

ECONOMÍA

BSH se refuerza en España con otro centro de competencia en Montañana y más empleo

La empresa pone en marcha en Zaragoza un departamento para procesos transversales

La filial española del grupo alemán incrementó un 6,1% su facturación y un 9% los puestos de trabajo en el ejercicio 2014

ZARAGOZA. El grupo de electrodomésticos BSH Hausgeräte mantiene una apuesta importante por su filial española, que suma un nuevo centro de competencia global en sus instalaciones zaragozanas de Montañana –cuya ampliación será una realidad a finales de este año– y que cerró el ejercicio 2014 con una facturación total de 1.542 millones de euros (un 6,1% más respecto a 2013) y un incremento en el número de trabajadores del 9%, hasta los 4.252 empleados.

BSH España aumentó sus inversiones en innovación, procesos, productos e instalaciones en 2014, entre las que destaca la creación (a finales de año) de un nuevo centro de competencia de investigación en tecnología corporativa, con responsabilidad global dentro del grupo, orientado a desarrollar, optimizar e industrializar proyectos y procesos transversales a todas las áreas de producto en tecnología de materiales y superficies, y sensores. Con este, según corroboraron fuentes de la compañía, la multinacional alemana tiene ya siete centros de competencia globales en España. Los otros seis son los de inducción (también en Montañana), de gas (en Santander), de secado (en Esquiroz), de planchas (en Vitoria), de frío (Esquiroz) y de lavado (en La Cartuja).

Dos de los anteriores, el de placas de gas de Santander y el de inducción de Montañana, están en fase de ampliación, lo que –como apuntó la firma en un comunicado– «consolida aún más a BSH España como potencia innovado-

ra para el grupo a nivel mundial». Sobre esta ubicación zaragozana, que supone la ocupación de un espacio contiguo a la fábrica que perteneció a la empresa Fuyma, que fue cerrada en 2008 después de trabajar como proveedora de la propia BSH, desde la multinacional se indicó que se confía en que la actividad está normalizada antes de que concluya el año.

2014, en cualquier caso, fue un buen año para BSH España, que reconoce que, tras siete años de caída continua en los que se ha reducido el mercado de electrodomésticos en nuestro país, «observamos un cambio de tendencia aunque de una forma muy suave, con crecimientos moderados». La compañía ha sabido aprovechar también las oportunidades que generó la caída de Fagor, lo que ha reforzado la actividad de sus fábricas. Según declaraciones de José Longás, director de BSH Electrodomésticos, «a través de la gestión del mix de marcas y productos, la compañía consolidó su liderazgo en los segmentos de mayor valor e incrementó, un año más, su participación en los segmentos que ofrecen mayor volumen». Por valor en el mercado, apuntaron a este diario fuentes de la empresa, los productos de la marca Bosch están a la cabeza en España, seguidos de los de Balay y los de Siemens, si bien de la segunda de ellas –la marca aragonesa– se sigue vendiendo un número mayor de electrodomésticos.

En Alemania, en cambio, la marca más vendida de BSH es Siemens, nombre de la compañía que en 2014 acordó vender sus



Un trabajador, en la planta de BSH en La Cartuja (Zaragoza). BSH

participaciones en el grupo de electrodomésticos a Robert Bosch GmbH, hoy ya el único accionista. No obstante, la marca Siemens seguirá en el catálogo de marcas de BSH a largo plazo.

Entre los datos de 2014 ofrecidos ayer por BSH España sobresale también el incremento de producción de las factorías de un 15,3% en unidades, así como un

aumento del empleo cercano al 9%, al pasar de los 3.910 trabajadores de media en 2013 a los 4.252 empleados.

En una nota de prensa, José Longás quiso llamar la atención sobre el papel de la plantilla en la buena situación que atraviesa la compañía. «En los últimos años, junto a la comprensión y el compromiso de los empleados, nues-

tras fábricas han conseguido unos buenos niveles de flexibilidad que nos han ayudado definitivamente a adaptar nuestras producciones a la demanda y no haber tenido la necesidad de reducir personal o bajar salarios, lo que nos sitúa ahora en una buena posición para encarar los próximos años», señaló.

EL DATO

38,5

Las marcas principales con las que opera el grupo BSH en España: Bosch, Siemens y Balay, encabezaron en 2014 el mercado español de grandes electrodomésticos, alcanzando el grupo un 38,5% de participación acumulada (datos valor 'sell-out' según GfK, 2014).

EN DETALLE

Exportación. El 54% de la facturación de BSH Electrodomésticos España en 2014 (1.524 millones de euros) correspondió a ventas al exterior.

Expectativas. «Somos cautos en nuestras previsiones de futuro en espera de una consolidación más fuerte de las tendencias y que se despejen algunas incertidumbres que aún pesan sobre la economía española. Respecto a BSH España, creo que la tendencia positiva se va a mantener tanto en exportación como en el mercado nacional», indicó José Longás, director de BSH España.