEMI no sólo trabaja con las fábricas de Miranda de Ebro realizando trabajos industriales, sino que colabora en otras áreas, tales como el cuidado

y mantenimiento de los jardines del municipio, la producción de plantas ornamentales y los servicios de limpieza de instalaciones.

La asociación fue fundada en 1997 y desde entonces ha ido paulatinamente incrementando sus recursos con el fin de proporcionar a las personas discapacitadas y a sus familias una inserción en el mundo laboral.

“Quienes tuvimos la oportunidad de asistir a la gala de ASPODEMI, nos sentimos profundamente impresionados por la importante labor que desarrolla el centro, y pudimos percibir con emoción el agradecimiento que sienten hacia nuestra compañía”, asegura Marta Illanes.

La responsable del servicio y seguimiento del programa de colaboración con ASPODEMI subraya la sintonía existente con todas las personas involucradas en esta iniciativa. “Ellos están sinceramente agradecidos con el trabajo que ALUCOIL les proporciona, pues aparte de contribuir a la financiación de la Asociación, el proyecto mantiene a los chicos ocupados, les hace sentirse útiles y les proporciona un pequeño sueldo”.

Y añade: “La familia de ALIBÉRICO nos sentimos emocional y laboralmente recompensados por la labor de estas personas discapacitadas y de todos aquellos que colaboran en el funcionamiento de esta Asociación, y esperamos contar con su gran labor durante muchos años más.”



Nuevas incorporaciones al Grupo

Con el fin de reforzar el proceso de internacionalización y presencia en el exterior del GRUPO ALIBÉRICO, se han unido a nuestro equipo tres nuevos profesionales, a los que damos la bienvenida desde las páginas de Panorama.

Marie-France Perrin asume la gerencia de ALIBÉRICO FRANCE, cuya sede se encuentra en Lyon. Nacida en Canadá y con 14 años de experiencia en productos lacados y pinturas en polvo, ha ocupado diferentes cargos de responsabilidad en Miralu Francia. Marie-France asume el reto de incrementar la presencia del Grupo en el mercado francés.

Grason Cook ha sido nombrado National Sales Manager para ALUCOIL NORTH AMERICA. Anteriormente, había ocupado el puesto de director comercial y desarrollo de un fabricante de paneles de fibras

de cemento para fachadas y de paneles fenólicos de resina. Grason acumula 9 años de experiencia en el mercado de fachadas arquitectónicas y será el encargado del desarrollo de la ambiciosa estrategia comercial de la compañía.

Cynthia Fernandes Pires, por su parte, asume la dirección comercial de ALUCOIL DO BRASIL. Arquitecta de formación, esta brasileña cuenta con 13 años de experiencia en el sector de paneles composite. Hasta su incorporación al Grupo, había sido la directora comercial de Alcoa Composites de Brasil. Cuenta con un amplio conocimiento en la comercialización de paneles composite de aluminio y está desarrollando ya las acciones comerciales para crear un *brand awareness* de los productos de ALUCOIL en el mercado brasileño. ◆



Marie-France Perrin



Grason Cook



Cynthia Fernandes Pires

larson® se convierte en marca mundial

La actual presencia de ALUCOIL en todo el mundo, que se une a la fuerte estrategia de internacionalización que está llevando a la compañía a nuevos países y mercados en los cinco continentes, ha supuesto el diseño de una nueva estrategia global de branding corporativo. De esta manera, y a partir de este momento, los paneles composite larson® llevarán el mismo film de protección con las señas de identidad de la marca. En el diseño del film han participado responsables de varias áreas y departamentos para lograr una imagen más optimizado que hará de larson® una marca homogénea en Europa, América, África y Asia. ◆





Reunión de directivos con Ester Sabadell

ALIBÉRICO celebró en Madrid, una vez más, con todos los directores generales, gerentes y principales responsables de departamentos, la reunión de directivos del Grupo. Un total de 23 personas, con una media de edad de 40 años y presencia mayoritaria de mujeres, tuvieron la oportunidad de revisar las estrategias y planes de acción del Grupo para los próximos 5 años, planes recogidos en el Plan Visión 5.

A lo largo de la jornada, fueron expuestos los resultados y cumplimientos del Plan Visión (2008-2010). Así mismo, fue presentado el nuevo organigrama del Grupo y se analizaron los valores de la empresa, que constituyen el pilar fundamental del Grupo.

En la agenda del día tuvo una gran relevancia la presentación y proyección a fondo del Plan Visión 5 (2011-2015), actualmente en desarrollo, dentro del contexto económico nacional e internacional, y se revisaron las áreas de mejora en las esferas individual y colectiva dentro del Grupo.

La jornada concluyó con una gran sorpresa para todos los participantes: la presencia de la escaladora Ester Sabadell, antiguo miembro del equipo de *Al Filo de lo Imposible*, que compartió con los directivos de ALIBÉRICO sus aventuras y experiencias en la conquista de las cimas más altas. Ester mostró las similitudes que existen entre el mundo de la escalada y el mundo empresarial, diferente en forma pero no en contenido, y resaltó que valores como el riesgo, el sacrificio, el esfuerzo y el afán de superación, nacen y surgen en los dos mundos por igual.

Los directivos participantes finalizaron la jornada con una puesta en común de sus ideas y aportaron otros valores fundamentales para la empresa, como el trabajo en equipo y la importancia de todas las personas que lo componen, unos valores en los que se apoya el buen funcionamiento del GRUPO ALIBÉRICO.

“Hay una fuerza motriz más poderosa que el vapor, la electricidad y la energía atómica: la voluntad” (Einstein), aseguró Ester Sabadell.



Las autoridades de Carolina del Sur visitan Madrid

Una delegación económica del Estado de Carolina del Sur (Estados Unidos) visitó el pasado mes de enero España en un viaje organizado por el GRUPO ALIBÉRICO. El propósito de esta visita fue mostrar a las empresas españolas las ventajas y atractivos de este Estado americano para la inversión en proyectos industriales y comerciales.

La comitiva norteamericana estuvo formada por Ford Graham, director de Inversión Internacional y director de la Oficina Europea de Carolina del Sur; la subdirectora de esta misma oficina, Christiane Sembritzki, y Tony Allen, director del Departamento de Comercio.

