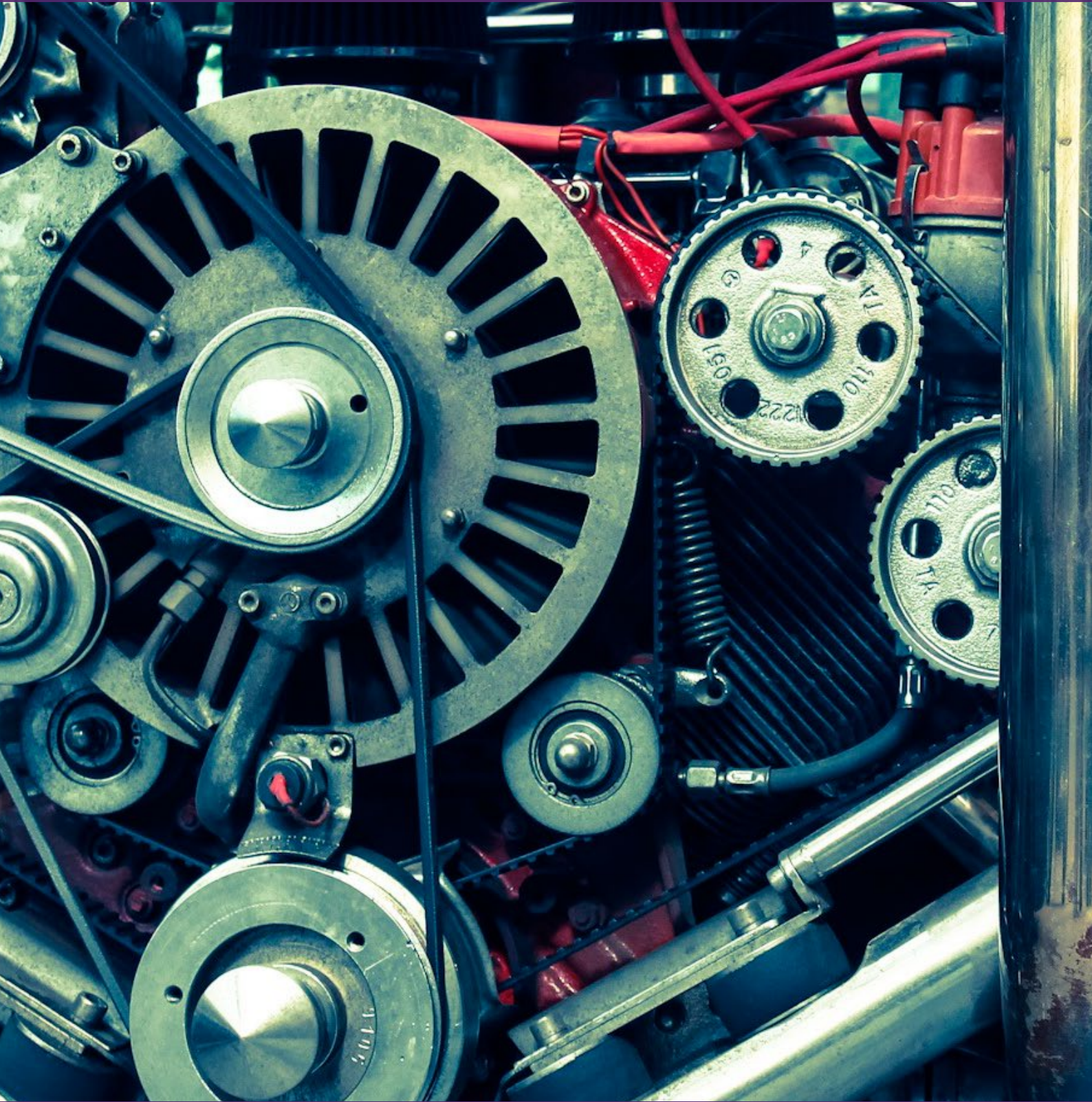




NAVARRACAPITAL.ES

INFORMACIÓN ECONÓMICA PARA LAS EMPRESAS



El motor de Navarra

El motor de Navarra

La Comunidad foral cuenta con algunas de las empresas más potentes a nivel nacional, pero también con un tejido empresarial diverso y variado que aporta riqueza al territorio.

