
Bonfiglioli

Vite senza fine

SUEÑOS, PERSONAS, INNOVACIÓN



Vite senza fine
SUEÑOS, PERSONAS, INNOVACIÓN

EL SIGNIFICADO DETRÁS DEL TÍTULO: Vite Senza Fine

Aunque el título de esta monografía se mantiene en su italiano original, su esencia es universal. "Vite senza fine" es un poderoso juego de palabras que encierra el alma misma de Bonfiglioli.

En el mundo de la mecánica, una vite senza fine es un reductor de tornillo sinfín, el ingenioso componente que marcó nuestros orígenes e impulsó nuestro crecimiento global.

Pero en italiano, la frase tiene un segundo significado, más profundo: "vidas sin fin". Nos habla de las generaciones de mujeres y hombres cuya pasión, ingenio y dedicación están entretejidos en el ADN de esta empresa. Representa los vínculos inquebrantables entre nuestra gente y el legado que construimos juntos: un viaje sin fin, en constante movimiento hacia horizontes inexplorados.

Vite senza fine es más que un producto, es nuestra promesa. Es la tecnología que mueve el mundo y el espíritu humano que le da sentido.

Tabla de contenido

	Introducción	4
	Prefacio	8
01	El milagro industrial de Bolonia	10
02	Clementino Bonfiglioli, el pionero	24
03	Años de amor por la fábrica	50
04	Las mujeres y los hombres que construyeron la empresa	68
05	La evolución de la comunicación	82
06	Acostumbrados a ganar en los negocios y en el deporte	98
07	Soluciones al servicio de las personas	110
08	De los reductores a los sistemas: El camino hacia un sueño	122
09	De lo local a lo global y a lo glocal	142
10	Responsabilidad social	164
11	La innovación como motor de crecimiento y evolución	178
12	Nuestra visión para un futuro sostenible	192
13	Sentirse Bonfiglioli	204
	Una historia que continúa	218



Introducción

LA PRESIDENTA
SONIA BONFIGLIOLI

Estimado papá:

Han pasado muchos años desde que nos dejaste, sin embargo, en mi corazón, el tiempo no ha logrado borrar tu presencia. Estos últimos dieciséis años sin ti han sido un desafío continuo, siguiendo el camino que trazaste, que ahora se despliega en un mundo cada vez más complejo e impredecible. No han faltado momentos difíciles y, cuando los afrontaba en silencio, te buscaba pidiéndote esa ayuda que siempre me brindabas. Cada día, al entrar en la empresa, me parece escuchar todavía tus pasos firmes, tu voz segura y apasionada, y veo tu mirada sonriente, siempre llena de confianza. Me gusta pasar la mano por el escritorio que un día fue tuyo y donde ahora trabajo, en este despacho que sigue siendo tan hermoso, el que mamá quiso crear para ti y del que tú decías, con tono burlón, que era demasiado lujoso.

Mi primer recuerdo de Bonfiglioli como empresa se remonta a hace muchísimo tiempo: me llevabas de la mano mientras yo subía las escaleras que conducían a tu despacho, escalones que eran demasiado grandes para una niña pequeña. Después, volvíamos a bajar y abrías la pesada puerta que protegía tu tesoro: tu taller, tu reino. Ese era tu mundo y, a los ojos de una niña, ya era un lugar mágico, tan cautivador como la cueva encantada del mago Merlín. Mi amor por la fábrica nació allí, contigo, contagiada por ese brillo tan especial de tus ojos cada vez que caminabas entre tus máquinas, saludando a todos por su nombre.







Para mí, eras el caballero que partía en un caballo alado, que te transportaba a algún lugar mágico y, que siempre te traía de vuelta con una muñequita para mí, vestida con el traje del país que habías visitado, junto con un regalo igualmente típico para mi hermano Luciano. Porque el mundo era tu otra gran pasión. Aunque hablabas mal el alemán, un idioma que aprendiste durante los años de la guerra, y ni una sola palabra de inglés, siempre te las ingeniabas para hacerte entender. Aún recuerdo mi primer viaje contigo en avión, en un Caravelle con asientos de madera, rumbo a Barcelona, la primera planta de la empresa fuera de Italia. A este viaje le siguieron muchos otros, mientras que afrontábamos juntos nuevos desafíos y transformábamos sueños compartidos en nuevas realidades.

Creaste algo extraordinario: no solo una empresa que lleva nuestro nombre, sino una verdadera familia, formada por compañeros, ideas y sueños. Esta es la misma visión que me guía hoy, con la certeza que siempre estás a mi lado. Ojalá pudieras ver cómo hemos crecido, que pudieras hablar con las personas que ahora caminan a mi lado, algunas de las cuales te conocieron y otras a los que nada les habría gustado más que haberte conocido.

Continúo su trabajo con orgullo y pasión, porque tengo la suerte, como tú, de amar este trabajo, y sobre todo, de amar a Bonfiglioli. Cada decisión, cada paso hacia adelante, cada obstáculo que superamos lleva consigo una parte de lo que me enseñaste: el valor del compromiso, el respeto por quienes trabajan a nuestro lado, la capacidad de ver más allá del día de hoy para construir nuestro futuro. No siempre es fácil, pero te siento cerca de mí en cada elección valiente, en cada acción que pone a las personas y la dignidad del trabajo diario de nuestra puebla en el centro de todo. Las nuevas generaciones, mis hijos y los de Luciano, se están preparando para enfrentar los desafíos de su propio mañana, con la fuerza de los valores que tú nos transmitiste primero.

Papá, el amor que siento por ti es inmenso, tal vez incluso más ahora que cuando era niña. Pienso en ti con gratitud y nostalgia, pero también con la ternura de alguien que se sabe hija de un gran hombre. Te llevo conmigo en cada desafío, en cada éxito y en cada noche cuando miro al cielo y me pregunto si tú también me estás mirando.

Ojalá pudiera decirte solo una cosa, si tan solo pudieras escucharme una vez más: gracias. Por todo lo que me has dejado, por quien fuiste, y por quien sigues siendo - en mí, y en lo que somos hoy, como Bonfiglioli.

Con infinito amor,
Tu hija, Sonia.



Prefacio

POR EL AUTOR, MICHELE ATTANASIO

Escribir la historia de Clementino Bonfiglioli y su empresa ha sido un gran privilegio, porque me ha permitido adentrarme en la vida de un hombre extraordinario.

Lo hice con cuidado y con respeto. Estudié documentos, entrevisté a quienes caminaron a su lado en el camino hacia un sueño y miré fotografías amarillentas por el paso del tiempo. Cada mirada, cada palabra me ayudó a escribir este libro.

Cuando escribo mis novelas y obras de teatro, siempre intento cautivar a los lectores y al público, invitándolos a embarcarse en un viaje dentro de sus mentes. Mi objetivo para esta monografía es el mismo.

Viajar a través de los sueños del joven Clementino, viajar a través de los ojos llenos de emoción de quienes lo conocieron y ser testigo de la transformación de un pequeño taller mecánico en un grupo industrial global.



Será un viaje en el tiempo, una mirada al pasado, antes de poner un pie en el camino que conduce al futuro. Mientras escribo estas palabras, me invade un profundo sentimiento de gratitud hacia quienes me apoyaron en la escritura de este libro.

Mi agradecimiento a Sonia, que con tanta pasión deseó que esta obra viera la luz. Ella ha sido mi luz guía, y le estoy agradecida por permitirme conocer la verdadera historia de su familia.

Gracias también a todo el equipo que me ha apoyado durante estos últimos meses, a cada persona que me ha facilitado documentos y consejos inestimables. Su pasión es solo comparable a su experiencia.

Han catalogado setenta años de historia de Bonfiglioli y del propio Clementino Bonfiglioli, llevando a cabo esta labor esencial. Las fotos que encontraréis en las páginas siguientes logran convertir mis palabras en imágenes evocadoras y conmovedoras.

Gracias a las mujeres y hombres de Bonfiglioli que me hicieron sentir como en casa, y gracias a vosotros, lectores, por el tiempo que vais a dedicar a esta monografía. Abrid vuestras mentes, poneros cómodos: el viaje comienza.



El milagro industrial de Bolonia

CONOCIMIENTO,
INICIATIVA Y EDUCACIÓN



Bononia Docet Mater Studiorum, 1663

Para comprender el éxito de la industria de Bolonia, debemos hacer un viaje al pasado, porque solo revisando la historia de Bolonia y examinando los eventos que se han desarrollado a lo largo del tiempo con ojos curiosos podemos obtener una imagen completa.

