



## Entrevista a José Medina Solís, Director Financiero de Imedexa

Desde sus inicios en los años 90 hasta convertirse en una compañía referente en el diseño y fabricación de estructuras metálicas de uso eléctrico, Imedexa ha recorrido un camino de crecimiento sostenido, impulsado por la innovación tecnológica, la expansión internacional y una gestión financiera sólida.

En esta entrevista, su Director Financiero, José Medina Solís, repasa los hitos de esta trayectoria, el valor de contar con una póliza de medio plazo y el papel fundamental que juegan el seguro de crédito y los mediadores como socios estratégicos en la adaptación de soluciones a medida y en la toma de decisiones ágiles en un entorno global cada vez más exigente.

**Solunion:** Llevas años al frente del área financiera de Imedexa. ¿Puedes compartir con nosotros unas pinceladas de tu trayectoria profesional, cómo has evolucionado en esta empresa y qué aprendizajes destacarías de este recorrido?

**José Medina:** Mi recorrido empieza en el año 1991, cuando se me ofrece desde Sodiex la posibilidad de venir a colaborar con una empresa sita en Casar de Cáceres, totalmente desconocida por mí y que se dedicaba a estructuras metálicas de uso eléctrico.

Aquella colaboración, que iba a ser puntual, se convirtió en definitiva gracias al cambio realizado por el accionariado y la aparición de un nuevo gerente, que me pidió que me quedase.

La empresa, que años anteriores había llegado a tener casi 90 operarios, vivía un periodo convulso en lo económico, con una crisis en el sector español que la llevaba a las puertas de la desaparición. El número de empleados había descendido drásticamente hasta los 38, y así, en el año 1994, tocamos fondo y presentamos suspensión de pagos.



Pero el equipo que estábamos en plantilla, todos muy jóvenes, teníamos ganas de aprender y de trabajar. Ese espíritu joven nos hacía luchar por todo, una y otra vez, con ahínco, sin reparar en las caídas (que las hubo), hasta conseguir posicionar a la empresa en el top a nivel europeo. Actualmente contamos con tres centros de trabajo, una plantilla de 700 trabajadores y presencia en mercados de 52 países.

Personalmente, el día a día me ha dado sabiduría. Aprendes lo duro del camino, la necesidad de trabajarlo (no te regalan nada), a tomar decisiones, sean buenas o malas (nunca a dejar pasar los temas), siempre escuchando y mirando a tu alrededor. Por supuesto, aprendes a corregir tus errores y, de ser necesario, a volver a levantarte. Pero, por encima de todo, a disfrutar de lo conseguido, del camino realizado, y a saborear la compañía que has tenido durante el trayecto.

**S: Imedexa es una compañía con una larga relación con Solunion. Para quienes aún no la conocen, ¿cómo describirías su actividad principal y su posicionamiento en el mercado industrial?**

**J.M.:** Nosotros nos dedicamos a la fabricación de estructuras metálicas de uso eléctrico, que va desde las grandes líneas de evacuación, pasando por líneas pequeñas de distribución, subestaciones, catenarias

para trenes y alta velocidad, torres de telecomunicaciones o torres de seguridad.

Nuestro *know how*, la mejora continua del conocimiento del producto y del mercado impulsada desde 1996, el desarrollo interno y la I+D (con la participación en distintos proyectos a través del Centro para el Desarrollo Tecnológico y la Innovación - CDTI-) para ofrecer mejoras constantes a nuestros clientes, tanto en producto como en servicio, proporcionándoles soluciones a sus problemas para mejorar siempre su vida cotidiana como actor principal en la empresa... Todo ello nos ha posicionado como compañía de referencia no solo a nivel europeo, sino también en América y África, siendo demandadas nuestras exposiciones en foros internacionales entre consultoras y empresas de obra pública de este tipo.