Entre las 5.000 empresas más grandes de España se han colado este año 126 con sello navarro. Hay empresas de automoción, agroalimentarias, del sector del papel, del farmacéutico o energéticas, por ejemplo. Un amplio abanico que da fe de la riqueza económica de la Comunidad foral.

La clasificación procede del ranking que elabora la revista Actualidad Económica, publicación que analiza las firmas más potentes en cuanto a facturación atendiendo a los datos de cierre de 2016. Para ello, ha tomado en consideración aquellas empresas que superaron los 30 millones de euros y, en el caso de grupos empresariales, los 40 millones.

En el caso navarro, las cifras del top five superan con creces esos datos. De hecho, lidera el ranking Volkswagen Navarra, con una facturación de 2.911,46 millones, según la publicación. Le sigue Siemens Gamesa (en su división eólica), con 971,3 millones; Unnifar, cooperativa que integra a Nafarco, con 804,58 millones; Viscopfan, con 730 millones; y Grupo AN, con 699 millones.

Pero junto a estos gigantes hay otras 124 empresas asentadas en la Comunidad foral que logran situarse entre las más importantes del país, algo que debe ser destacado porque pone de manifiesto el peso específico del tejido empresarial navarro, sobre todo si tenemos en cuenta las dimensiones del territorio.

Poner el foco en cada una de estas cinco grandes firmas nos lleva a analizar al detalle cómo han llegado a estos puestos en el ranking y a aventurar cuáles son sus apuestas para seguir liderando la economía navarra.

VOLKSWAGEN: UN NUEVO POLO, UNA APUESTA DE CONTINUIDAD

Efectivamente, 2016 la fábrica navarra de Volkswagen cerró con una facturación de 2.911,46 millones de euros. Una cifra nada desdeñable, si bien fue un 2,2% inferior a la de un año antes. El beneficio después de impuestos ascendió a 74,5 millones. Con una plantilla de 4.547, fabricó un total de 296.800 coches, todos ellos Polo; el tercer modelo más vendido de Europa. El grueso de la fabricación tenía como destino la exportación (un 91,5%). Fueron Alemania, Italia y Francia los principales receptores, seguidos de Turquía.

Las cifras, sin duda, fueron buenas. Quizás por ello, la multinacional quiso apostar fuerte por la planta de Landaben. En 2016 anunció que sería aquí donde se fabricaría el nuevo Polo. De hecho, éste comenzó a fabricarse en serie el pasado 17 de julio de 2017. Y, además, comprometió unas inversiones de mil millones de euros para el periodo 2015-2019 en la planta navarra. Además del nuevo Polo, se dotó a la fábrica con equipos y tecnología para poder compartir piezas con otras marcas del grupo como Audi, Seat y Skoda.

Con el nuevo modelo ya en marcha y la nueva nave de chapistería en funcionamiento, 2017 ha sido un año de adaptación. Volkswagen Navarra ha crecido en plantilla. A cierre del año eran 4.893 empleados. Y ha fabricado un total de 244.127 Polos, una cifra algo inferior precisamente por ese cambio de modelo a mitad de año. Para conocer la cifra de facturación habrá que esperar a marzo, pero lo que está claro es que el grupo confía en la planta de Landaben. Es líder en la fabricación de este Polo, como también lo era en el anterior. Y eso, sin duda, ayuda.





SIEMENS GAMESA: RENOVABLES EN CRECIMIENTO

Según el ranking de las mayores empresas, Siemens Gamesa facturó en 2016 un total de 941 millones en Navarra en su división eólica. Además, añaden otros 121,5 millones en la división de I&T. La firma, sin embargo, prefieren hablar en conjunto. “En el año fiscal de 2017, que va del 1 de octubre de 2016 al 30 de septiembre de 2017, los ingresos fueron de 11.000 millones de euros”. El grupo, que tiene plantas productivas en España, Estados Unidos, Brasil, Alemania, Reino Unido, Dinamarca, India, China y Marruecos, mantiene en Navarra una de las principales oficinas corporativas y un importante centro de I+D, ambos en Sarriñena, además de una planta de fabricación de palas de aerogeneradores en Aoiz, dos centros de logística y servicios en Arazuri y Pamplona y un centro de formación en Noáin.