Una historia que abarca al menos nueve siglos, durante los cuales tres elementos distintos, unidos por un hilo irrompible, han dado forma a la ciudad de Bolonia y han consolidado su reputación mundial como centro de conocimiento, iniciativa y educación.

El viaje comienza en lo más profundo de la Edad Media, en el siglo XI.

En aquella época, la educación estaba encomendada en su mayor parte a las instituciones eclesiásticas, que orientaban a los estudiantes hacia las Sagradas Escrituras y temas relacionados con la Iglesia, lo que daba como resultado planes de estudio limitados que no eran propicios para explorar otras materias, con el objetivo de guiarlos hacia una vida dentro del clero. Los principios enseñados chocaban con las ideas de los jóvenes estudiantes, que sentían la necesidad de explorar las cuestiones políticas y sociales que, a lo largo de los siglos, conducirían al surgimiento de la era de los *comuni* (las ciudades-estado medievales italianas). Estos jóvenes procedían de familias acomodadas, y pronto dirigieron su atención a tutores capaces de transmitirles sus conocimientos, dando forma lo que se conocería como la clase dirigente. Este fue un movimiento impulsado por una generación decidida a dirigir su mirada a un nuevo mundo, y estos acontecimientos marcarían la historia de la educación para siempre.

Bolonia, año 1088 d. C.: este es el año en que se produjo la fundación de la primera universidad en el mundo occidental. Esta fecha fue determinada de manera arbitraria en 1888, tras un estudio realizado por un grupo de intelectuales y bibliotecarios coordinado por Corrado Ricci y apoyado financieramente por Giosuè Carducci, el gran poeta y el primer italiano en recibir el Premio Nobel en 1906.

El *Universitas Scholarum* se organizaba en cuerpos estudiantiles que aseguraban el enfoque educativo correcto, definiendo los programas de estudio y pagando a los maestros de sus propios bolsillos. Inicialmente, la atención se centró en el estudio de las disciplinas jurídicas, pero con el tiempo, se amplió el abanico de materias tratadas y se crearon programas educativos cada vez más cuidadosamente seleccionados.

Esta nueva frontera cultural no estuvo exenta de desafíos: los estudiantes que se mudaban a Bolonia desde sus ciudades de origen, incluso si eran ricos, carecían de amparo legal por su condición de extranjeros. En su ayuda acudió la *Authentica Habita*, un decreto imperial promulgado por Federico Barbarroja hacia mediados del siglo XII, que introdujo protecciones para los estudiantes

que estudiaban fuera de su casa. Esencialmente, se trataba de un sistema legislativo paralelo aplicado a estudiantes, docentes y a los nunzi (enviados oficiales), que trabajaban dentro de la organización universitaria, realizando actividades similares a las que hoy en día lleva a cabo el personal administrativo. Entre las disposiciones más importantes estaba la posibilidad de ser juzgado por sus propios tutores o por el obispo de su ciudad natal en lugar de por jueces locales, un derecho que, en la práctica, los situaba al mismo nivel que a los miembros del clero.

La oferta de programas de estudio se expandió y, con ella, creció el prestigio de la futura Alma Mater. Sin embargo, hubo muchos períodos oscuros y conflictivos: con el auge político de los *comuni*, que desafiaron tanto al poder papal como al imperial, comenzó una fase marcada por la interferencia de figuras vinculadas al mundo político. Estas personas, por diversas razones, buscaban influir en los procesos de toma de decisiones que, hasta ese momento, habían sido responsabilidad exclusiva de los estudiantes.

El largo viaje de la Universidad ha acompañado los cambios transcendentales en el tejido político, económico y social de Bolonia, otorgando a la ciudad su merecido prestigio. Eruditos y científicos de renombre mundial han caminado y estudiado por sus largos pasillos y aulas llenas de libros, algunos de los cuales han hecho historia: Luigi Galvani, Marcello Malpighi, Nicolaus Copernicus, Francesco Petrarch, Leon Battista Alberti, Giovanni Pascoli y muchos otros. Las mujeres también estaban presentes, si bien su proyección dentro de la Universidad, como en la sociedad, se vio obstaculizada por leyes y costumbres que limitaban en parte su progreso. Laura Bassi, una gran científica y la primera mujer en la historia en obtener una cátedra universitaria en 1732, se le impidió ejercer la docencia en el Archiginnasio, "*causa sexus*" (debido a su sexo). Sin embargo, se le permitió tener un laboratorio bien equipado en su casa, donde impartir clases particulares, y también pudo enseñar públicamente en las aulas del Instituto de Ciencias de Bolonia.

Maria Dalle Donne fue otra figura histórica importante que lideró la Escuela de Obstetricia a partir de 1804. Ella también tuvo que soportar la discriminación por razón de género, y pasó toda su vida luchando para poder impartir sus cursos. Otro testimonio de la excelencia académica del Alma Mater fue Angiola Sbaiz, nacida en Friuli, quien se graduó en Derecho por la Universidad de Bolonia en 1931. Cofundadora del Club Soroptimista en 1949, fue una abogada de extraordinaria valía y experiencia: se desempeñó como presidenta del Colegio de Abogados de Bolonia desde 1978, convirtiéndose en la primera mujer en Italia en ocupar dicho cargo.

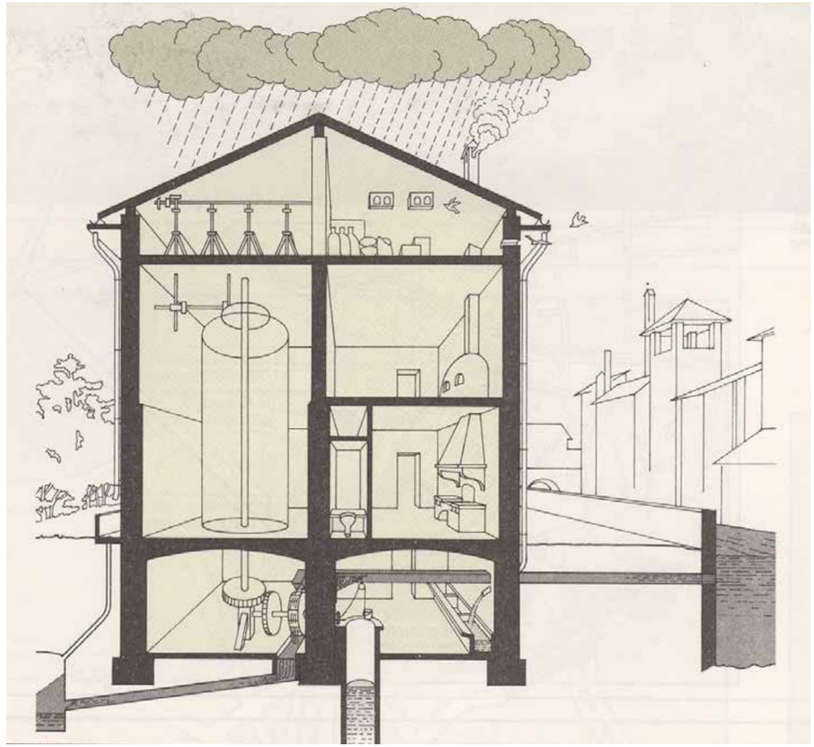
El ingenio de los hombres y mujeres que nacieron en Bolonia, o que se establecieron allí para estudiar o trabajar, propiciaron una verdadera revolución industrial muchos siglos antes de los acontecimientos ocurridos en Inglaterra en el siglo XIX.

A partir del siglo XII, la ciudad experimentó un fuerte crecimiento demográfico impulsado por el creciente



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Reproducción de una página de un manuscrito iluminado conservado por la Biblioteca Universitaria de Bolonia ©Universidad de Bolonia



Sección transversal del molino de Pedini situado en Via Azzogardino en el siglo XVIII, representación gráfica de Arrigo Donini

prestigio de la Universidad, y empezaron a surgir numerosas actividades para satisfacer las necesidades cada vez mayores de la población. La gente de Bolonia comprendió que, para dar respuesta a esta demanda, era necesario aprovechar la fuerza del agua. Pero había un problema: Bolonia está atravesada por un solo curso de agua, el arroyo Aposa.

Para incrementar el caudal, entre 1176 y 1191, se construyeron dos compuertas para desviar el curso del torrente Savena y del río Reno hacia la ciudad. Esta innovación permitió aumentar el número de molinos de agua destinados a accionar almazaras y molinos de grano, o a la producción de papel.