Uno de los momentos más destacados del viaje fue la presentación organizada en la Cámara de Comercio de Madrid, con presencia de 36 empresas de diversas regiones españolas, y en la que el presidente de ALIBÉRICO tuvo la oportunidad de exponer la experiencia del Grupo en el Estado norteamericano.

En este acto, al que sucedió un almuerzo organizado por ALIBÉRICO en el Club Financiero Génova, los asistentes escucharon un mensaje de agradeci-

miento grabado en video por la Gobernadora de Carolina del Sur, Nikki Haley, que desafortunadamente no pudo sumarse al encuentro.

Carolina del Sur, con una población de 4.625.000 habitantes, tiene un PIB de alrededor de 160.000 millones de dólares (un 2,6% del PIB total estadounidense). Las cifras de exportación del Estado en 2010 superaron los 20.300 millones de dólares en productos mayoritariamente tecnológicos, siendo los destinos principales Canadá, Alemania, China y México.

Reconocido como líder en manufacturas, numerosas compañías están distribuidas por todo el Estado, entre ellas Boeing, BMW, General Electric, Honeywell y Caterpillar.

Más de 1.200 empresas internacionales disponen de instalaciones en el Estado, y el número no deja de crecer. Con un impuesto de sociedades que se encuentra entre los más bajos de la nación, salarios competitivos para los trabajadores y un bajo nivel de afiliación sindical, Carolina del Sur se sitúa regularmente entre los Estados más atractivos para la inversión empresarial. ◆



Desayuno de trabajo con la Gobernadora Nikki Haley

Clemente González Soler acudió invitado por la Gobernadora del Estado de Carolina del Sur, Nikki Haley, a su residencia oficial en Columbia, capital del Estado, para mantener un desayuno de trabajo y presentarle personalmente los planes de ALIBÉRICO.

La Gobernadora, que estuvo acompañada de Robert Hitt, secretario de Comercio, y de Ford Graham, director de la Oficina Europea de Carolina del Sur, agradeció al presidente de ALIBÉRICO su apoyo durante la visita a Madrid de una delegación oficial de Carolina del Sur para presentar a las empresas españolas las oportunidades de inversión en el Estado.

Durante la reunión, tanto Nikki Haley como Robert Hitt, mostraron su total apoyo a la empresa y fábrica que ALUCOIL adquirió el pasado 2011 en la localidad de Manning, cerca de Charleston.

Carolina del Sur es uno de los Estados que más desarrollo industrial está experimentando en los Estados Unidos. Recientemente, multinacionales como BMW y Boeing han anunciado la ampliación de sus fábricas en este territorio.

Haley es la primera mujer gobernadora de Carolina del Sur y a sus cuarenta años de edad es también la gobernadora más joven de los Estados Unidos. ◆

termolac® pone color al mes de junio

El calendario de la European Coil Coating Association (ECCA), correspondiente al 2012, llevará estampados los colores de termolac® en el mes de junio. Las fotografías de una obra residencial realizada en Madrid, en cuya fachada predominan unos colores llamativos de la gama termolac®, estamparán la página correspondiente al mes en que arranca la estación veraniega.

Esta asociación agrupa a los principales fabricantes europeos de lacado de bobinas entre los cuales se encuentra ALUCOIL con su pintura en polvo de alta calidad termolac®. ◆



“La innovación forma parte de nuestro particular ADN”

Miguel Blázquez, gerente de ALUCOAT, explica las claves de negocio que han hecho de esta empresa un referente mundial en el suministro de productos innovadores de aluminio para multitud de industrias



El gerente de ALUCOAT Conversión, Miguel Blázquez, es Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC), especializado en Técnicas Energéticas e intensificación Nuclear. De 42 años de edad, comenzó a trabajar en el sector de la ingeniería en 1995, recién terminados sus estudios, y tres años más tarde se incorporaba a la oficina técnica de

ALIBÉRICO en Barcelona. En 2003, Clemente González Soler le propone un reto importante que cambiará su vida: desplazarse con su esposa y su hija Carla, de un año, hasta Linares y hacerse cargo de la gerencia de la planta de ALUCOAT en esa localidad. “Un mundo –afirma– completamente diferente al de diseñar procesos y maquinarias para fábricas, que era a lo que yo estaba acostumbrado”. En la localidad andaluza, donde lleva afincado 9 años (“llegué el 2 de agosto de 2003”, lo recuerda con precisión), vino al mundo su segunda hija, Paula, de seis años. En esta entrevista con Panorama, explica las claves de ALUCOAT para librar con éxito el presente, pero, sobre todo, el futuro.

¿Podrías describirnos de forma simple cuáles son las actividades que lleva adelante ALUCOAT?

Básicamente, ALUCOAT tiene dos actividades: el lacado e impresión de bobinas de aluminio y la fabricación de nido de abeja de aluminio. En el primer caso, recibimos las bobinas de nuestros proveedores y las lacamos e imprimimos para nuestros clientes. El proceso con el nido de abeja es diferente. Fabricamos un producto semielaborado que sirve como núcleo de paneles que se instalan después en autobuses, trenes o barcos, y que se caracteriza por su reducido peso, ligereza y enorme resistencia. Son características muy importantes en los materiales con que están contruidos los medios de transporte, pues impactan positivamente en el consumo de combustible.

¿Cómo es el mercado en el que opera ALUCOAT y cuál es el perfil de sus clientes?

ALUCOAT está en medio de la cadena de valor del aluminio. Eso significa que nuestros proveedores son industriales y nuestros clientes también lo son, pudiéndoseles considerar transformadores de aluminio. Nuestros clientes, por ejemplo, fabrican envases para el sector de la alimentación y las bebidas, y para el farmacéutico, o componentes para la industria de la automoción o del aire acondicionado. Eso significa que nuestros productos están presentes en multitud de artículos que utilizan después los consumidores finales. Este detalle es muy importante, pues nos exige un nivel técnico y tecnológico muy elevado. Trabajamos contra unas especificaciones

técnicas muy exigentes en nuestra relación con proveedores y clientes.

¿Cómo es la planta de ALUCOAT en Linares?