En total, suman cerca de 25.000 trabajadores. Sólo en Navarra hay alrededor de 1.600, apuntan desde la compañía, que en abril de 2017 dio un paso para fortalecer su presencia internacional con la fusión con Siemens. “Fue la mayor operación en la historia del sector eólico. Con esta unión, Siemens Gamesa se ha convertido en una referencia de la industria, con presencia en 90 países y una fortaleza mayor para liderar un mercado cada vez más exigente”, confiesan desde la multinacional, que es líder mundial en energía eólica marina y ter-

cera en terrestre. Su servicio de operación y mantenimiento cuida los más de 50.000 aerogeneradores que tienen instalados por todo el mundo.

Con “unas profundas raíces en Euskadi y Navarra”, Siemens Gamesa espera un gran crecimiento del sector en los próximos años. “El mercado terrestre crecerá un 5% anual hasta 2020, mientras que el marino aumentará un 13% hasta 2025”, destacan desde la multinacional, al tiempo que reconocen que en España el sector se está “reactivando”. “Además, el Parlamento Europeo acaba de aprobar un objetivo del 35% de energía renovable para 2030”, indican, al tiempo que reclaman “un marco regulatorio firme y estable y una clara apuesta de los mercados por las renovables”.

Los próximos tres años de Siemens Gamesa se guiarán por un plan estratégico que busca mejorar sinergias tras la fusión y apostar por la inteligencia digital para mejorar costes y “dotar de agilidad al modelo de negocio”.

UNNEFAR: UNIDOS EN LA DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA

Unnefar es una cooperativa farmacéutica de segundo grado que aglutina a diez sociedades de distribución farmacéutica en distintas provincias españolas. Entre ellas, Nafarco, que opera en Navarra. En total, Unnefar cuenta con una cuota de mercado del 12,23% y llega a más de 4.100 farmacias

de Asturias, Baleares, Cantabria, Cuenca, Guipúzcoa, La Rioja, León, Vigo y Zaragoza, además de la Comunidad foral.

Cerró 2016 con unos ingresos de 804 millones pero, tal y como apunta Juan Luis Sagaseta de Ilúrdoz Uranga, presidente de Unnefar y presidente de Nafarco, la cifra de negocio de 2017 superó con creces ese dato y se situó en 916 millones. “Y, para 2018, tenemos previsto crecer, ya que los proyectos que tenemos en marcha están destinados a que nuestras farmacias vendan más”, añadió. En el listado publicado, Nafarco en solitario aparecería en el puesto 68, con unos ingresos de 70 millones. “Pero ya en 2017 facturó unos 80 millones”, añade Iñigo Aguirrezabal Uribesalgo, director gerente de Nafarco.

Con una plantilla total de 925 trabajadores en Unnefar, de los que 66 corresponden a Nafarco, la cooperativa cuenta con 21 almacenes. “Trabajamos 36.000 referencias y diariamente recorremos 51.000 kilómetros con 457 rutas para atender a más de 4.100 farmacias”, explica Sagaseta de Ilúrdoz. Y no descarta seguir creciendo “tanto captando más cuota de mercado en las zonas en las que trabajamos, como incorporando nuevos acuerdos con otros almacenes de distribución. Lo natural es que avancemos en nuevos acuerdos que nos den más economías de escala”.

En cualquier caso, al margen de que puedan ir añadiendo nuevos socios, parece que los próximos años también serán positivos. “Estamos convencidos de que superaremos los 1.000 millones en el próximo plan estratégico”, aventura el presidente de Unnefar y de Nafarco.