Tenemos máquinas muy avanzadas. Hemos desarrollado con empresas tecnológicas robots que no existían en el mercado para este tipo de trabajos y trabajamos con *software* muy avanzado en los cálculos y en los diseños de estructura. Poseemos hasta programas de levantamientos topográficos con helicópteros para un ancho de 300 metros, añadiendo ortofotos y pudiendo acoplar los datos en Google Maps para que el cliente vea el resultado sin moverse de su despacho. También trabajamos con empresas de pintura especializadas para ofrecer al cliente productos más resistentes a la oxidación y con mayor durabilidad.

**S:** Desde tu perspectiva como CFO, ¿cuáles dirías que son los factores clave que han sostenido el crecimiento de Imedexa en estos años?

**J.M.:** Podemos indicar tres puntos principales: la decisión de actualizar constantemente nuestros conocimientos ofreciendo productos y un servicio que se perciban de gran calidad; la utilización de tecnología puntera que permita disminuir errores y reducir costes; y la expansión del mercado a terceros países. Este último punto lo venimos desarrollando desde el año 2000, aprendiendo el juego necesario de la mano de clientes como Elecnor o Cobra, que tenían presencia en el exterior. Así, dimos el paso definitivo en 2006 con la creación de lo que denominamos Estrella, cuatro grupos de trabajo encargados de dar soporte a los distintos mercados: europeo, americano, africano, y España y españoles por el mundo.

Esto nos ha permitido sortear las distintas crisis que han ocurrido en estos años (2007-2011, crisis del COVID y crisis energética) de manera eficaz, sin sobresaltos y sin pérdidas de nivel de negocio, con una base muy sólida y en crecimiento, todo ello soportado por la diversificación de mercados.

**S:** ¿En qué sectores y mercados opera actualmente la compañía? ¿Qué peso tiene la actividad internacional en vuestra estrategia?

**J.M.:** Operamos en el mercado eléctrico, telecomunicaciones y alta velocidad. Hemos estado presentes en 52 países y tenemos obras importantes como el tren Medina – La Meca, las torres del Canal de Panamá, las líneas que traspasan los Fiordos Noruegos, la Torre atirantada más alta del mundo (290 metros) en Leipzig -Alemania-, la interconexión de las centrales nucleares de Países Bajos y Francia, la evacuación de la central del lago Victoria en Kenia y el desarrollo de torres de alta tensión (hasta 800 kW) para la India -actualmente existen solo dos líneas en India y una en Rusia-.



Ahora mismo, la actividad fuera de España supone el 78% de nuestro negocio, este ha ido creciendo exponencialmente desde nuestro posicionamiento en el exterior allá por el 2006.

**S:** En un entorno económico tan incierto, ¿qué papel juega la gestión del riesgo comercial en vuestra toma de decisiones financieras y comerciales?

**J.M.:** Es un papel muy importante. Como he indicado, si algo hemos aprendido es a escuchar y conocer las opiniones de los expertos, cada uno en su campo, antes de la toma de decisiones.

Una de ellas, lógicamente, es el riesgo comercial con clientes de terceros países (e incluso nacionales). Hemos de minimizarlo al máximo, porque la pérdida de uno solo de ellos puede suponer un impacto muy fuerte en tu cuenta de explotación y plantear la necesidad de incrementar enormemente tus esfuerzos comerciales en obras nuevas para recuperar la pérdida que te aportan las operaciones vía resultado neto.



**S:** Lleváis 20 años trabajando con Solunion. ¿Qué valor aporta esta relación a vuestra operativa diaria y cómo ha evolucionado con el tiempo?

**J.M.:** Comenzamos nuestra relación en el tradicional mercado nacional, donde los actores son bastante conocidos, por las agrupaciones a las que pertenecen, por las noticias de prensa, etcétera. Estas noticias te dan una visión enriquecedora y se ven complementadas por el acompañamiento de tu seguro de crédito y de tu seguro de caución, que te hace dormir con tranquilidad, sobre todo por aquellas posibles noticias que se producen en el seno de tu cliente pero que no han salido a la luz.

Sin embargo, este factor se multiplica por unos parámetros altísimos cuando hablamos de mercados internacionales y, sobre todo, de mercados donde el control público societario no es tan divulgado. Es el caso de países africanos o americanos en los que, además, la distancia no nos permite estar en el día de las noticias locales. Esto hace que la decisión de atender a un cliente se base en más de un 90% en las nociones que te traslade tu compañía de seguros.