La actividad de los artesanos boloñeses creció significativamente, hasta que se dieron cuenta de que habían alcanzado los límites establecidos por el sistema de compuertas: ya no era posible incrementar más el flujo de agua. Una vez más, el ingenio y la iniciativa de los boloñeses prevalecieron: al no poder obtener más agua, encontraron una manera de hacer un mejor uso de lo que ya tenían. Así, comenzaron a construir molinos de gravedad: sistemas diseñados para transmitir el movimiento dejando caer el agua desde arriba. De esta manera, además de la energía proporcionada por la corriente, también aprovechaban la energía generada por el propio peso de las ruedas superiores al girar.

Con la proliferación de estas ruedas hidráulicas de gravedad, la actividad productiva se intensificó en varios sectores: curtidurías, molinos de grano, pero sobre todo hilanderías destinadas a la producción de seda.

Durante cuatro siglos, Bolonia fue la capital indiscutible de la producción de seda, gracias en parte al desarrollo de otro invento: el filatoio *alla bolognese* (molino de hilar seda al estilo boloñés). Desarrollado por artesanos de Lucca que



La Antigua Bolonia del agua y la seda: la maqueta a escala 1:2 del molino de hilar seda al estilo boloñés, Museo del Patrimonio Industrial

llegaron a Bolonia huyendo de la inestabilidad política y militar de su ciudad entre los siglos XIII y XIV, el sistema fue perfeccionado por los artesanos boloñeses, quienes sellaron su éxito definitivo. Esta máquina se distribuía a lo largo de varios niveles y se accionaba mediante la energía de las ruedas hidráulicas de gravedad instaladas en los sótanos de las viviendas. Esta nueva tecnología permitió fabricar seda de mayor calidad, así como aumentar la producción, lo que hizo posibles las exportaciones a toda Europa. Muchas casas se transformaron en hilanderías y todos los miembros de la familia comenzaron a participar en la producción de seda. Durante los siguientes cuatrocientos años, el sistema de producción boloñés demostró una excelente destreza empresarial, tanto en términos de desarrollo de nuevas tecnologías como en la implementación de iniciativas para impulsar el comercio y expandir los mercados.

Pero el conocimiento y la iniciativa por sí solos no eran suficientes para lograr el éxito empresarial. Dos grandes mentes de Bolonia, dos eruditos, estaban convencidos de ello: Giovanni Aldini, científico y sobrino de Luigi Galvani, y Luigi Valeriani, un destacado economista de la época. Ambos eran figuras destacadas en los círculos académicos de Bolonia, y compartían la convicción de que, para sostener y desarrollar las actividades empresariales, era indispensable ofrecer también una formación práctica a los jóvenes. Aldini y Valeriani fueron verdaderos visionarios: en sus testamentos incluyeron legados para la creación de una escuela para formar a las generaciones futuras. El objetivo principal era dotar a las nuevas empresas comerciales de mano de obra cualificada que, a través de cursos prácticos, adquiriera la capacidad de diseñar piezas mecánicas y fabricarlas utilizando las rudimentarias máquinas herramienta de la época. Desde entonces, los institutos Aldini-Valeriani han formado a miles de jóvenes, algunos de los cuales, al poner en práctica lo aprendido durante sus años de estudio, han ayudado a escribir la historia de la industria boloñesa.

Esto hace especialmente evidente si dirigimos la mirada a la segunda mitad del siglo XX. Fue un momento difícil: la Segunda Guerra Mundial había dejado profundas cicatrices en toda Italia, trayendo consigo destrucción, pobreza y profundas divisiones sociales nacidas de años de conflicto cultural y político. Por fin, sin embargo, era posible pensar en el mañana: Milán, Roma, Nápoles, desde las ciudades más grandes hasta los pueblos de montaña más pequeños, todo un pueblo, por primera vez en muchos años, pudo dirigir su mirada hacia la luz del renacimiento. Había una nación entera por reconstruir. Los protagonistas de este cambio fueron aquellos que habían vivido los años de la guerra durante su adolescencia: mujeres y hombres nacidos alrededor de la década de 1930, demasiado jóvenes para ir al frente, pero que habían visto cambiar sus vidas para siempre, catapultados de los días despreocupados de la juventud a la lucha por la supervivencia en solo unos pocos meses. Estos jóvenes serían el motor de la nueva Italia, que emprendía así un viaje de transformación para pasar de un país rural a una potencia industrial. Ideas, energía y un firme deseo de salir adelante: estos fueron los ingredientes de la receta para un futuro prometedor. Fue una época de nuevos descubrimientos, de grandes acontecimientos históricos





Fotografías de *Aldini Valeriani, storia di una grande scuola bolognese*





y de proyectos realizados con pasión e ingenio, destinados a transformar la vida de muchas personas.

En 1952, la científica Rosalind Franklin, que trabajaba en un laboratorio de Londres, obtuvo pruebas documentales de que el ADN estaba compuesto por una doble hélice entrelazada. La fotografía 51 marcó el comienzo de la biología moderna.

En Italia, en 1954, Giulio Natta desarrolló el polipropileno.

El 2 de junio de 1953, en Londres, tuvo lugar la coronación de Isabel II.

El 3 de enero de 1954, la RAI comenzó sus emisiones de televisión.

En 1957 y 1958, Federico Fellini ganó el Oscar a la Mejor Película Extranjera con La Strada y Noches de Cabiria.

El 7 de diciembre de 1958 se inauguró el primer tramo de la autopista A1 de Milán a Parma.

Este fervor también llegó a Bolonia: al final de la Segunda Guerra Mundial, la capital emiliana era un montón de escombros, con edificios devastados y calles destruidas. La ciudad había sufrido ataques aéreos especialmente violentos debido a su ubicación estratégica: el nudo ferroviario de Bolonia era el punto de cruce de todas las conexiones entre el norte y el sur de Italia, y por esa razón, constituía un objetivo que había que destruir, que había que borrar del mapa.



Escuela Industrial – Instituto Aldini Valeriani,
hoy Aula Magna de Santa Lucía







Prototipos de máquinas automáticas de los años 60



En la década de 1950, se puso en marcha un ambicioso plan de reconstrucción que devolvería Bolonia a su gente. Dentro de este contexto histórico, se lanzaron nuevas actividades y pequeñas empresas que remodelarían para siempre el tejido empresarial de la ciudad, y mucho más.

La región de Bolonia, devastada por la guerra, estaba a punto de poner fin a su sequía, para ser sembrada con los sueños y la habilidad de una generación que anhela un futuro diferente. Aquellas mujeres y hombres aún no lo sabían, pero estaban a punto de hacer historia en la industria italiana. Hoy en día, Motor Valley, Packaging Valley y el sector de ingeniería mecánica de Bolonia son reconocidos en todo el mundo como centros de excelencia, sin embargo, muchos de estos éxitos comenzaron como pequeñas empresas familiares, impulsadas por la intuición y un firme deseo de salir adelante.

Al igual que los artesanos del siglo XV revolucionaron el trabajo en los talleres donde se producía la seda, los del siglo XX, a través de sus ideas, sentaron las bases para el surgimiento de uno de los distritos industriales más importantes del mundo.

En estas páginas, leerás la historia de un hombre y su empresa. Un sueño que comenzó a mediados del siglo XX en un pequeño taller, y se convirtió en realidad a fuerza de visión de futuro y trabajo duro.

Prepárate para un viaje maravilloso: ¡abróchate el cinturón, que arrancamos!





Clementino Bonfiglioli, el pionero

BOLONIA,
20 DE OCTUBRE DE 1928 - 6 DE JULIO DE 2010

Corría el año 1956. Todo comenzó con grandes ideas, muchos sacrificios y una montaña de pagarés.

La palabra *capo* (que en español se traduce de diferentes formas como *jefe*, *patrón* y *director* en inglés) proviene del latín *"caput"*, y se usa comúnmente en nuestra sociedad con una variedad de significados: geográficos, anatómicos y profesionales.

Pero en una pequeña ciudad a pocos kilómetros de Bolonia, en el seno de una de las empresas más importantes de Italia y líder mundial en su sector, esa palabra adquiere un significado especial, incluso romántico.

Especial porque, en Bonfiglioli Riduttori, *el Capo* es el título con el que los empleados, desde los trabajadores del almacén hasta los ejecutivos del más alto nivel, se dirigían a Clementino Bonfiglioli, el fundador de la empresa. Con el paso del tiempo, se convirtió en una especie de mantra, transmitido de generación en generación entre hombres y mujeres.

