



mecanews

75 años de Metz



Se ha creado un logotipo exclusivo con motivo del 75º aniversario de las fábricas de Metz.

La filosofía Metz: el espíritu de la empresa

El año del aniversario ha pasado prácticamente volando y para nosotros es un placer presentarles el cuarto y último número de la edición especial. No obstante, el verdadero gran día queda por llegar, ya que será el 28 de noviembre de 2013 cuando Metz rompa por fin la «barrera del sonido» de los 75 años. A lo largo del año les hemos ido ofreciendo información variada acerca del polifacético universo de Metz. A

fin de culminar ahora el proyecto con un digno y rotundo broche final, llegamos en este último número hasta el espíritu de la empresa: la filosofía Metz. Sin embargo, no vamos a poder explicarles todo al respecto, debido sencillamente a la «dimensión humana» de Metz. – Si bien el éxito puede planificarse hasta cierto punto «sobre el papel», la diferencia decisiva viene marcada al fin y al cabo por las personas que cada

día infunden nueva vida a la filosofía Metz. Esperamos que hayan disfrutado con nuestros suplementos especiales y que estos inviten una y otra vez a la consulta y al recuerdo en los años venideros. Ahora, como no, les deseamos que disfruten con el número 4 de nuestra edición especial conmemorativa del 75º aniversario de Metz.

La filosofía organizacional

Metz es una empresa familiar que ha ido creciendo a lo largo de 75 años y para la que es importante la comunicación objetiva y lineal entre todos los empleados. Al igual que en una gran familia, la comunicación funciona en Metz de manera sumamente directa y prescindiendo de rodeos innecesarios. Las cuestiones son planteadas con total claridad por los empleados y a los empleados. Evidentemente, los problemas también son discutidos a fondo con absoluta franqueza y solucionados en común. Ya que se sobreentiende que en una familia no siempre todo es idílico, formando parte del día a día las diferencias de opinión y la crítica. Al igual que en toda familia, el individuo debe participar de forma activa, al tiempo que le corresponden tanto derechos como obligaciones. De cara a la convivencia en el seno de la empresa familiar Metz resulta decisivo ante todo el hecho de que el objetivo común siempre goce de prioridad, centrándose en él y llevándolo a la práctica todos los empleados. Al fin y al cabo, la fortaleza de una familia estriba en la voluntad incondicional de diseñar la convivencia común con la máxima proyección de futuro posible. Asimismo, análogamente a un hogar intergeneracional, resulta especialmente eficaz la particularidad de que unas únicas instalaciones empresariales alberguen a todos los departamentos de las fábricas



Las instalaciones empresariales ubicadas en Zirndorf albergan a todos los departamentos de las fábricas Metz sin excepción, desde Producción, pasando por Servicio posventa, hasta Desarrollo y Administración.

Metz sin excepción, desde Producción, pasando por Construcción, hasta Ventas y Servicio posventa. Así pues, se evitan largos recorridos y se facilita en gran medida el contacto directo entre los empleados.

En comparación con grandes grupos empresariales, Metz disfruta además de las ventajas de una cultura de mediana empresa con una clara estructura organizativa de sus tres divisiones: electrónica de consumo, electrónica de fotografía y tecnología de plásticos. Aspectos tales como procesos decisorios directos, un elevado sentido de la responsabilidad de cada uno de los empleados, así como la implementación sencilla y rápida de nuevas ideas se hacen

patentes de manera evidente. Como es natural, Metz no rechaza los modernos principios organizativos y de dirección, si bien conserva los elementos fundamentales de la cultura de mediana empresa. De este modo, Metz ha logrado a lo largo de los pasados 75 años preservar su independencia y autonomía. Constituyendo para Metz un bien muy preciado y de gran relevancia, ya que estamos convencidos de que las mejores decisiones de cara a la organización futura de la empresa sólo pueden tomarse si se permanece independiente de los intereses de grandes sociedades matrices o de proveedores de fondos orientados al mercado de capitales.

