



RODRÍGUEZ, Fernando, *Vidrala. 50 años de pasión por el vidrio*, Lid Editorial Empresarial, Madrid, 2015, 184 págs., ISBN 9788483566664.

Los 50 años del grupo Vidrala son el motivo de esta publicación que recoge los principales hitos de la historia de un proyecto lanzado por un grupo de industriales vascos liderado por la familia Delclaux, que en la década de los años treinta del siglo XX vio la oportunidad de fabricar vidrio plano y que en los años sesenta supo responder al reto del aumento de las necesidades de envases de vidrio, centrándose en sus inicios sobre todo en las bodegas de vino de La Rioja. Es así fundamentalmente una historia familiar, contada por Fernando Rodríguez de una manera amena y periodística, con materiales documentales de primer orden entre los que sobresale la transcripción de unas “memorias” redactadas por Isidoro Delclaux Aróstegui. La historia se desarrolla en un periodo de grandes cambios cuyos hitos marcan los capítulos del libro: Fernando Rodrí-

guez ha optado por comenzar cada uno de ellos con una breve presentación del contexto o panorama general.

El momento clave del proyecto podemos situarlo en el trato de Isidoro Delclaux con José Luis Navajas Zaldúa, propietario de las Bodegas Montecillo de La Rioja. En efecto, en la Sociedad Bilbaína donde solían coincidir, Navajas explicó detalladamente a Delclaux cómo el desarrollo económico estaba cambiando de manera radical el mercado de las botellas de vidrio para el vino. Ese cambio consistía, en esencia, en la sustitución del envase retornable por el desechable, lo que facilitaba el trabajo de las amas de casa, los comercios y los bodegueros. Además, como otros productos, el vino se estaba dejando de comprar a granel. Esto suponía que España iba a necesitar una cantidad ingente de botellas de vi-

drio y que la producción de ese momento era insuficiente: existía un nicho de mercado claro.

Sin embargo, también en esos años se estaban desarrollando acuerdos entre España y el Mercado Común, en los que se contemplaba la liberalización de las importaciones de vidrio, con un arancel determinado.

Así, a la experiencia familiar previa en el mundo del vidrio, se unía ahora estos cambios y una verdadera vocación empresarial, todo ello motivó que Delclaux Aróstegui encargara a su hijo Carlos Delclaux Oraa el lanzamiento del proyecto para lo que contó con la ayuda inicial del que sería primer director de la fábrica, Francisco Zorrilla y, sobre todo, de José Ángel Irazábal, que ocuparía la dirección general de Vidrala hasta 2001.

Y en efecto, Vidrierías de Álava S.A. (Vidrala) fue constituida como sociedad mercantil anónima el 17 de marzo de 1965 en el bufete del abogado y notario del Colegio de Burgos, Miguel de Miguel de Miguel. Vidrala se domicilió en la localidad alavesa de Llodio. El capital social inicial se estipuló en 120 millones de pesetas representados por 120.000 acciones nominativas de 1.000 pesetas cada una. El protagonista primero, Isidoro Delclaux Aróstegui suscribió 110 millones de pesetas en representación de la sociedad de inversión Sociedad Financiera Alavesa (Safina) y Álvaro

Delclaux Barrenechea los 10 millones de pesetas restantes. En el mismo acto se desembolsó el 25% del capital inicial, al tiempo que se nombró a Carlos Delclaux Oraa como administración general. La primera junta general de accionistas se celebró en Llodio el 17 de marzo de 1965.

Después, hasta llegar a constituirse en el cuarto fabricante europeo, lo que es hoy, son muchas las peripecias de la historia empresarial que nos muestra este libro: el aprendizaje de la técnica y seleccionar la tecnología para construir la fábrica de Llodio, la búsqueda de los clientes, la opción por la técnica del prensado-soplado, los problemas financieros, las catástrofes naturales (riada), la salida a bolsa, la expansión nacional (Crisnova), la muerte de Carlos Delclaux Oraa y la sucesión de su primo Álvaro Delclaux Barrenechea, la entrada en el mercado ibérico con Carlos Delclaux Zulueta (Gallo), la otra ampliación en España (Castellar del Vallés), la entrada en Italia (Corsico Vetro) y Bélgica (La Manufacture du Verre), la compra de Encirc (Irlanda e Inglaterra).

Seguir estos avances nos enfrenta con los distintos planes estratégicos de la empresa, la aparición de nuevos problemas y el trabajo realizado para solucionarlos. Seguramente el subtítulo de la obra, 50 años de pasión por el vidrio, lo resume todo muy bien.

Manuel Martínez Neira
Universidad Carlos III de Madrid