Clementino Bonfiglioli era un hombre delgado, de pelo blanco y ojos azules como el mar. Sin embargo, a pesar de su frágil constitución, bastaban unas pocas palabras con él para darse cuenta de que uno se encontraba ante un gigante de la industria italiana.

Cuando hablamos de pioneros y hombres hechos a sí mismos, Clementino Bonfiglioli destaca como un auténtico referente, y su vida ejemplifica lo que significa creer en los propios sueños y hacerlos realidad.

Nació en Bolonia el 20 de octubre de 1928, en los albores de dos décadas que dejarían a su paso destrucción, muerte



y desesperación. La infancia debería ser una etapa feliz, esperanzador comienzo de la vida, pero el destino tenía otros planes para Clementino Bonfiglioli.

Heredó el nombre de su madre, Clementina, que murió durante el parto. Su padre, Pietro, lo confió a la familia Baroni -parientes por parte de su madre- y se marchó a buscar fortuna en África, como muchos otros lo hicieron en su momento. Cuando, años más tarde, regresó a Italia, Clementino ya era un hombre joven, que había crecido alto y fuerte en los campos de Lippo di Calderara, el pequeño pueblo que, unas décadas más tarde, se convertiría en la sede de su empresa. Sin embargo, el destino aún no había terminado con él: Pietro Bonfiglioli falleció en uno de los últimos bombardeos que asolaron Bolonia, dejando a Clementino completamente solo ante la vida.

La familia Baroni lo animó a continuar con sus estudios. Este joven, a quien la vida ya le había hecho pagar un precio muy alto, demostró tener un gran talento y en 1946 se graduó como técnico industrial en la escuela Aldini-Valeriani.

En aquellas aulas y pasillos se formaron muchos de los empresarios que forjaron la historia de la industria boloñesa, hoy reconocida en todo el mundo. Cattabriga, Corazza, Marchesini y el propio Bonfiglioli son solo algunos de los capitanes de la industria que comenzaron sus estudios en el instituto, aportando prestigio a la industria de Bolonia con sus proyectos y productos.

En aquellos años, los profesionales técnicos estaban solicitados, y el joven Clementino no le llevó mucho tiempo encontrar un trabajo en Sampingranaggi como dibujante técnico. Joven y con gran talento, trabajó en la oficina técnica y en el departamento de pruebas, entrando en contacto por primera vez con el mundo de los engranajes, un sector en el que estaba destinado a convertirse en uno de los principales referentes a nivel mundial.

Y, de hecho, Sampingranaggi acabaría desempeñando un papel fundamental en la vida de toda la familia Bonfiglioli. Sonia, la hija mayor de Clementino, adquiriría la empresa muchos años después, convirtiéndola en parte del Grupo Bonfiglioli y uniendo así el pasado y el futuro de su familia.

Además de sus competencias técnicas, el joven Clementino poseía un instinto empresarial innato que lo llevó a dejar Sampingranaggi para fundar su propia compañía con tan solo 23 años.

En 1951, junto a dos socios, Clementino fundó BRV, una empresa dedicada a la fabricación de engranajes para los sectores de la motocicleta y la maquinaria agrícola. Sin embargo, pronto se dio cuenta de que limitarse a trabajar como subcontratista condicionaría el crecimiento de la empresa dejándola siempre a expensas de los altibajos en los mercados de sus clientes. Por ello, decidió desvincularse de sus socios y emprender un camino diferente.



Libro de texto de los días de Aldini Valeriani, de la biblioteca de Clementino Bonfiglioli



1950, los años en Sampingranaggi



La idea que cambiaría su vida ya había comenzado a cobrar forma en su mente.

El 27 de agosto de 1956, en la Cámara de Comercio de Bolonia, se inscribió oficialmentne "CMB Costruzioni Meccaniche Bonfiglioli", con sede en el número 34 de la Via Calvart. Aunque aún no lo sabía, Clementino, que apenas tenía treinta años, estaba empezando a hacer historia en la industria boloñesa e italiana.



Un joven Clementino con su hermana Anna

Un aula de diseño en el Instituto Técnico Aldini Valeriani



Los inicios estuvieron lejos de ser fáciles. A pesar de que fabricaba engranajes para unos pocos clientes, lo que garantizaba unos ingresos estables, Clementino necesitaba invertir sumas sustanciales para desarrollar sus propias ideas.

En una entrevista muchos años después, cuando Bonfiglioli Riduttori ya se había convertido en una empresa multinacional, le preguntaron: "¿Cómo nació Bonfiglioli?" Él respondió: "Con muchos sueños y una montaña de pagarés".

Y era verdad: en 1956, sus deudas ascendían a dieciocho millones, una suma elevadísima para aquellos tiempos. Pero el plan de Clementino Bonfiglioli era sólido, y esto le permitió desarrollar la empresa exactamente como había previsto.



El primer taller en Via Calvart, la primera lista de precios y uno de los primeros obsequios Bonfiglioli: una funda para la documentación del tractor.















Dai mò, Tino...

(¡Venga ya, Tino!):

En 1958, Clementino se casó con Luisa Lusardi, una mujer unos años más joven que él, que no solo sería su compañera de toda la vida, sino también la persona más cercana a él en su trayectoria empresarial. Mujer de carácter fuerte y directo, dirigiría la parte administrativa de la empresa durante muchos años, ejerciendo una influencia positiva en el desarrollo de Bonfiglioli y haciendo valer su opinión en las decisiones más importantes de la empresa. Los empleados más veteranos de la empresa todavía recuerdan vívidamente cuando Luisa se dirigía a su marido con una expresión típica del dialecto boloñés, "Dai mò Tino" (Vamos, Tino), cuando quería poner fin a las discusiones.

La brillante idea de Clementino partió de su experiencia en el campo de los engranajes. Se dio cuenta de que estos podrían usarse de una manera diferente al enfoque tradicional: el diseño de una carcasa metálica exterior, más ligera y versátil, para albergar el mecanismo permitiría reducir la velocidad de cualquier máquina y adaptarla para un uso óptimo.

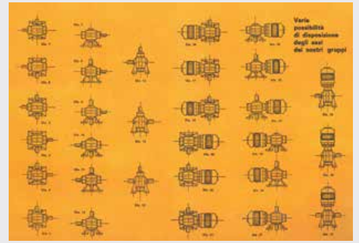
Así es como nacieron los primeros motorreductores de aluminio en Emilia Romagna, que entraron a competir en el mercado con las pocas empresas italianas y extranjeras, particularmente alemanas e inglesas, que habían dominado el sector hasta ese momento. Por aquel entonces, la mayoría de los motorreductores se fabrican en hierro fundido lo que los hacía voluminosos y pesados. Govoni y Fava, ambas ubicadas en Cento, en la provincia de Ferrara, estuvieron entre los primeros



La serie VF: el motorreductor sinfín.
La primera serie de reductores en la historia de Bonfiglioli



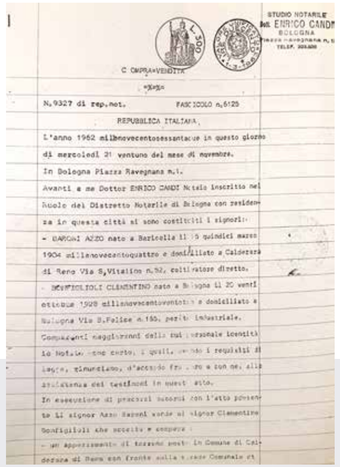




clientes de la compañía, especializadas en la producción de equipos de manipulación mecánica y secadores de pasta, respectivamente.

Tras abrir una oficina de ventas en Via Saffi, Clementino Bonfiglioli comprendió que debía ampliar las instalaciones de producción de la empresa para satisfacer la creciente demanda de motorreductores para maquinaria industrial. Así, en 1962, dio un paso decisivo en su trayectoria empresarial que cambiaría para siempre la historia de su empresa.





STUDIO NOTARILE
dott. ENRICO CANDI
BOLOGNA

C. COMPRAVENDITA

N.9327 di rep.not. FASCICOLO n.6125

REPUBBLICA ITALIANA

L'anno 1962 millenovecentosessantadue in questo giorno di mercoledì 21 ventuno del mese di novembre.

In Bologna Piazza Ravegnana n.1.