VISCOFAN: UN NICHU DE MERCADO INTERNACIONAL

Cuando en 1975 se fundó Viscofan, una empresa especializada en envolturas artificiales para alimentación, quizás pocos imaginaron dónde llegaría tres décadas después. En la actualidad, este grupo es la cuarta empresa más fuerte de la Comunidad foral, con una facturación en 2016 de 730,8 millones de euros y un beneficio neto de 125 millones. En 2017, las ventas ascendieron a 778 millones. Tiene casi una veintena de plantas de producción en Europa, América y China, y relación comercial por casi todo el mundo, ya que sus productos se venden en un centenar de países. A cierre de 2016, su plantilla superaba ligeramente los 4.500 empleados. En España, casi 700. El resto, se reparten entre Europa (otros 2.000), Norteamérica (mil) y Latinoamérica (algo más de medio millar). Y, aun así, mantiene en Navarra sus raíces y su sede.

Estas importantes cifras, sin embargo, no suponen una meta. Viscofan quiere seguir creciendo. Aspira a ofrecer más y mejores productos. Y en esa línea diseñaron en 2016 el plan estratégico 'More to be', con el que confían llegar a 2020 convertidos en "líderes globales". "Líderes en servicio, líderes tecnológicos y líderes en costes", reconocía su presidente José Domingo de Ampuero y Osma, en la presentación del plan.

Por de pronto, ya en 2016 invirtieron cerca de 87 millones de euros en una nueva planta de plásticos en Cáseda y adquirieron las empresas Vector, con presencia en Europa y Estados Unidos, "lo que ha supuesto un salto cualitativo y cuantitativo muy importante", añadía el presidente. En 2017 centraron sus inversiones en China, donde apostaron por las envolturas de colágeno; y en Cáseda, donde se construyó una plan-

ta con tecnología de fibrosa. A principios de este año, Viscofan adquirió el 100% de la firma canadiense Transform Pack Inc, por 1,6 millones de euros. Todo ello encaminado a seguir creciendo en influencia y productos, "y llegar a 2020 como el primer o segundo productor mundial por cuota de mercado en los principales mercados de envolturas", insistía José Domingo de Ampuero y Osma.

GRUPO AN: LA UNIÓN HACE LA FUERZA

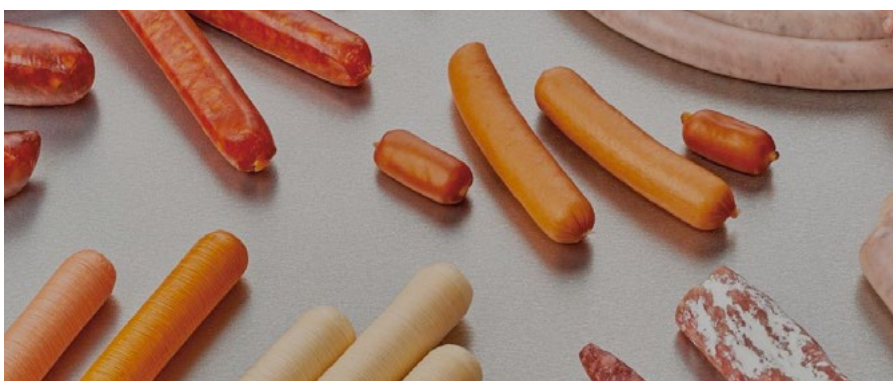
Atendiendo al ranking, el Grupo AN ocuparía el quinto puesto entre las principales empresas navarras, con una facturación de 699 millones de euros. Sin embargo, desde la empresa corrigen estas cifras. Al cierre del ejercicio de 2015/2016, que se realiza el 30 de junio, el grupo había facturado 766 millones de euros. Por tanto, pasaría a ocupar el cuarto puesto. En cualquier caso, al margen de la posición, lo cierto es que el Grupo AN se ha ido consolidando a lo largo de los años, en parte, por su fuerte apuesta en la incorporación de nuevas cooperativas. Esto ha hecho que su crecimiento sea constante. En junio de 2017 la facturación superó los 872 millones. Aglutinaba a 159 cooperativas y más de 30.000 agricultores y ganadores de buena parte de España.