Primero he de decir que la planta está situada en una provincia orientada desde el punto de vista económico al olivar y a la producción de aceite. Y en este sentido, Linares constituye un pequeño foco industrial dentro de un territorio predominantemente agrícola. La fábrica de ALUCOAT se sitúa en un terreno de 84.000 metros cuadrados, de los que hay edificados hasta el momento 24.000. Eso significa que tenemos todavía una superficie de 60.000 metros para seguir creciendo. Son instalaciones muy sofisticadas desde el punto de vista de su acondicionamiento y de su seguridad. No hay que olvidar que trabajamos con productos que exigen de un control de luz, tem-

que definen al GRUPO ALIBÉRICO: honestidad, responsabilidad y preocupación por el trabajo bien hecho, hasta extremos que rozan la obsesión. Si tuviésemos que fundar de nuevo ALUCOAT, contaríamos con todos ellos.

¿Qué papel juega la tecnología en ALUCOAT?

En ALUCOAT contamos con la maquinaria tecnológicamente más adelantada de toda Europa. Conozco bien a la competencia y puedo dar fe de lo que estoy diciendo. ALUCOAT, como el GRUPO ALIBÉRICO en su conjunto, tienen una filosofía de reinversión constante, y eso nos permite mantener equipos productivos modernos para afrontar todos los retos. Sería imposible subsistir en este mercado si la calidad no fuese el eje del día y a día y la razón de ser de los productos que fabricamos. Nuestros clientes esperan



“ALUCOAT, como el GRUPO ALIBÉRICO en su conjunto, tiene una filosofía de reinversión constante, y eso nos permite mantener equipos productivos modernos para afrontar todos los retos”

peratura y humedad relativa determinados. En total, en la planta de Linares trabajan 49 personas, de las cuales la mitad son empleados de mano de obra directa y la otra mitad de mano de obra indirecta.

¿Cuál es el perfil de las personas que trabajan en la planta?

Su perfil, necesariamente, tiene que ser muy cualificado, pues el lenguaje del día a día es técnico. Además, nuestro mercado es el mundo, y eso supone que, además de estar muy bien formados técnicamente, tengamos que negociar y comunicarnos en todo tipo de lenguas y culturas. El hecho de que nuestra competencia no esté en España, dificulta que podamos fichar a nuestros profesionales de otras empresas que operen en el mismo sector. De manera que nuestros profesionales se forman en ALUCOAT, y se caracterizan por contar con una formación académica y técnica muy sólida y unas cualidades humanas muy alineadas con los valores

de nosotros una calidad contrastada por laboratorios independientes y estable a lo largo del tiempo. Y esta calidad es el fruto de tres elementos: un equipo humano cualificado, con experiencia y que entienda la calidad como parte de su sistema nervioso; unos equipamientos adecuados, supervisados y controlados electrónicamente, y una materia prima de primera línea, fabricada íntegramente en Europa.

¿En qué nivel de mercado se posiciona ALUCOAT con sus productos?

Nuestro producto es de alta gama. La calidad tiene un coste elevado, y nuestro deseo como empresa es seguir presentes en mercados a los que podamos proveer de productos de alto valor añadido. Actualmente, exportamos el 73% de nuestra producción a 44 países situados en cuatro continentes. Sólo nos falta llegar a Australia y lo conseguiremos en un futuro no muy lejano. Hay que tener en cuenta que abrir mercado en un sector como el



“El Plan Visión 5 nos impele a multiplicar por tres nuestra facturación utilizando tres herramientas: la inversión en nuevos equipos, el desarrollo e innovación de nuevos productos y la gestión del talento”

nuestro es una tarea compleja y prolongada. Para hacernos una idea, para comenzar a trabajar con un nuevo cliente podemos tardar entre uno y tres años. Se trata de un proceso en el que hay que estudiar especificaciones, pruebas de laboratorio, prototipos industriales, homologaciones. Y luego, si la empresa acepta las condiciones técnicas, es el momento de empezar a discutir los aspectos comerciales. Por tanto, comenzar a trabajar con un nuevo cliente es difícil, pero cuando lo consigues tampoco es fácil que te abandone, te conviertes en un colaborador muy importante que le garantiza estabilidad en el suministro.

¿Cómo ha sido la evolución de ALUCOAT durante estos once años, a partir del momento en que pasa a formar parte del GRUPO ALIBÉRICO?

A partir del momento en que la empresa fue adquirida a la SEPI, se abrió para ALIBÉRICO un proceso nada fácil de varios años, en el que hubo que replantearse el modelo de trabajo industrial para adaptarlo a unas condiciones de competitividad y agilidad, en sintonía con unos mercados muy exigentes. Asimismo, tuvimos que redefinir nuestras fortalezas y optimizar los recursos industriales, financieros y humanos. También fue muy importante alinear los valores de la planta de Linares a los del GRUPO ALIBÉRICO. Nuestra cultura es la del esfuerzo, la del trabajo en equipo y el afán de superación. Fue un período muy complicado, que supuso un reto muy especial en la carrera de Clemente González Soler y en la de todos nosotros.

ALUCOAT se define como una empresa industrial, tecnológica e innovadora. ¿Qué peso tiene la innovación en su estrategia?

Yo diría que forma parte de su ADN particular. Nuestro equipo profesional tiene capacidad para situar-

se en todo momento a la vanguardia de lo que va a ocurrir. No hay que dejar de lado que el reto más importante que tiene ante sí la industria europea, dejando de lado la mejora de su competitividad, es ser capaz de adaptarse ágil y eficientemente a las normativas que se van aprobando año tras año en materia de seguridad y protección a los consumidores. En este sentido, ALUCOAT va muy por delante de los requerimientos legales. Hemos sido los primeros en desarrollar una laca poliéster para productos de alimentación, y somos el único fabricante en Europa que va a suministrar productos libres de BADGE y PVC, sin que todavía se haya aprobado una norma de rango europeo que prohíba su uso.

En cuanto al futuro de ALUCOAT, ¿cómo le afecta el Plan Visión 5?

