

Martes 24 enero 2012

valencia **vp** plaza.com

MERCADOS

EMPRESAS

C.VALENCIANA

ESPAÑA

INTERNACIONAL

OPINIÓN

6 SENTIDOS

DEPO

PORTADA » EMPRESAS

Vaseco o cómo una constructora soporta el chaparrón buscando 'oxígeno' en el exterior

VALENCIA PLAZA **AYER** La firma ha aplicado medidas de mentalización, modificado su organigrama y centrado la búsqueda de negocio en el exterior, especialmente en Latinoamérica

Imprimir | Enviar a un amigo

COMPARTE ESTA NOTICIA

OTRAS NOTICIAS



José Vte. Sánchez Coderch, D.O. de la firma

VALENCIA. **Vaseco**, Sociedad Valenciana de Servicios a la Construcción, se constituyó hace 24 años para la construcción de obra civil y edificación, ya sea para uso privado o institucional. Entre sus trabajos destacan los emprendidos en distintas áreas como la hotelera, de residencias, centros de salud, colegios, viviendas libres y de protección oficial, edificios para oficinas, comercios, rehabilitación, subestaciones eléctricas, obras hidráulicas, colectores, estaciones ferroviarias y mantenimiento de instalaciones industriales, entre otras.

La constructora acaba de recibir un premio Economía 3 como resultado de la labor emprendida por la diversificación de trabajos y por disponer de una estructura ajustada y flexible, gracias a la cual la compañía reconoce haber resistido la primera etapa de esta crisis. En este sentido, hace ocho años que entendió la necesidad de tener que buscar clientes fuera de la Comunidad Valenciana. "La triste realidad nos llevó a pensar que iba a ser más fácil introducirnos en el mercado internacional que en el del resto de España", destaca **José Vicente Sánchez Coderch**, director general de Vaseco y dueño del 60% de las acciones.

Al mismo tiempo, el consejo de administración de Vaseco tomó decisiones que respondían al plan de cómo afrontar este periodo de enfriamiento de la economía, ante la incertidumbre que despierta su duración. A modo de resumen, este plan de puede definir a partir de cinco grandes medidas.

CONCIENCIA DE CAMBIO DE CICLO

La primera de ellas es la mentalización. "Fue importante, más que nunca, hacer equipo", destaca Sánchez Coderch. "Tuvimos que mentalizar a nuestro personal de que, definitivamente aquel tiempo ya pasó y que no fue real y que había que aportar un plus. Este plus no requería más horas, más trabajo, más esfuerzo, sino mucha concentración, pues esta etapa económica no iba a dejar lugar para segundas oportunidades".



Al tiempo, formó un consejo asesor, seleccionando a profesionales del mundo empresarial que aportaran ideas. Este consejo debía ofrecer una visión desde el exterior, más fría y, por tanto, objetiva; dando orientación a posibles mejoras desde el punto de vista organizativo y comercial. Aunque esta medida no

respondía a las habituales en una empresa mediana, de su creación surgieron grandes propuestas, según Sánchez Coderch.

Vaseco también creó los departamentos de internacionalización y comercialización. La compañía fue consciente de la idoneidad de internacionalizarse y creó este departamento dentro de su estructura organizativa. Después de estudiar diversas posibilidades, decidió invertir en países como Panamá, Colombia, Argelia y Guinea Ecuatorial.

FIDELIZAR CLIENTES Y GANAR CARTERA

Con la incorporación del departamento comercial, se buscó ayudar a fidelizar a los actuales clientes y ampliar la cartera de la empresa. Otro de los objetivos fue centrar sus esfuerzos comerciales en captar clientes privados. También se alcanzaron nuevos acuerdos puntuales con empresas del sector pero de otras especialidades que aportaron a Vaseco experiencia suficiente para poder diversificar más aún su actividad.

Además de la modificación que significó la incorporación de estos dos nuevos departamentos, se reorganizó el organigrama con una estructura plana, horizontal, que facilitara la comunicación entre los distintos departamentos y agilizará las ordenes e iniciativas de la estructura de funcionamiento de Vaseco.



Aunque esta crisis fuera larga y pesada, la compañía considero fundamental no prescindir del esfuerzo por la calidad, la conciencia medioambiental, la seguridad y la sensibilidad propia de la empresa familiarmente, reconocidas como señas de identidad por la firma.