La filosofía de emplazamiento

Desde su comienzo allá en el año 1938, en las fábricas Metz apostamos convencidos



por el emplazamiento de Alemania. Tras los inicios en Fürth empezó a construirse en 1956 una nueva fábrica de muebles radio en Zirndorf. Desde 1998/1999, todos los departamentos se hallan ubicados sobre un terreno de 86.000m² de superficie situado en la calle Ohmstraße de Zirndorf. Así pues, Alemania no es precisamente barato como emplazamiento de producción y desarrollo, sin embargo merece la pena pagar el precio de los productos de Metz fabricados en este país.

Metz se declara a favor del emplazamiento de Alemania por numerosos motivos:

- para garantizar el máximo de calidad,
- porque el emplazamiento de Zirndorf brinda unos excelentes recursos y una extraordinaria infraestructura,
- ya que en él desempeñan un papel importante la protección del medio ambiente, el uso responsable de las materias primas y el reciclado de materiales,
- porque la comunicación entre los

empleados, con los clientes, proveedores y socios comerciales se produce de forma sencilla y directa,

- porque Metz potencia la economía de la región y proporciona in situ puestos de trabajo y de formación,
- ya que el emplazamiento de Alemania ofrece los mejores requisitos para aplicar y llevar a cabo la filosofía Metz.

Con el sello «Made in Germany», Metz es sinónimo de productos que satisfacen los más exigentes requisitos de calidad. Así pues, cada empleado es responsable de la calidad desde su posición individual. Dado que únicamente unos empleados motivados, satisfechos y con óptima formación garantizan de manera continua unos excelentes resultados, Metz concede especial importancia a un ambiente de

trabajo en armonía, a la colaboración, así como a la confianza mutua. Por supuesto, esta eficaz simbiosis también se hace patente de cara al exterior, es decir, frente a la opinión pública, los clientes y socios comerciales. En definitiva, unos empleados con óptima formación y perfeccionamiento profesional hacen llegar la confianza en la marca Metz, erigiéndose así en garantes de calidad y fiabilidad.

La filosofía de marca

Una marca sólida como la de Metz se forja a lo largo de muchas décadas a base de grandes dosis de paciencia, dedicación y esmero. Donde lo principal es la confianza de los clientes. Metz se ha ido procurando y labrando de manera continua esta confianza a lo largo de sus 75 años de historia. Metz apuesta por una calidad modélica, a fin de asegurar el gran objetivo de satisfacer al cliente con sus productos y servicios. Para ello, no sólo satisfacen los requisitos más exigentes los productos de la marca de alta gama Metz, sino que además queda garantizado un excelente servicio después de su compra. Así pues, la forma de pensar y de actuar de Metz siempre se orienta a las necesidades de los clientes. Únicamente así Metz puede estar en todos los

aspectos a la altura de los exigentes requisitos de una marca de gama alta y distanciarse claramente de sus competidores.

Un elemento de suma importancia en la filosofía de marca Metz estriba en su singular concepto de comercio especializado. Como ya comentábamos en los números anteriores, Metz optó en el año 1964 por distribuir los productos exclusivamente a través del comercio especializado con marcada orientación al servicio y al asesoramiento. Este concepto garantiza a los clientes hasta el día de hoy contar con un asesoramiento

competente y un excelente servicio. De lo cual se beneficia Metz, ya que los distribuidores especializados hacen llegar directamente al departamento de gestión de productos los deseos específicos del cliente, con lo que Metz siempre está en «conexión directa con el cliente».



El logotipo de la empresa representa de manera inconfundible a la marca Metz de cara al exterior.

La filosofía de valores

Desde que la empresa fuera fundada por Paul Metz, los valores ocupan un lugar



«¡Metz es una marca en la que se puede confiar!»

preponderante en la filosofía empresarial de las fábricas Metz. Precisamente en estos tiempos frenéticos y con exceso de estímulos en los que vivimos, los clientes buscan orientación y productos de calidad. La mediana empresa familiar Metz satisface este deseo de los consumidores con sus productos de gama alta y de primera calidad,

cuyo enfoque se centra en los clientes.