"El crecimiento –recalcan desde Grupo AN– viene de la entrada de nuevas cooperativas socias, muy grandes y de otras comunidades autónomas, como Castilla La Mancha, Extremadura, Murcia y provincias como Almería y Granada. Todas ellas nos van a llevar a superar los mil millones de facturación de cara a 2018". Pero, insisten, también hay otro factor que impulsa estos buenos datos. "Estamos haciendo importantes inversiones en tecnología punta en nuevas industrias y nuevas líneas, y en



empleo, con crecimientos del 5% anual. No cabe duda de que ser más grandes te lleva a crecer en el plano industrial y en el empleo".

El grupo, que se constituyó como tal en 2000 pero que tiene su germen en 1910, ofrece a sus socios piensos, suministros agrarios y energéticos y correduría de seguros. Pero su fuerte está en la venta de cereales, frutas y verduras y cárnicas, sobre todo, avícola y porcino, a través de media docena de marcas. "Para ser competitivos hace falta tener un volumen importante. No queremos crecer por ser más grandes, sino porque eso nos da una mejor posición comercial para defender los productos de nuestros socios", inciden. "¿Nuestro techo? Nos lo pondrá el mercado. En Navarra ya hemos tocado techo, pero fuera hay muchísimas cooperativas que podrían entrar. Además, no tenemos por qué quedarnos sólo en España... En Europa hay varios grupos cooperativistas internacionales... En cualquier caso, lo que tenemos claro es que queremos conseguir un crecimiento ordenado. No buscamos crecer por crecer. Si no es bueno para nuestros socios y para la empresa, no tiene sentido", reconocen.



EL TAMAÑO, CLAVE PARA SER COMPETITIVOS

Tras estos grandes ejemplos de empresas potentes y competitivas se esconde, sin embargo, una realidad no siempre tan atractiva. No cabe duda de que el tejido empresarial navarro es eminentemente industrial. Su peso en el PIB es superior a la media española y a la de varios países europeos, tal y como apuntan tanto de la Institución Futuro como la Confederación de Empresarios de Navarra. Pero, detrás, hay otra realidad no tan halagüeña: el tamaño de las empresas navarras es demasiado pequeño.

“Una empresa o crece o se la comen. No es posible quedarse en una determinada posición. Tiene que crecer orgánica o inorgánicamente, por adquisiciones, pero tiene que crecer, porque el tamaño es muy importante”, recalca el presidente de la CEN, José Antonio Sarría. Y, a día de hoy, lo cierto es que se pueden contar con los dedos

de la mano las grandes empresas. “Sólo el 0,1% son grandes empresas, de más de 250 trabajadores, cuando en el resto de países suelen representar el 0,5% o 0,6%”, añade Sarría, quien añade que, además, entre las pymes predominan las micropymes en detrimento de las medianas empresas.

A su juicio, la clave está en “incentivar el crecimiento”, en estos momentos algo desmotivado, recalca, “desde el punto de vista tanto fiscal como laboral y burocrático”. No obstante, también asegura que en Navarra, la CEN de la mano del Gobierno foral están trabajando en este crecimiento de las empresas, para ganar en competitividad.

En este sentido, la directora de la Institución Futuro, Ana Yerro, destaca que “por desgracia” todavía hay “un largo recorrido de mejora”. Y esta pasa por implantar una serie de medidas que hagan más fuerte y competitiva la empresa navarra. “Habría que fomentar la formación de las personas, que al final son el recurso clave para los re-

tos de todo tipo que nos deparará el futuro” y afrontar “el reto de la industria 4.0, el más novedoso al que nos enfrentamos”. “Las pymes están poco sensibilizadas y no saben en muchos casos cómo afrontarlo”, advierte. Por eso considera prioritario orientarles en este camino.

Yerro también exige al Ejecutivo foral que juegue un papel importante incentivando el tejido empresarial. “Harían falta una serie de medidas favorables, como por ejemplo en el área fiscal, que contribuyan a la creación de un entorno competitivo que permita prosperar a las empresas”, reclama. Todo ello redundaría en “la sofisticación de las empresas”, que es, a su juicio, “un claro determinante de su nivel de productividad y de su capacidad de competir”. “Y el que las empresas crezcan en tamaño facilita un aumento de la calidad de la gestión, la inversión en innovación, la atracción de talento y la capacidad de internacionalizarse”, concluye la directora de Institución Futuro.