Avanti a me Dottor ENRICO CANDI Notaio inscritto nel Ruolo del Distretto Notarile di Bologna con residenza in questa città ai sono costituiti i signori:

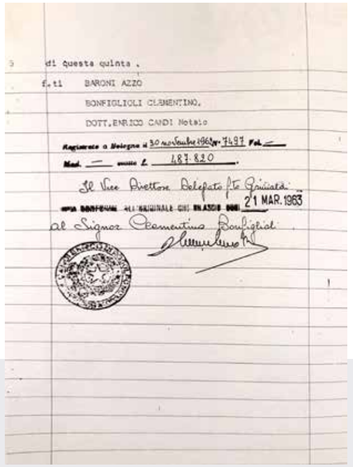
- BARONI AZZO nato a Barcelle il 15 quindici marzo 1904 millenovecentoquattro e domiciliato a Calderara di Reno Via S.Vitalino n.52, coltivatore diretto.

- BONFIGLIOLI CLEMENTINO nato a Bologna il 20 venti ottobre 1928 millenovecentoventotto e domiciliato a Bologna Via S.Felice n.150, perito industriale.

Comparenti maggiorenni della cui personale identità io Notaio sono certo, i quali, avendo i requisiti di legge, rinunciano, d'accordo fra loro e con me, alla assistenza dei testimoni in questo atto.

In esecuzione di precedenti accordi con l'atto presente Il signor Azzo Baroni vende al signor Clementino Bonfiglioli che accetta e compera

- un appezzamento di terreno posto in Comune di Calderara di Reno con fronte sulla strada Comunale di



di questa quinta .

f.ti BARONI AZZO

BONFIGLIOLI CLEMENTINO.

DOTT.ENRICO CANDI Notaio

Registrato a Bologna il 30 novembre 1962 n. 7497 Vol. —

Mod. — mezzi L. 187.820.

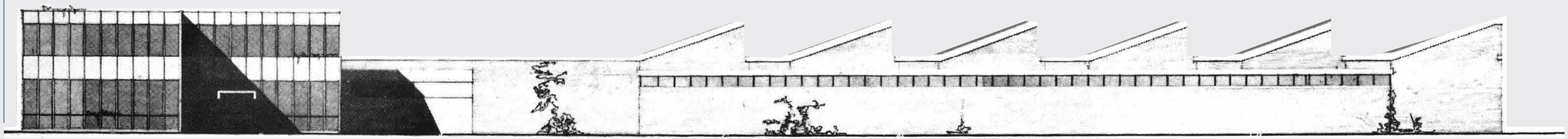
Il Vice Direttore Delegato Ufficiale Giudiziario

21 MAR. 1963

al Signor Clementino Bonfiglioli

Escritura de compraventa del terreno en Lippo di Calderara

El diseño de la primera planta en Lippo di Calderara

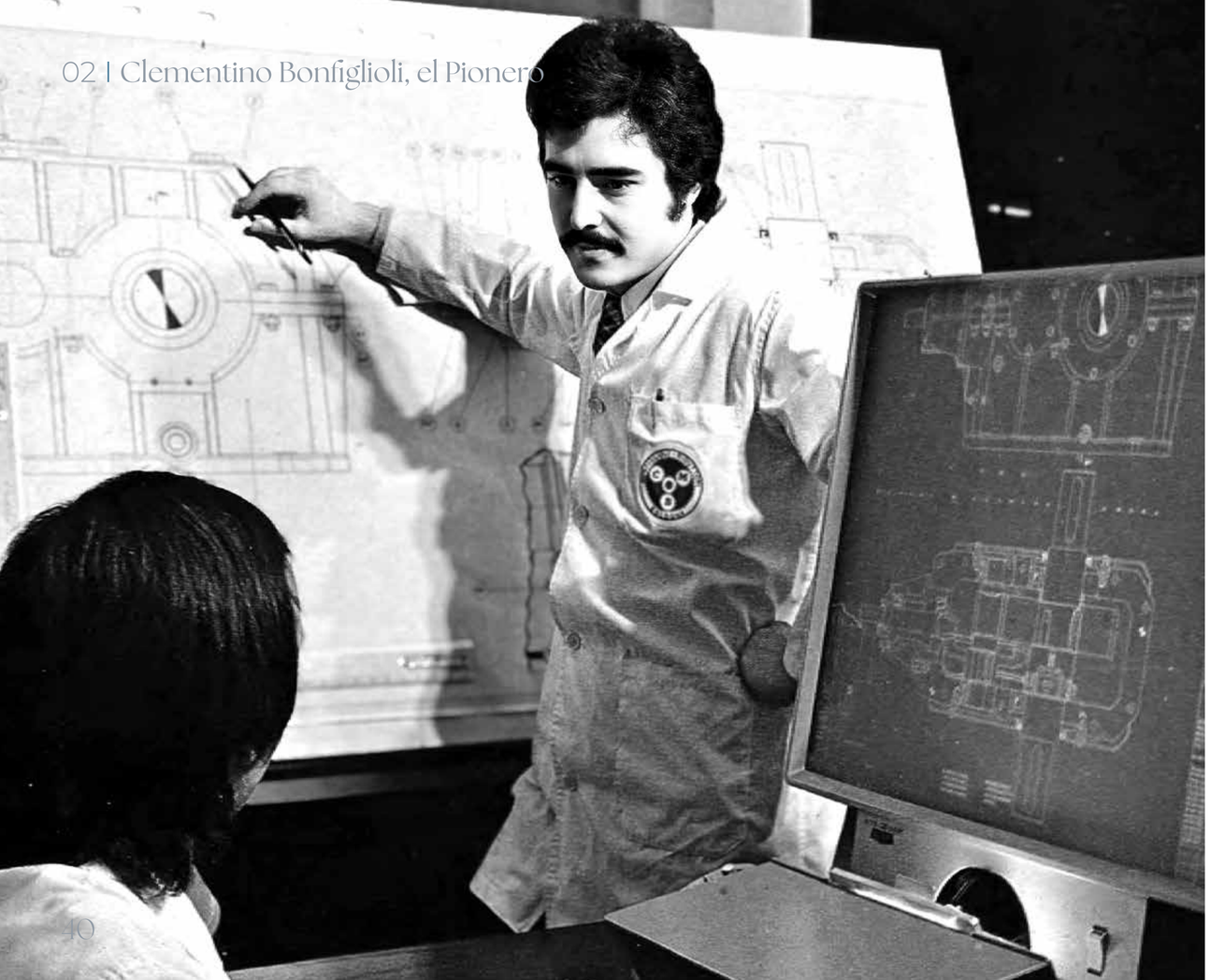






La planta de Lippo di Calderara





Los familiares que lo habían criado eran agricultores y poseían tierras en Lippo di Calderara di Reno. Clementino decidió comprar una parcela de esos terrenos, donde había jugado de niño, para construir la nueva planta, una instalación que seguiría siendo la sede de la empresa hasta 2020.

1963 fue un año muy especial para Clementino Bonfiglioli: no solo tomaba forma la nueva planta en la que desarrollaría y haría crecer su negocio, sino que también nacía su hija Sonia. El año siguiente trajo consigo emociones aún mayores: el 7 de junio, el equipo de fútbol de Bolonia, capitaneado por Giacomo Bulgarelli, derrotaba al Inter de Milán en el partido de desempate por el campeonato de liga, desatando la locura entre los aficionados y en toda la ciudad.

Pasión roja y azul:
Clementino con los futbolistas del Bologna FC Beppe Signori, Roberto Baggio y Gianluca Pagliuca







Clementino Bonfiglioli no se perdía ni un solo partido del equipo de los rossoblù en el estadio Dall'Ara, donde celebraba o sufría por el equipo desde su asiento en las gradas. Y es que el vínculo entre Bonfiglioli y el deporte siempre ha sido estrecho: no solo con el fútbol, sino también el baloncesto, el fútbol americano y el ciclismo, pero volveremos a eso más adelante.