Le afecta de lleno, pues formamos parte de una de las tres áreas de negocio estructurales del GRUPO ALIBÉRICO. El Plan nos impele a multiplicar por tres nuestra facturación utilizando dos herramientas. En primer lugar, la inversión en nuevos equipos que incrementen nuestra gama de productos y mercados. En este aspecto nuestro know how de ingeniería es fundamental. Somos capaces de diseñar procesos productivos y maquinaria, lo que nos aporta una libertad y una independencia absolutas. Podemos hacer máquinas que otros competidores no tienen. Y en segundo lugar, aparte de invertir en desarrollo e innovación de nuevos productos, vamos a crecer en talento. Actualmente, estamos contratando talento, buscamos a jóvenes con un nivel alto de formación y dotados de una madera especial. No buscamos libros de biblioteca, sino formación técnica insertada en cuerpos y corazones valientes que deseen desarrollarse profesionalmente sin miedo a la adversidad. No existen atajos, sino el valor del trabajo. ◆



aluNID® amplía su gama de aleaciones

El nido de abeja de aluminio aluNID® ha incorporado a su gama de aleaciones la denominada AA 5052, de uso en el sector aeronáutico y aeroespacial, así como en la elaboración de sistemas de direccionamiento de luz y aire, y protectores contra las interferencias electromagnéticas (EMI) y de radio frecuencia (RFI).

La aleación AA 5052 tiene un alto contenido en magnesio (2,5%) y confiere al nido de abeja unas prestaciones superiores al nido de abeja industrial fabricado con las aleaciones de la serie 3.000 de manganeso. Su empleo proporciona una magnífica relación resistencia/peso y una excelente resistencia a la corrosión.

El nido de abeja de aluminio aluNID® se suministra a todo el continente europeo desde la fábrica de ALUCOAT en Linares, con los plazos de entrega más



cortos del mercado (2 semanas) y los estándares de calidad más altos, siendo su principal aplicación la fabricación de paneles composite para la construcción de fachadas y la fabricación de elementos interiores en el sector ferroviario, naval y aeronáutico. Asimismo, forma parte de las piezas destinadas a la absorción de energía que se incorporan a los automóviles. ◆

larcore®, presente en los sectores de transporte e industria

La apuesta de futuro de ALUCOIL, que supone la entrada de sus productos en nuevos sectores de actividad, empieza a materializarse.

Tanto la puesta en marcha de la nueva línea de fabricación en continuo del panel honeycomb, como el trabajo de desarrollo del producto larcore® transporte e industria, con la realización de todos los ensayos específicos de cada sector para conseguir las distintas certificaciones, han dado ya sus frutos.

ALUCOIL y su nuevo panel honeycomb están hoy presentes en aplicaciones de sectores relacionados con la fabricación de plataformas elevadoras, carrozados para camiones, iluminación, mobiliario metálico, fabricación de contenedores especiales y con la industria del mármol.

Se están abriendo las puertas de aplicación en nuevos sectores como la construcción de equipamiento militar, la industria del ascensor o el interiorismo ferroviario y naval.

La capacidad de producción de la nueva línea, junto con la flexibilidad para la fabricación de distintos

tipos de panel, hacen que el producto larcore® pueda estar presente y cumplir los requerimientos de tan distintas aplicaciones.

Con todo ello, ALUCOIL sigue adelante con su estrategia de potenciación de estos nuevos sectores a nivel internacional, con el objetivo de que lleguen a formar una base sólida de negocio para el futuro. ◆





¡Cocina con ALIBÉRICO PACKAGING y Mercadona!



ALIBÉRICO PACKAGING ha desarrollado conjuntamente con Mercadona unos nuevos diseños para los frontales y los dorsos de los envases de aluminio que se venden en la gran cadena de distribución. La novedad consistió en incorporar a estas etiquetas una serie de recetas de cocina para que los consumidores puedan disfrutar de nuevos platos elaborados en los envases de aluminio Palco®.

La nueva propuesta persigue reforzar la percepción de los consumidores sobre las ventajas de cocinar con envases de aluminio, que aportan limpieza, rapidez y son ideales para la conservación y transporte de los alimentos una vez cocinados. El uso de estos envases son todas ventajas a la hora de ponerse el delantal.

Las primeras recetas que irán apareciendo en los envases de ALIBÉRICO PACKAGING - 8 en total - acompañarán a los envases de 2,7 litros, concebidos para cocinar pensando en toda la familia. Ofrecerán los secretos para resolver con éxito platos tan sabrosos como unas sanas millojas de berenjenas gratinadas o postres tan dulces y sabrosos como el brownie de chocolate. ◆

Resistencia sísmica de larson®



Debido a las exigencias de la normativa francesa en construcción, el pasado 16 de marzo se llevaron a cabo con éxito una serie de ensayos para comprobar la resistividad sísmica de nuestro panel composite larson®, tanto en su diseño cassette como en remachado. Las pruebas se realizaron en los laboratorios del CSTB (Centro Científico y Técnico de la Edificación), localizado en París, quedando patente la estabilidad de nuestro sistema en situaciones extremas de este tipo.

Los ensayos se llevaron a cabo la semana del 12 al 16 de febrero y se dividieron en dos tandas, una para cada tipo de panel. En la primera de ellas, se probó tanto la flexibilidad como la recuperación elástica de nuestro sistema de montaje en fachada. En la segunda, el sistema fue sometido a movimientos deslizantes horizontales, siguiendo una tabla de frecuencias e intensidades que simulaban una mayor fuerza del sismo.

Tras los positivos resultados obtenidos y a la espera del reporte final, esta ampliación del Avis Technique certifica la excelencia en estabilidad de nuestros sistemas cassette y remachado. ◆



Rehabilitación de cubiertas en Islas Canarias

PERCASA ha suministrado 1.000 metros cuadrados de chapa perfilada de acero y remates PC40, en acabado prelacado poliéster de 25 micras, en Rojo Teja 7001, al proyecto de rehabilitación de las cubiertas de la Central Quesera de la Isla del Hierro. La obra ha sido instalada por Artecán, S.L.

Asimismo, ha participado en el proyecto de mejora de la cubierta de los almacenes de supermercados Spar en el polígono industrial de Los Cancajos, La Palma, provincia de Tenerife. Para esta obra fueron suministrados 4.800 metros cuadrados de chapa perfilada de acero y remates PC30 en acabado prelacado poliéster de 25 micras, en Rojo Teja 7001. El promotor de la obra fue Barreto, S.A. y la empresa instaladora, Montajes Runo, S.L., con el asesoramiento de PERCASA.

