

Abans que es faça la llum

Fa 45 anys que
Montesinos, SA,
fabrica peces de llautó
per a llums.
En mans de la segona
generació, aquesta
empresa familiar,
que es va destacar
per la innovació,
ha d'afrontar el repte
de la dura competència
dels mercats asiàtics.
Arribats a una
crisi insostenible,
l'empresa no descarta
una deslocalització
de la producció.



RAFA GIL

Al País Valencià, d'empreses familiars n'hi ha, i moltes. A primera vista, F. José Montesinos, SA, sembla un negoci familiar dels habituals, dels de tota la vida. Fins i tot, parlant amb Elena Montesinos, la seua actual gerent, i també amb Vicent, el seu germà, predecessor en el càrrec, ens adonem que aquesta fàbrica, dedicada sobretot a l'elaboració d'accessoris metàl·lics per a llums, respon, a grans trets, al patró d'empresa familiar habitual. No en va, Montesinos, SA, és una empresa mitjana –dóna feina a uns trenta treballadors i factura uns dos milions d'euros l'any– gestionada per la segona generació de Montesinos

Montesinos, SA, va ser fundada el setembre de 1959 per un emprenedor valencià que va tenir una idea certament enginyosa, per no dir "revolucionària", de negoci. En aquest sentit, F. José Montesinos va aplicar, abans que ningú ho fera, les tècniques artesanes de la joieria al camp de l'art en metall i, més en concret, a l'elaboració de les peces de llautó destinades, entre altres fins, a la fabricació d'aixetes i llums. Aquestes tècniques innovadores van consistir en la substitució de la tradicional i típica fosa de ferralla de llautó per la de laminació i l'estampació. Un canvi substancial que va permetre a Montesinos abaratir notòriament els costos, millorar la qualitat en l'acabament de les peces i, com a conseqüència d'això, obtenir un èxit "immediat" d'aquesta innovadora línia de treball en uns anys, els seixanta, en què l'obertura econòmica va incentivar el creixement de la demanda de productes de decoració.

Ja no eren aquells tristos anys de la postguerra, en què amb prou de feines el jornal donava per a subsistir i poca cosa més. En aquells seixanta, els llums i al-



RAFA GIL

tres elements decoratius, sempre a bon preu, van vestir moltes cases, i això, en efecte, va comportar la consolidació d'aquell negoci familiar.

Aquells primers clients es circumscriuen només a les comarques de València. En un primer moment, el propietari s'havia instal·lat en un petit taller de Burjassot, de només 150 metres quadrats. Més tard, ja es traslladaria a Mislata pel doble d'espai, per a ubicar-se, finalment, al polígon de la Font del Gerro, a Paterna, on actualment mantenen les seues instal·lacions.

El client marca el ritme. El creixement ha estat lent, però sòlid, com bé apunta Vicente Montesinos, que destaca que aquells clients, empreses petites de fabricació de llums situades als voltants de Montesinos, van anar marcant les necessitats de creixement de l'empresa.

Montesinos, SA, a diferència de Mariner, d'Almerich i de Peris Andreu, va apostar només per l'elaboració de peces de llautó per a llums, deixant de banda el tradicional model de fabricació d'aquests objectes. En aquest sentit, no es



LA RECEPTE MÀGICA

Als anys seixanta, F. José Montesinos va trobar la clau del seu èxit: aplicar abans que ningú les tècniques artesanals de la joieria al camp de l'art en metall, concretament per a l'elaboració de peces de llautó per a la fabricació d'aixetes i llums. La fosa de ferralla de llautó quedava desbancada per la laminació i l'estampació. El resultat d'aquesta aposta va ser l'abaratiment dels costos de producció i la millora de la qualitat del producte. Més per menys. Això va permetre a l'empresa expandir progressivament el seu mercat cap a altres punts de l'estat espanyol, i trenta anys després, fer el salt al mercat internacional. Avui Montesinos, SA, forma part d'una firma de tres empreses que miren de protegir-se de la potent llum asiàtica.

plantejaren mai la producció integral de llums, la que comprèn des del disseny fins a l'acabat, sinó que s'especialitzaren en les peces que havien de conformar-los. És des d'aquest punt de vista que Vicente Montesinos explica per què va ser el client qui, des d'un principi, va marcar la línia de treball de l'empresa. Fins i tot, orgullós, confessa que encara molts dels seus clients acudeixen diàriament a les seues oficines, on té exposat tot el catàleg de productes, a encomanar les peces que requereixen. I és que, com assegura, València és el bressol del llum.