Valores tales como previsibilidad y fiabilidad frente a clientes, proveedores y socios comerciales permiten contar con un clima empresarial ideal en Metz.

Numerosos análisis de mercado muestran que los valores tradicionales están muy valorados en el grueso de la población. No obstante, es evidente que Metz no puede dormirse en los laureles de «sus valores tradicionales», sino que además debe esforzarse constantemente por lograr una

relación de equilibrio entre tradición y futuro. Una tarea nada fácil, ya que el camino correcto no puede ser ni aferrarse a la «tradición» ni «seguir incondicionalmente» toda nueva tendencia. Por lo tanto debe procederse con cuidado y de forma conveniente con los conceptos y valores tradicionales. Como

formuló en su día de manera sumamente certera el Presidente de la Junta Directiva de Porsche AG Wendelin Wiedeking: «La persona que únicamente quiere ser moderna, se deja cazar por tendencias y modas, pero se trata de una huida que no conoce meta alguna. La tradición no es un museo, sino

un taller: siempre debemos trabajar para conjugar el ayer con el hoy y el hoy con el mañana. ¡La tradición no consiste en conservar valores, sino en perfeccionar valores de forma prudente, para que pueda servirles de algo a las personas y sobre todo a los clientes!»

Metz como empresa de negocios

Huelga decir que el futuro de la empresa familiar Metz, al igual que en otras empresas de negocios, depende de forma decisiva del éxito económico. Ya que sólo un logro sostenible de beneficios garantiza tanto el éxito a largo plazo como el desarrollo saludable de las fábricas de Metz. A fin de poder invertir en nuevas tecnologías y en el desarrollo de nuevos productos, deben cumplirse los requisitos económicos. Después de todo, una sólida marca como Metz tampoco es inmune a las crisis, a pesar

de todas las ventajas descritas. Con el fin de incrementar la productividad, los empleados deben esforzarse continuamente en economizar recursos, en pensar con un planteamiento sensible a los costes y en encontrar soluciones óptimas. Ahora bien, aparte de todos los esfuerzos, el aseguramiento de los puestos de trabajo y de formación depende directamente del éxito económico de la empresa. Por este motivo se requiere actuar con planteamiento económico a todos

los niveles como incentivo constante para todos los empleados.

Palabras finales de Helene Metz:

«No importa lo mucho que nos esforcemos, el éxito depende esencialmente de la situación económica. Para continuar subsistiendo como empresa saludable debemos, en definitiva, ganar dinero. Eso es algo que no debemos perder de vista en ningún momento. Podrá sonar así de sencillo, pero el éxito a largo plazo y el futuro de las fábricas Metz dependen de los ingresos percibidos.

Los tiempos más duros fueron sin duda los años que siguieron al fallecimiento de mi esposo, y ya han transcurrido casi 20 años. Por aquel entonces opté por continuar y no por vender, como han hecho tantas otras empresas. Simplemente es algo a lo que me sentía comprometida para con mi marido, así como para con mis empleados y mis leales distribuidores especializados. Porque para todos ellos, Metz ha sido y es algo muy importante y especial.

A todos aquellos que ven con los mismos ojos a la empresa Metz y que han venido trabajando hasta hoy y continuarán trabajando para que siga siendo así en el futuro, vaya dirigido mi más sincero agradecimiento.»



Metz logra mantenerse afianzado en un mercado fuertemente competitivo incluso en tiempos económicamente difíciles.

Masthead

Editor

Editorial staff and ViSDP

Graphic design

Metz-Werke GmbH & Co KG
Ohmstraße 55
90513 Zirndorf, Germany

Oliver Bezold
(Unternehmenskommunikation)

Neuland Communication
Nuernberg, Germany