En este mismo enclave de La Palma fueron aplicados 800 metros cuadrados de panel Pur Acero, prelacado poliéster 25 micras, en Crema 2002, y otros 450 metros cuadrados de marquesinas en PC30 prelacado poliéster, en Crema Bidasoa 2002, para la obra de rehabilitación de las cubiertas de los depósitos de DISA. En este caso, el instalador también fue Artecán S.L., en colaboración con PERCASA. ◆

EUROCOLOR, a gran velocidad

EUROCOLOR ha colaborado en la adecuación del Pabellón de Deportes de Chestre, en Valencia, un circuito que alberga las competiciones de alta velocidad más importantes, con una capacidad para 120.000 espectadores y 65.000 asientos. El proyecto fue realizado por la constructora Arcian, y EUROCOLOR fue el suministrador de la empresa A.S. Alusink. ◆



larson®, última vivienda modular de A-cero

Los paneles composite larson® constituyen la piel del singular prototipo de vivienda diseñado por el estudio de arquitectura y urbanismo A-cero, expuesto al público en Ferrol (La Coruña). La fachada es una combinación de vidrio negro con paneles de composite de aluminio blanco larson®. El resultado es un



diseño actual y limpio en una línea vanguardista marcada por el aporte de frescura y claridad que siempre ofrece el color blanco. La vivienda tiene 106 metros cuadrados y se compone de tres dormitorios, dos baños, hall, salón comedor, lavadero y cocina. Su precio sin amueblar es de 99.000 euros. ◆



Premio Edificio Gallego 10

La revista Aproxin, de Pontevedra, ha premiado un edificio cuyas fachadas han sido revestidas con Larson®. Se trata de Torre Pizarro Vigo, un inmueble situado en la calle del mismo nombre de la ciudad pontevedresa, a pocos metros del Hospital Xeral. Construcciones Lapatian, ha instalado la Fachada Larson® de esta Torre que ha sido premiada como Edificio Gallego 10.

Torre Pizarro Vigo se compone de cinco sótanos para plazas de garaje, una planta baja destinada a fines comerciales, tres plantas para oficinas o usos comerciales y nueve plantas para uso residencial, en las que se materializan viviendas en planta y viviendas tipo dúplex, dotadas de la máxima calidad y confort y siempre con la garantía del Grupo Viqueira. El edificio se ejecuta conjuntamente con la urbanización del solar, lo que supondrá la creación de más de 14.000 metros cuadrados de zonas verdes y espacios libres de uso público. ◆



Con la edificación innovadora en Copenhague

Larson® ha sido el material elegido para cubrir las fachadas del edificio de viviendas Trekantsgrunden, en Copenhague (Dinamarca), un concepto innovador de edificación modular que reduce los plazos de

intervención del proyecto, con absoluta garantía de calidad y confort. El material utilizado ha sido Larson® 4mm FR PVdF Sunrise Silver Metallic, del cual fueron suministrados 5.000 metros cuadrados por Vink Plast AS. ◆



Concesionario Mini en Piamonte

El concesionario de Mini en Guarene (Piamonte, Italia) ha empleado 800 metros cuadrados de Larson® PE PVdF Jet Black + RAL7016 para sus fachadas, logrando un aspecto actual y rompedor, en armonía con el diseño vanguardista de los vehículos de la marca. Se da la circunstancia de que Guarene alberga una de las fábricas del famoso fabricante de chocolates Ferrero Rocher, aparte de su sede central. Ferrero, además, ha sido cliente de ALIBÉRICO PACKAGING en Alemania. ◆





Edificio laureado en Noruega

La nueva sede la empresa noruega Aibel AS, proveedora de servicios de ingeniería, construcción y mantenimiento de instalaciones para el sector energético, es un edificio singular en las inmediaciones de Oslo al que le cabe la distinción de haber sido nominado finalista al premio "Mejor Obra del Año" en Noruega, que otorga la revista especializada Byggeindustrien.

Uno de sus rasgos más característicos es su fachada de vivos colores, en la que predomina como material principal el panel larson® FR 4mm PVdF en colores blanco puro, negro azabache y blanco y negro brillantes. En total, han sido empleados en este proyecto 3.200 metros cuadrados de larson® por parte de nuestro distribuidor local Vink Norway AS, que ha prestado todo su apoyo técnico al equipo de arquitectos.

El diseño de esta notable obra ha corrido a cargo del arquitecto Jostein Rønsen Arkitekter AS, mientras que de la construcción se ha ocupado Skanska, la empresa más importante de los países escandinavos en el sector de la edificación y la construcción. Hay que señalar como curiosidad que, junto a larson®, conviven en la fachada paneles de policarbonato de 40 mm de la firma Rodeca. El más grande es de 22,50 metros de largo, y tuvo que ser transportado en camiones especiales. ◆



En el aeropuerto de Rzeszów-Jasionka



ALUCOIL ha proporcionado a su cliente Regional 3.200 metros cuadrados de larson® FR Silver para el proyecto de construcción de la nueva terminal del Aeropuerto Internacional de Jasionka, situado la ciudad de Rzeszow (Polonia). Se trata de una infraestructura que nació como aeródromo militar y que, tras su reconversión para usos civiles, no ha dejado de crecer en tráfico de pasajeros. La nueva terminal tiene 10.000 metros cuadrados y su pista de operaciones es la segunda más larga de Polonia, con 3,200 kilómetros, lo que permite el aterrizaje y despegue de aeronaves de categoría E (A-340 y B-747). ◆

Con reflejos de larson® mirror



Biotrial, los conocidos laboratorios franceses de investigación, han elegido el especial larson® mirror para resaltar y decorar sus fachadas en su edificio situado en Rennes. Un total de 1.820 metros cuadrados del material "espejo" han sido suministrados para dar el toque especial que larson® mirror proporciona.