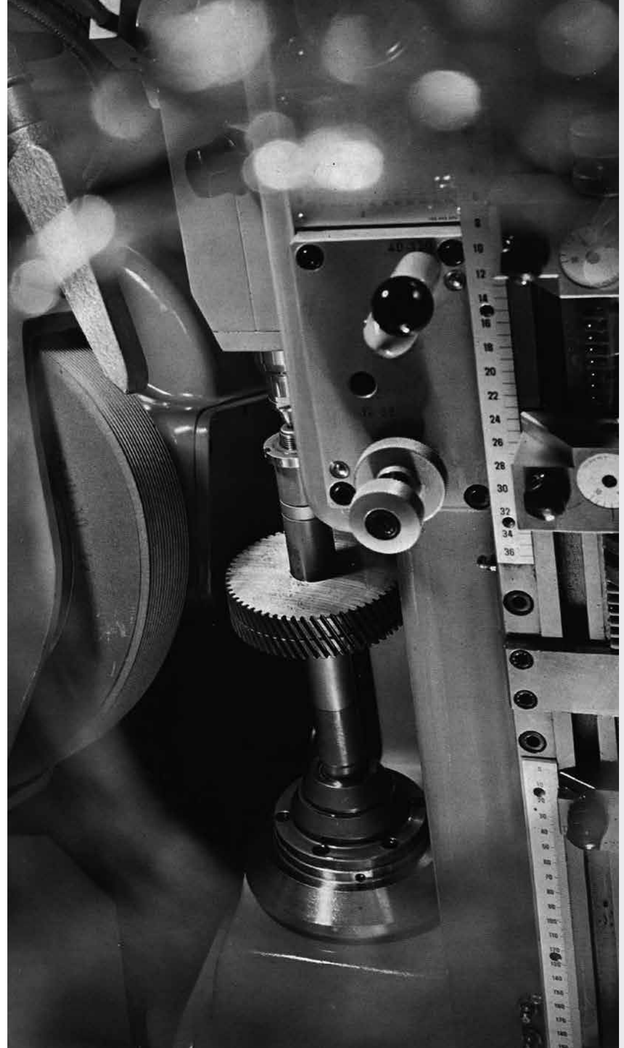
En 1966, nació Luciano, su segundo hijo. Clementino y su esposa Luisa habían soñado con una familia numerosa, pero los médicos opinaban lo contrario: a la luz de sus complicados embarazos anteriores, el riesgo habría sido demasiado excesivo.

En aquellos años, la región que hoy conocemos como Packaging Valley empezaba a tomar forma real, y Bonfiglioli se situaba ya al lado de las empresas más importantes del sector.

En 1968, se fundó en España Tecnotrans SA con el objetivo de comercializar equipos industriales, y el 17 de julio de ese mismo año, se firmó un acuerdo de representación con Costruzioni Meccaniche Bonfiglioli, junto a otros dos socios, Francisco Bassas y Gerardo Péna. Este acuerdo permitía la producción de motorreductores en España, ya que el régimen franquista no permitía su importación.

En 1969, la marca Bonfiglioli Riduttori apareció por primera vez en un catálogo, definiendo la que sería la principal línea de negocio de la compañía a partir de ese momento.

Durante la década de los setenta, Bonfiglioli inició su desarrollo estratégico, sentando las bases de la



multinacional que es hoy en día. Nuevas vías de negocio y adquisiciones muy enfocadas permitieron a Clementino Bonfiglioli compensar la imposibilidad de ampliar las instalaciones de Lippo, limitadas por los planes de expansión del aeropuerto que, más adelante, llevaría el nombre de Guglielmo Marconi.

En 1971, la producción de variadores comenzó en Bolonia de la mano de L.B. Trasmissioni Meccaniche. En 1974, se inauguró Lucmar en San Lazzaro, planta que durante varios años se encargó del pintado y el mecanizado de las carcasas exteriores de los motorreductores. Las ventas y la distribución figuraban también entre las prioridades de Bonfiglioli: para fortalecer su presencia en los mercados, además de ampliar la gama de productos, se impulsó el desarrollo de filiales de distribución.

1977 trajo consigo otro punto de inflexión clave: Clementino, que por aquel entonces sopesaba expandirse hacia la zona de Rovigo, adquirió Italsai, una empresa de participación estatal ubicada en Forlì que atravesaba dificultades financieras pero que contaba con capacidad de producción inmediata: desde su fundación en 1973, la empresa fabricaba reductores planetarios para su uso en el sector de la maquinaria de movimiento de tierras. Clementino la convertiría en una de las estrellas más brillantes de su universo empresarial.

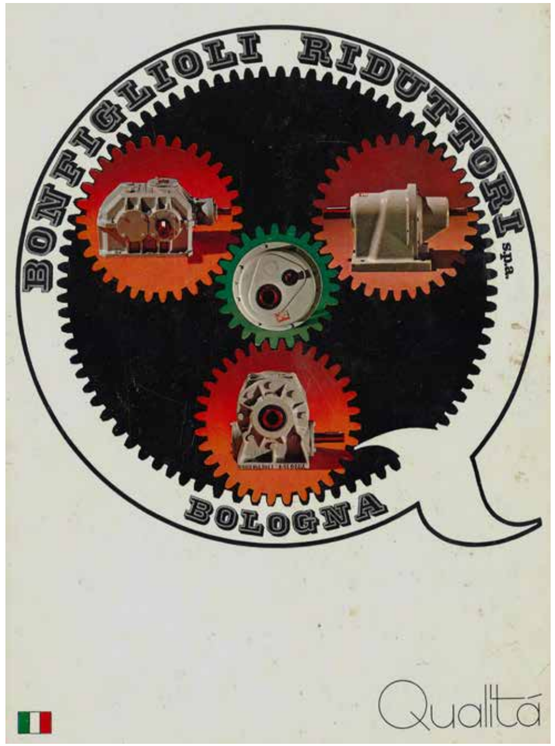
La empresa pasó a llamarse Trasmital y se realizaron importantes inversiones para adaptar sus procesos de producción a las exigencias del mercado. Con la llegada de los reductores planetarios para maquinaria de



Trasmital, Forlì



Tecnotrans, Barcelona



movimiento de tierras, se amplió la gama de productos, brindando a los clientes la oportunidad de elegir entre cientos de configuraciones.

Por aquel entonces, Clementino Bonfiglioli ya era uno de los empresarios más destacados de la región de Emilia-Romaña, sin embargo mantenía siempre la mirada fija en el futuro, en el desarrollo de sus empresas y en el crecimiento de su cuota de mercado. Esto significaba sentar las bases para el progreso futuro, contemplando al mismo el espacio necesario para materializarlo. Por esta razón, en 1979 trasladó la empresa LB, más adelante rebautizada como B3, a Via Bazzane en Calderara. Este evento reviste una gran importancia en la historia de Bonfiglioli ya que, cuarenta años después, junto a esta planta histórica se levantaría EVO: una instalación de nueva generación que hoy alberga la producción, el mecanizado mecánico y la sede central de la multinacional.

Futuro, futuro, futuro: mirar hacia los años venideros en lugar de hacia el pasado fue uno de los secretos del éxito de Clementino y de sus ingeniosas ideas. Aplicó ese mismo enfoque cuando sus dos hijos, Sonia y Luciano, se incorporaron a la empresa a principios de la década de los noventa, destinándolos directamente a los departamentos de producción. No hubo privilegios

Catálogo 1978

B3 en Via Bazzane, Calderara, en 1979



Hoy es la planta de Evo en Via Cav. Clementino Bonfiglioli 1



de ningún tipo: ambos comenzaron trabajando como ensambladores y en las operaciones de almacén. Antes de liderar la empresa, tenían que ser capaces de identificar los productos, entender los procesos y, sobre todo, conocer a las personas. Esto último era lo fundamental: conocer a la plantilla.

En las palabras de los propios empleados, una de las mayores cualidades de Clementino Bonfiglioli era su capacidad para vincularse con sus colaboradores. Tenía por costumbre recorrer las plantas, especialmente la de Lippo, y detenerse a charlar con algún operario, pidiéndole actualizaciones sobre la producción o interesándose por los motivos que habían llevado a reorganizar una determinada línea de montaje. Con aquellos que conocía mejor, también les preguntaba por sus familias e hijos.

Con su paso ágil y su buen ojo para cada detalle, se movía de una línea de producción a otra. Se notaba a la legua que en el taller se sentía verdaderamente como en casa. No podía resistirse a ver por sí mismo lo que, medio en broma, llamaba su tercer hijo.

Pero había otra faceta de Clementino, reflejada en su comportamiento y en el trato con sus empleados que trabajaban con él y lo conocían bien, que ponía de manifiesto su auténtica personalidad. Se trataba de una especie de advertencia que lanzaba a su interlocutor, una señal que subrayaba la importancia de la discusión. Algo sencillo, pero infalible. Cada vez que comenzaba a hablar en el dialecto boloñés, todos sabían que había problemas. No era un hombre de levantar la voz, pero cuando *il Capo*



pasaba del italiano al dialecto, el mensaje era alto y claro. Sus colaboradores entendieron de inmediato que el problema debía resolverse de inmediato: se le debía dar la máxima prioridad.