**S:** Recientemente, habéis incorporado una póliza de medio plazo. ¿Qué necesidades específicas os llevaron a apostar por este

tipo de cobertura? ¿Qué aspectos destacarías como más diferenciales?

**J.M.:** Garantizar el trabajo en el medio y el largo plazo es muy importante en este sector. Digamos que el sector se mueve por planificaciones de obras que hace el cliente a dos o incluso a tres años. Tener cubierta por nuestra parte la garantía de esas obras nos aporta una tranquilidad enorme y nos permite saber de antemano nuestras propias proyecciones con una fiabilidad muy alta.

La planificación financiera se ajusta mucho a las proyecciones estimadas, ya que, como digo, son obras de largo recorrido y, además, contar con esta póliza te obliga a ajustar bien los programas de cobro para reducir tu riesgo comercial.

**S:** ¿Qué importancia tiene para vosotros la figura del corredor en la gestión de la póliza? ¿Cómo os acompaña en el día a día?

**J.M.:** La importancia es muy alta, hay que tener confianza plena en tu interlocutor, pues le estás dando una llave muy importante de tu negocio para el futuro, tanto a nivel de cliente como de los mercados que estás abriendo.

En el día a día, pueden surgir necesidades de respuestas rápidas para la toma de decisiones, también ayudan a amoldar la póliza a las peticiones que os hacemos, incluso si hablamos de sostener en un mayor importe la base de la operación.

**“La decisión de atender a un cliente se basa en más de un 90% en las nociones que te traslade tu compañía de seguro de crédito”.**

**S:** Para cerrar, ¿cuáles son los principales desafíos que anticipáis como compañía en los próximos años? ¿Y qué retos específicos enfrenta el área financiera en ese contexto?

**J.M.:** A nivel internacional, dependiendo de la zona, puedes encontrarte nuevos actores muy grandes en el mercado, provenientes de la India y otros países asiáticos. Hay mercados donde, por la calidad que ofrecen, su presencia es vetada, pero en el resto de las zonas donde sí pueden entrar, se trata de competir en costes y en servicios.

**“La importancia del mediador es muy alta. En el día a día, pueden surgir necesidades de respuestas rápidas para la toma de decisiones. También ayudan a amoldar la póliza a nuestras peticiones”.**

En ambos, se puede competir manteniendo el listón de la calidad muy alto, con costes comparables. Para ello, debemos seguir manteniendo y enfatizando la política de la mejora continua de los productos y servicios, la cual te ayuda en países europeos a poner trabas importantes a la entrada de estos actores, ofreciendo calidades muy altas que ellos no alcanzan. Y en países donde sí entran, esta estrategia te puede ayudar a reducir el gap de coste que se produce con sus productos.

Además, permite ofrecer unos servicios al cliente que le hagan sentir que tú eres su modisto de cabecera (al final tratamos de dar un traje a la medida que necesita) y que siempre estás ahí para mejorar el traje que pide o para ofrecerle trajes mejores para futuras actuaciones; es decir, que sienta que eres un socio de referencia muy activo.

En cuanto a los desafíos del área financiera, en este contexto, debemos tener muy bien asegurado con quién trabajamos, que no nos pueda poner en aprieto algún fallido que al final redunde en tus costes. Por ello, tal y como se están sucediendo los acontecimientos en el mundo, la información de las compañías aseguradoras debe estar al día de forma rápida para que te permita tomar o adaptar una decisión.

---

# Somos ese impulso que te acompaña siempre.

Somos soluciones a tu medida en seguros de Crédito, de Caución y gestión del riesgo comercial. Somos flexibilidad y transparencia para ayudarte en todo momento. Somos la fuerza de un gran equipo en el que puedes confiar. Siempre.



Seguros de Crédito • Caución • Recobro • Otros servicios  
Para todo tipo de empresas, desde pymes a grandes corporaciones.

**915813400** [solunion.es](http://solunion.es)

**S** **solunion**  
SOMOS IMPULSO