El arquitecto Jean Pierre Meignan y el fachadista Alu Rennais han sido los responsables del diseño de la fachada. El estudio y transformación de larson® mirror ha corrido a cargo SAB-FCB. ◆



Nuevo edificio de SAB

SAB-FCB, uno de los distribuidores de ALUCOIL en Francia, ha llevado a cabo una ampliación de su edificio y ha modernizado la imagen exterior del mismo con los paneles composite larson®. El material empleado han sido los cassettes de paneles composite larson® en White, Metallic Red 3003 y numerosos detalles en mirror para darle un diseño más vanguardista y exclusivo. La compañía ha aprovechado esta ampliación para aumentar y mejorar sus equipos de producción. Hay que señalar que el nuevo edificio, con una superficie de 3.555 metros cuadrados, sigue todas las exigencias BBC y se anticipa a la reglamentación térmica RT 2012. ◆



Nueva sede de Dubai Investments



Larson® constituye la piel exterior del monumental edificio que acoge la sede corporativa de la compañía Dubai Investments, en Emiratos Árabes Unidos. El proyecto, ya completamente terminado y en uso por su compañía propietaria, está revestido por una capa de Larson® 4mm PE PVdF color Champagne Metallic, cuya superficie alcanza los 12.000 metros cuadrados. La empresa especializada en fachadas que acometió la obra fue Folcrá Beach Industrial Co.

Hay que recordar que este proyecto arquitectónico singular, situado en el complejo Dubai Investments Park, fue firmado por Dewan Al Emara Architects and Engineers y que la construcción ha corrido a cargo de Al Arif Contracting Co. ◆



Con la nueva arquitectura de Casablanca

Casablanca está experimentando desde hace unos años cambios sensibles en su fisonomía urbana y en sus infraestructuras, y Larson® está presente en muchos de los nuevos proyectos arquitectónicos, ya sean de titularidad pública o privada, que se están desarrollando en la ciudad. Ocurre, por ejemplo, con la nueva sede corporativa de la empresa OFPTT, realizada con el instalador Jorf Plast Industries; el Plateau Bureau Sidi Marouf, o las oficinas de Vivalis, con la colaboración del instalador Atelier Hamma. ◆

Sede de Prometal, en Camerún

ALUCOIL sigue afianzándose a lo largo de África. En Camerún, se ha vuelto a confiar en los paneles composite Larson®. En esta ocasión para la construcción de las fachadas de la sede de la empresa Prometal, situada en la ciudad de Duala, la ciudad más grande de Camerún. La empresa instaladora ha sido Socalu que ha empleado 3.000 metros cuadrados de Larson® PE Silver Metallic y Traffic Red 3020. ◆





larson® recrea a Dalí en las antípodas

ALUCOIL ha recibido su primer pedido de Australia, nuestras antípodas: un total de 1.200 metros cuadrados de larson® Metals Copper con acabado en cobre natural, que será instalado en un edificio de viviendas de Melbourne. El proyecto se denomina The Face y está compuesto por un total de 35 apartamentos, con medidas que van desde los 39 metros cuadrados a los 240 metros

cuadrados, y espacios comerciales a nivel de calle. La fachada de este inmueble se ha inspirado en los cuadros que el pintor español Salvador Dalí ejecutó entre los años 1936 y 1937, titulados "Sueño", "El gabinete antropomórfico" y "La jirafa ardiendo". El resultado es un conjunto diseñado como un objeto o escultura abstracta, resuelto por el estudio Arm Architecture. ◆

larson® brilla en el desierto de Nevada

Los paneles larson® han dejado su huella en el desierto de Nevada, en los Estados Unidos. Una fachada de larson® 4mm PE Custom Orange y Silver Metallic, con una superficie total de 3.015 metros cuadrados, ha sido empleada en el nuevo edificio de Schluter Facility en la ciudad de Reno. La empresa suministradora ha sido Southam and Associates.

Llama la atención de este edificio, dedicado a almacenes y oficinas, su diseño y el color naranja brillante de su fachada, que destaca sobre el cielo azul profundo de la zona de Reno y Tahoe. ◆





larcore® A2, éxito en BATIMAT



ALUCOIL acudió a una nueva edición de BATIMAT, el principal salón europeo especializado en el sector de la construcción y la edificación que se celebra cada dos años en París. En un amplio y llamativo stand de 60 metros cuadrados, ALUCOIL presentó toda su gama de productos de paneles composite larson® y aprovechó el encuentro para realizar la presentación oficial del nuevo y revolucionario panel de nido de abeja larcore® A2 al mercado internacional.

Visitantes procedentes de todo el mundo, desde América hasta Asia, pasando por Medio Oriente, han sido testigos de esta celebración que deja constancia de la consolidada y positiva trayectoria que ALUCOIL está llevando a nivel mundial. Numerosos medios de comunicación se hicieron eco de la presencia de ALUCOIL e incluso se realizaron entrevistas televisivas sobre el nuevo y destacado producto larcore® A2, único en el mundo por su avanzado proceso de fabricación.

ALUCOIL compartió espacio expositivo en la feria con Almet, empresa distribuidora en Francia de termolac®, la pintura en polvo de alta calidad, que fue también objeto de una importante promoción en BATIMAT.

Por la edición de 2011 pasaron, según los datos oficiales, 351.748 visitantes, la mayoría internacionales, destacando un incremento muy importante de profesionales procedentes de Brasil, Alemania y Rusia. En total, se dieron cita 2.330 empresas, en representación de más de 50 países, que se distribuyeron por una superficie superior a los 100.000 metros cuadrados. ◆



Alpewa abre sus puertas al universo larson®

Alpewa, uno de los distribuidores de ALUCOIL en Italia, ha continuado durante los últimos meses con su programa de promoción de materiales para el sector de la construcción y edificación, entre los que ha dedicado una atención muy especial a los productos larson®.

Alpewa ha celebrado varios días de puertas abiertas con el resultado de más de 700 visitas profesionales en sólo un año. Asimismo, ha organizado varias



charlas con arquitectos, que contaron igualmente con numerosos seguidores. Destacan entre ellas las celebradas en Brescia (con 88 arquitectos participantes); Vicenza (172 arquitectos) y Bolonia (97 arquitectos).