A principis dels setanta, Montesinos va decidir fer el salt cap al mercat espanyol. Barcelona, Sevilla, Madrid, Còrdova i Bilbao van ser els seus punts d'expansió i representació. Com ara, per exemple, ho són els països de l'Europa de l'Est, de l'Orient Mitjà i també d'Amèrica, de dalt a baix. Segons expliquen els dos germans, "allà on s'hi fabriquen llums de tall clàssic i neoclàssic, allà trobaran mercat". El 1975, el negoci va esdevenir societat anònima, i la segona generació va prendre el timó. Actualment, Elena, filla del fundador, és qui dirigeix l'empresa, després que Vicente, el seu germà, s'haja jubilat.

Llum asiàtica. Elena explica que el sector de la il·luminació, del qual depenen directament, viu en un estat de crisi latent, no excessivament publicitat ni conegut, que en bona part causat pels puixants i emergents productors asiàtics, que amb preus baixos i una qualitat gens menyspreable van accedint, a poc a poc, als mercats europeus. Vicente Montesinos reconeix, fins i tot, que els asiàtics poden arribar a vendre un 40% més barat del que ho puga arribar a fer cap firma espanyola. Les perspectives, en aquest sentit, són més aviat magres. Amb tot, Montesinos, SA, forma part d'una firma de tres empreses, Base Cuatro Group, que esmerça esforços en els mercats internacionals per tal de consolidar la seua quota.

Aquesta és l'eixida, segons els dos germans. Invertir en qualitat. en disseny i avançar-se a la competència del sud-est asiàtic. No hi troben més solució. Reconeixen, també, que el sector tam-

poc no ha exigít, com sí que ho ha fet el tèxtil, cap tipus d'ajudes de l'administració destinades a la inversió, tan necessària en tecnologia i disseny. Això, tal vegada, és degut, segons Elena Montesinos, a l'estructura de petites empreses, amb tendència a solucionar-se els problemes a escala individual. Siga com siga, la forta competència de països tercers pot obligar-los a prendre mesures dràstiques si el panorama no canvia. Fins i tot, l'actual gerent apunta que, arribats a una crisi insostenible, estan oberts a plantejar-se una possible deslocalització de la fabricació, que no dels altres processos productius, sempre que això siga profitós per al manteniment de l'activitat d'aquesta empresa familiar.

Tot i que F. J. Montesinos es dedica sobretot a la fabricació d'accessoris metàl·lics per a la il·luminació, també destina part de la seua producció a sectors tan dispars com el de l'orfebreria, el moble i la decoració.

Contracte de blindatge. La peculiaritat d'aquesta empresa és el protocol familiar que tenen signat els membres de la segona generació dels Montesinos per tal de regir els destins del negoci i garantir la participació de la família en l'empresa. D'aquest protocol es desprèn el compromís de professionalitzar l'empresa d'ara en avant. Això vol dir que si un familiar dels Montesinos vol optar a un càrrec directiu ha de passar pel procés de selecció que s'òbriga com ho faria un més, i que no disposarà de cap tipus d'avantatge pel fet de ser consanguini. Així, segons Elena Montesinos, volen evitar que per lluites familiars es puga tancar l'empresa.

Recorden la llegenda negra que sobre les empreses familiars existeix: la tercera generació és la que acaba finiquitant el negoci. Abans que això passe, els Montesinos han preferit aprovar un protocol que asseure la professionalització de l'empresa i, de pas, el seu creixement, un protocol que impedisca als consins la dilapidació de tot un patrimoni empresarial i social. Un pas valent per a una empresa familiar com la resta, però diferent.

Salvador Giménez