Fue un hombre y un empresario que contempló cómo su empresa se transformaba a lo largo del tiempo, aceptando nuevos desafíos y enfrentando crisis como la de 2009. En ese año fatídico año, los pedidos de Bonfiglioli se desplomaron en un 40%. Incluso entonces, *il Capo* escuchó con atención a sus colaboradores más cercanos, entre ellos a su hija Sonia, quien propuso un cambio revolucionario: adoptar la metodología de la producción ajustada (lean processing), un modelo que había cosechado un éxito rotundo en Japón, con el fin de optimizar la fabricación y potenciar el rendimiento de la empresa.



Derecha:
Familia Bonfiglioli: la hija Sonia, la esposa Luisa, el hijo Luciano y Clementino.
Izquierda:
Clementino Bonfiglioli durante la ceremonia de entrega de la distinción Cavaliere del Lavoro (Orden al Mérito del Trabajo) en 2006.



Para la empresa, representaba nada menos que una revolución, con todos los riesgos e incertidumbres económicas que inevitablemente conlleva cualquier transformación comercial importante, pero Clementino Bonfiglioli aceptó el reto de inmediato, confiando en que era la elección correcta. Y el tiempo le dio la razón: en 2010, a pesar de los innumerables desafíos, Bonfiglioli comenzó finalmente a vislumbrar la luz al final del túnel.

Clementino respaldó el renacimiento de su creación como el verdadero líder que era, un último regalo que acabaría convirtiéndose en su legado de despedida. El 6 de julio de 2010, después de unos veinte días de agonía, falleció a causa de un aneurisma.

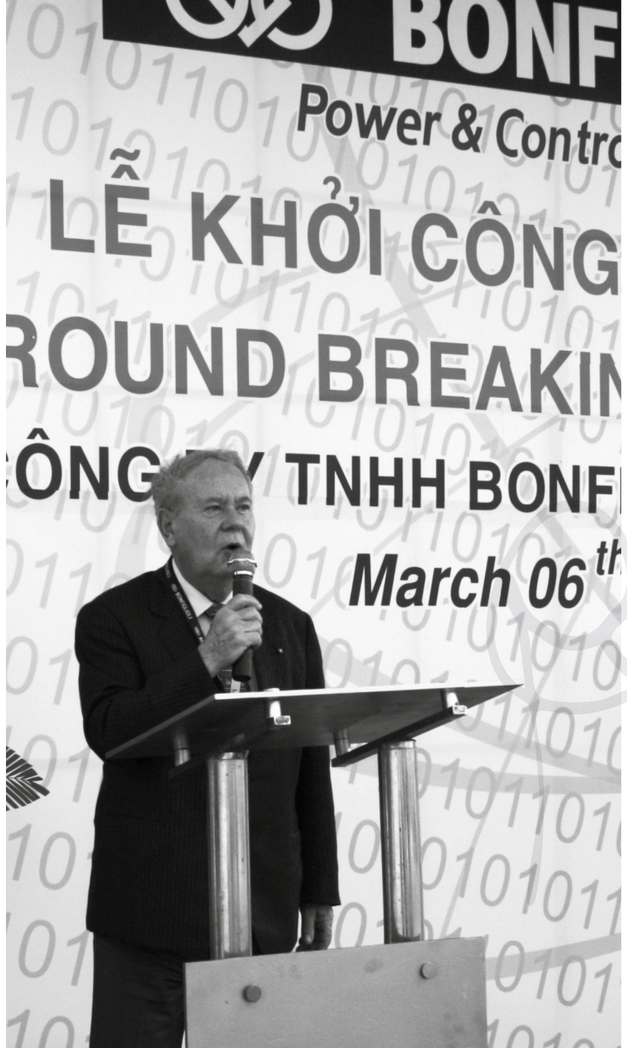
Su hija Sonia tomó el timón de la empresa. Muchos miedos, muchas dudas, pero una certeza: su padre, Clementino, habría deseado un futuro brillante tanto para ella como para Bonfiglioli.

El resto es historia.









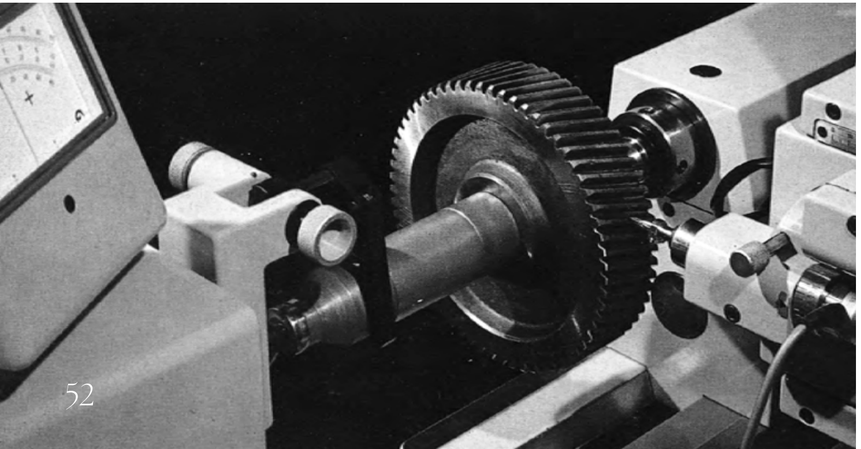
¡Adelante, a toda velocidad!



Años de amor por la fábrica

PASIÓN Y NEGOCIOS, DE BOLONIA AL MUNDO





Control de producción en la planta de Lippo di Calderara en los años 70 y 80

Controles múltiples del 100% de los reductores de tornillo sinfín, antes de proceder al montaje en línea (sistema de inspección Tesa - Inspector Micro Jet)

Via Calvart y Avenida Osvaldo Fregonezi están a unos 9.600 kilómetros de distancia.

Una diferencia horaria de cuatro horas separa la calle donde se fundó Bonfiglioli de la planta más distante de la compañía, ubicada en San Pablo, Brasil.

Dos mundos muy diferentes: Bolonia, con sus torres medievales y sus trescientos mil habitantes; San Pablo, con sus rascacielos y una población de once millones dispersa por una extensión inmensa.

El desarrollo industrial de la Italia de posguerra se basó, en gran medida, en los esfuerzos de mujeres y hombres que vivían en simbiosis con sus fábricas. A menudo, sus caminos guardaban un asombroso parecido: siendo jóvenes, consiguieron un trabajo en un taller para aprender lo básico y el oficio, y luego, los más emprendedores daban el saldo para fundar sus propias empresas de manufactura a pequeña escala. La mayoría carecía de capital financiero, por lo que lo apostaron todo al sacrificio y a un deseo ardiente de trabajar. Sin embargo, solo unas pocas de estas empresas lograron resistir el embate del tiempo. Entre estos emprendedores, solo un puñado de visionarios fue capaz de cambiar el rumbo de la historia.

El 22 de diciembre de 1954, Clementino Bonfiglioli lanzó un negocio de reventa y estableció su primera empresa de fabricación de engranajes, Bonfiglioli Costruzione Ingranaggi, con sede en el número 34 de la Via Calvart, en Bolonia. Su taller inicial era poco más que un garaje, un espacio donde, durante un tiempo, convivió un viejo carrito de campo, guardado allí de forma provisional a petición del propietario del inmueble, que esperaba volver



Via Calvart, Bolonia 1956

Bonfiglioli Brasil, hoy



a ponerlo en uso.

El 27 de agosto de 1956, en esos antiguos locales estrechos y oscuros, se constituyó formalmente la sociedad Costruzioni Meccaniche Bonfiglioli, con el firme propósito de fabricar engranajes y reductores.

Clementino no tenía herramientas sofisticadas que guiasen las decisiones de la empresa, pero poseía intuición de quienes están destinados a la grandeza, unida a una profunda pasión. Basándose en la combinación de estas dos cualidades, tomó decisiones que enderezaron el rumbo de aquel pequeño taller hasta convertirla en la Bonfiglioli que conocemos hoy. Aquellas decisiones, que hoy calificaríamos de estratégicas, allanaron el camino para el crecimiento y la evolución de la empresa.

Elecciones que en nuestro tiempo resultan cotidianas eran, por aquel entonces, del todo pioneras. Clementino Bonfiglioli poseía, sin lugar a dudas, un don innato para los negocios, pero el verdadero secreto de su éxito residía, por encima de todo, en su capacidad para escuchar y, en el fondo, seguir siendo un hombre de fábrica.