La firma italiana también llevó el universo larson® a la feria de la construcción MADExpo, que en su última edición despertó el interés de más de 250.000 visitantes internacionales. ◆

termolac® se estrena en la feria de Fensterbau Frontale, en Nürnberg Messe



Termolac® se presentó por primera vez a la conocida feria de la ventana Fensterbau Frontale, y lo hizo acompañada por Hartmann, el mayor distribuidor en Alemania de la pintura en polvo de alta calidad. Hartmann, uno de los 780 expositores, mostró sus productos en un stand de 80 metros cuadrados y exhibió la extensa gama de colores de termolac®.

La feria tuvo lugar desde el 21 al 24 de marzo en la localidad alemana de Nuremberg, y recibió más de 120.000 visitantes. El resultado más destacable de la feria ha sido la calidad de los contactos conseguidos, ya que el 84% de los visitantes son "decisiones de compra" y el 97% de los expositores llegan con sus productos a su público objetivo más importante. ◆

ALUCOIL NORTH AMERICA, de estreno en Washington D.C

El próximo mes de mayo, ALUCOIL NORTH AMERICA se estrenará por primera vez como expositor en Washington D.C. Todos los detalles ya están listos para que entre el 17 y 19 de mayo los paneles composite larson® se exhiban en la Convención Nacional AIA 2012. Se expondrá una amplia gama de productos fabricados en Manning, Carolina del Sur, y además estarán presentes los productos tecnológicamente más avanzados fabricados en Miranda de Ebro, España, como el panel honeycomb larcore® A2, para aquellos diseños y fachadas extraordinariamente singulares. ◆





Robert Solano



Clemente González Soler, de nuevo profesor del curso 15x15

Desde el año 2006, la Fundación EDEM, radicada en Valencia, viene realizando el curso "15x15": comparte quince días con quince empresarios líderes", que se ha consolidado como un referente en la formación de empresarios y directivos de alto nivel en el campo de la estrategia y el management empresarial.

Con el estreno de unas nuevas y modernas instalaciones, el curso 2012 comenzó con la ponencia de Antonio Catalán, presidente y fundador de AC Hoteles, y asumió la segunda jornada Francisco Pons, presidente de Importaco y vicepresidente ejecutivo de Bankia. La tercera sesión, celebrada el pasado 23 de febrero, corrió a cargo de Clemente González

Soler, que presentó a los 32 alumnos, directivos todos ellos de importantes empresas españolas, las claves del modelo de gestión del GRUPO ALIBÉRICO y las perspectivas del negocio en los planos nacional e internacional.

En relación con la clase impartida por Clemente González Soler, un alumno señaló: "Es interesante ver cómo un presidente de compañía controla el producto tan bien. Me quedo con una de sus frases: Conocer el producto es lo más importante para un directivo".

La clase del presidente de ALIBÉRICO, enmarcada dentro del bloque principal del curso, >>>

>>> llamado "la estrategia empresarial y el liderazgo", fue seguida por un almuerzo-coloquio en el que los alumnos tuvieron la posibilidad de hablar y compartir inquietudes y experiencias profesionales con el ponente. Ya por la tarde, tomó el relevo Juan Iranzo, presidente del Consejo de Economistas de Madrid, que analizó la situación económica y las perspectivas de futuro para la economía española.

Está previsto que por el curso 15x15 de EDEM pasen este año; Javier Campo, presidente de Grupo Zena; Monica de Oriol e Icaza, presidente ejecutivo de Grupo Seguriber; José María Castillejo, presidente y consejero delegado de Zinkia; José Manuel Villanueva, socio-fundador de Privalia; Francisco Juan Ros

García, consejero delegado del Grupo Ros Casares; Juan Roig, presidente de Mercadona; José Ramón García, presidente de Blusens; Juan Manuel González Serna, presidente del Grupo Siro; Félix Revuelta, presidente de Naturhouse; Federico Michavila, presidente del Grupo Torrecid; Manuel Palma, presidente del Grupo Palma y Vicente Boluda, presidente de Boluda Corporación Marítima.

El objetivo del curso es que los empresarios, consejeros y directivos participantes puedan conocer las estrategias, los modelos de negocio y las claves del éxito de empresas que son un referente en su respectivo sector, contadas por los empresarios que las lideran. ◆

Luis de Guindos se reúne con ADEFAM



Unas semanas antes de ser nombrado ministro de Economía y Competitividad, Luis de Guindos se reunió con los miembros de la Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM), que preside Clemente González Soler.

En su condición de director del Centro del Sector Financiero de PwC y del IE Business School, De Guindos realizó un profundo análisis de la situación económica de España, y reflexionó sobre posibles medidas a adoptar.

A su juicio, las dificultades por las que atraviesa España proceden de un excesivo endeudamiento público y privado, y la solución al problema sólo podría venir de una estricta austeridad presupuestaria y una reforma económica profunda, que debería incluir como primeras medidas una reforma laboral y la reestructuración del sector bancario, dos asuntos sobre los que ha legislado el nuevo Gobierno en sus primeras semanas de mandato. ◆



100 años de industria en Linares

Miguel Ángel Gavira publica en El Economista un reportaje de una página sobre el centenario de la Fábrica de San Gonzalo, propiedad de ALUCOAT Conversión. Recuerda Gavira que, a finales de los años 70, Clemente González Soler, siendo jefe de ingeniería de la planta de Endasa, fue el encargado de diseñar las nuevas máquinas de esta planta. Y el destino quiso que en 2001 el GRUPO ALIBÉRICO decidiera comprarla (entonces era propiedad de INESPAL, fruto de la fusión entre ENDASA con ALUGASA). La antigua San Gonzalo acabó cerrando el círculo. “Comenzó siendo una empresa familiar en 1911 y volvió a serlo. Han sido 100 años de industria en un país donde el sector cada vez tiene menos peso en el Producto Interior Bruto”, señala Clemente González al periodista. ◆

CincoDías

ALIBÉRICO, en la senda del crecimiento

Cinco Días publica una amplia información firmada por Javier Fernández Magariño en la que presenta la estrategia de crecimiento del GRUPO ALIBÉRICO en los próximos años, como consecuencia de la aplicación del Plan Visión 5. “El mayor grupo español de transformación de aluminio, ALIBÉRICO, tiene en marcha un plan de crecimiento, especialmente a través de su filial ALUCOIL, que le ha llevado a comprar una planta en Carolina del Sur (EEUU) y a buscar ubicaciones para otras tres en Asia y una en Australia. Su intención es cuadruplicar la actual facturación en 2015 y crear una red de siete fábricas de paneles composite de aluminio en todo el mundo”, escribe el periodista. Clemente González Soler declara al diario económico: “Quiero que ALUCOIL ocupe el liderazgo mundial en paneles composite de aluminio en 2015”. ◆





EL PAÍS

Aluminio con sabor español

El periodista Vidal Maté publica bajo este título en El País – Negocios, un reportaje sobre el GRUPO ALIBÉRICO, centrandó buena parte de su contenido en la actividad de ALIBÉRICO PACKAGING. “Cuando se adquiere un envase de aluminio con un producto alimentario sólido o semisólido en su interior, hay muchas posibilidades de que el fabricante haya sido la multinacional familiar y española ALIBÉRICO”, escribe Maté. El periodista recuerda que ALIBÉRICO FOOD PACKAGING ha desarrollado y fabricado más de doscientos tipos de envases de aluminio, con una producción anual superior a los mil millones de unidades a través de las marcas Palco® y Alubest®. Y hace mención, además, al Plan Visión 5, que ha fijado como objetivo multiplicar por cuatro la facturación del Grupo, un crecimiento que se logrará vía incremento de la producción y mediante adquisiciones en el exterior. ◆



Amplio eco en medios del centenario de San Gonzalo de San Gonzalo

El centenario de la fábrica de San Gonzalo, propiedad de ALUCOAT Conversión, tuvo amplio eco en medios de comunicación regionales y nacionales. Entre los primeros, además de entrevistas con el presidente de ALIBÉRICO en emisoras como Radio Nacional de España, dieron cobertura a la efeméride periódicos como El Mundo, Ideal o Diario de Jaén. Asimismo, el acontecimiento fue motivo de un reportaje en la revista económica y empresarial Sector Ejecutivo, que edita y dirige Juan Comas. En todos los trabajos fue destacada la dimensión histórica de este proyecto industrial y la transformación que ha experimentado a lo largo de los últimos años para liderar el mercado de la transformación de aluminio. ◆



CincoDías

Luz tras las reformas

Clemente González Soler analiza en el periódico económico Cinco Días del 24 de febrero de 2012 las recientes reformas emprendidas por el Gobierno, y concluye que el balance es positivo y apunta hacia la buena dirección, a pesar de que "donde otros Gobiernos han tenido 100 días de gracia, éste ha contado tan solo con un puñado de horas para ponerse a legislar". "En el balance, hasta la fecha, figuran tres grandes iniciativas para poner las bases de la regeneración económica y social de España. Todos queríamos que sus efectos fuesen inmediatos, y que la próxima EPA (Encuesta de Población Activa) mostrase al menos un cambio de tendencia. Pero la remontada, desgraciadamente, no será cosa de unos pocos meses, y necesitará, dicho sea de paso, de un gesto de responsabilidad y altura de miras de los agentes sociales para no entorpecerla ni demorarla más", escribe. ◆



En los prolegómenos de la nueva legislatura

Clemente González Soler, en su condición de presidente de ADEFAM, escribe en El Economista del 5 de diciembre de 2012 una tribuna en la que insta al presidente del Gobierno electo a meditar la composición del su gobierno y la presentación de las primeras medidas de choque contra la crisis. "Aun a riesgo de ir a contracorriente, creemos que Mariano Rajoy ha empezado a administrar la confianza que le han otorgado los españoles con buen criterio. Una persona con una andadura de 30 años de política a sus espaldas, y que ha llegado hasta aquí después de mucho sacrificio personal, y de una particular y larga travesía del desierto, unas veces seguido de unos pocos leales, y en la mayoría de los casos con el viento en contra, sabe perfectamente lo que son los tiempos y conoce el sentido de la oportunidad", escribe Clemente González. ◆





ALIBÉRICO PACKAGING en Telemadrid

ALIBÉRICO PACKAGING fue protagonista el pasado 3 de marzo de dos reportajes en Telemadrid. El primero se emitió en el programa "En Pleno Madrid", especializado en información sobre la actividad parlamentaria de la región, y sirvió para ilustrar un debate sobre la internacionalización de la empresa madrileña con participación de los distintos portavoces parlamentarios. Inmaculada González Armero, consejera delegada de ALIBÉRICO PACKAGING, e Ignacio Martín Maroto, gerente de PALCO, fueron los encargados de explicar a cámara las actividades que desarrolla la compañía y las claves de su amplia presencia internacional.

También sobre internacionalización versó la segunda pieza que emitió Telemadrid, esta vez en el Telenoticias del mediodía. El reportaje fue programado como modo de ilustrar la actividad de una empresa industrial madrileña que basa su estrategia en el empleo de la innovación y la tecnología, y la apuesta por los mercados exteriores. Inmaculada González Armero fue de nuevo la portavoz de la compañía. ◆



Interempresas

Informe sobre IarcCore® en Interempresas

La revista especializada Interempresas publicó el pasado mes de enero un informe sobre el nuevo producto IarcCore® A2, que abre una nueva generación de materiales para el mundo del transporte y de la arquitectura singular. Explica el informe que se trata de un panel tipo honeycomb (nido de abeja) de aluminio de grandes dimensiones con una gran planicidad, enorme rigidez y resistencia al fuego, lo que le ha granjeado la clasificación A2, la más alta que se otorga a los productos ignífugos. "Para la instalación del excepcional panel IarcCore® A2, se ha desarrollado y registrado un sistema único, el sistema HIDETECH®, el cual optimiza los recursos necesarios para su instalación, reduciendo los puntos de anclaje y material necesario para su ejecución gracias a las propiedades y características del panel", señala el documento. ◆

En Alibérico... Las ideas tienen premio



PREMIOS Innová

*Nace una nueva forma de expresar las ideas
diseñada para que los empleados formen parte
de la INNOVACIÓN en ALIBÉRICO*



Apoyamos la INNOVACIÓN. Creemos en nuestra GENTE.