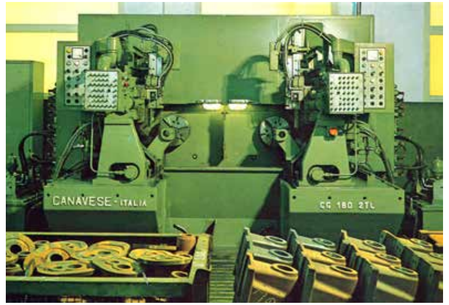
Así tomó la determinación de abandonar las instalaciones de la Via Calvart y trasladar la producción a Lippo di Calderara di Reno. No fue una decisión tomada al azar: tras la muerte de su madre y la emigración de su padre a África, Clementino se había criado con sus tíos maternos en ese mismo pueblo. En 1962, compró a su tío, Azzo Baroni, los terrenos sobre los que levantaría la nueva fábrica: poco más de una hectárea de terreno a pocos kilómetros de Bolonia, que transformó por completo. En septiembre de 1964, se inauguraron las instalaciones, destinadas a hospedar la sede central de Bonfiglioli durante más de medio siglo. En el mismo lugar donde él se había criado, su creación también prosperaría.

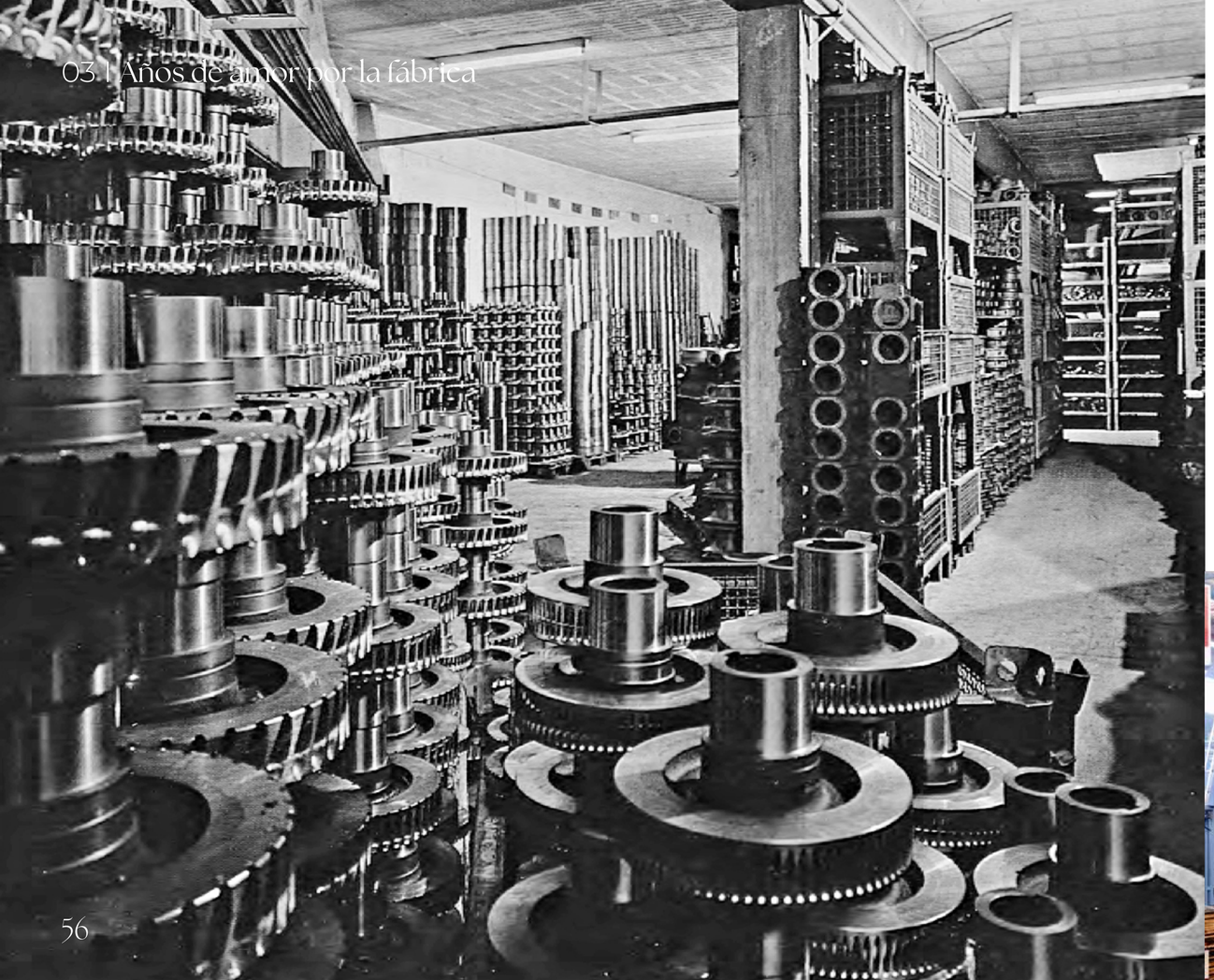
Durante los primeros años de actividad, el procesamiento mecánico y las labores de montaje coexistieron bajo el mismo techo; sin embargo, a medida que se desarrollaban nuevos productos y los mercados se expandían, se hizo imprescindible ampliar la capacidad de producción. Las instalaciones se adaptaron a los nuevas exigencias mediante la instalación de maquinaria moderna y de



Interior de la planta de Lippo di Calderara, 1970-1980







mayor rendimiento, capaz de satisfacer la creciente demanda de reductores, con la mirada puesta cada vez más en las tecnologías que, por aquel entonces, apenas empezaban a despuntar en el tejido industrial. Aquella tierra que antaño había sido el campo de cultivo de sus tíos, donde él mismo había jugado de niño, se estaba transformando en el corazón palpitante de una empresa con un porvenir brillante.

Se estaban sentando los sólidos cimientos de Bonfiglioli, y su fundador estaba dispuesto a aprovechar todas las oportunidades. A fines de la década de 1960, España representaba un mercado muy prometedor; sin embargo, el régimen franquista, que mantenía al país ibérico bajo un estricto control, prohibía la importación de reductores procedentes del extranjero. Lejos de renunciar al mercado español, Clementino Bonfiglioli optó por fabricar reductores directamente en el país, y en 1968, se fundó Tecnotrans Sabre en la zona industrial de Barcelona. Cuatro años más tarde, en 1972, esta empresa se convirtió





Izquierda:
Almacén en Lippo di Calderara: grandes existencias de materias primas –barras de acero y piezas forjadas– junto con productos semiterminados, lo que garantiza una producción continua y rápida (1970).

Derecha:
Trasmital, Forlì (1970).

en la primera planta de producción de Bonfiglioli en el extranjero, allanando el camino para las otras fábricas que se inaugurarían por todo el mundo en las décadas venideras.

En la década de 1970, Clementino centró también sus esfuerzos en consolidar la presencia de la empresa en el mercado y mejorar la calidad del producto. Hacia mediados de esa década, sopesaba la posibilidad de abrir una nueva planta de producción en el Véneto, una región que por aquel entonces despuntaba como distrito industrial y que, debido al abandono gradual del trabajo agrícola, ofrecía una abundante mano de obra disponible.

Pero a veces, la vida está determinada por golpes de azar.

A lo largo de lo que se convertiría en la carretera de vacaciones para millones de personas, esa franja de asfalto que conecta Bolonia con la costa de Romaña, se dio otro paso fundamental en la historia de Bonfiglioli. Italsai, una empresa semi-pública con sede en Forlì, producía reductores planetarios de alta calidad para el sector de la maquinaria de movimiento de tierras, un mercado que cobraba cada vez mayor relevancia. Desafortunadamente, la excelencia de sus productos se vieron obstaculizados por los malos resultados financieros, fruto de una gestión corta de miras.

Clementino Bonfiglioli no tardó mucho en reconocer el inmenso potencial de la empresa. En marzo de 1977, firmó un acuerdo para adquirir la planta de fabricación, y para complementar la gama de reductores ya disponible hasta ese momento, encargó asimismo el desarrollo de reductores para aplicaciones hidrostáticas. Una vez más, su visión de futuro resultó acertada: en los años siguientes, la demanda de estos nuevos productos no dejaría de crecer. También se eligió un nuevo nombre para la empresa: Trasmital.



La planta de Forlì se modernizó gracias a importantes inversiones en nuevos equipos y recursos,lo que permitió devolver en pocos años su antiguo esplendor a una compañía que antes estaba abocada a la quiebra. La instalación de una nueva planta de tratamiento térmico fue, sin duda, una de las inversiones más importantes, ya que permitió a la empresa ser autosuficiente en sus procesos de producción. La fabricación de reductores para maquinaria de movimiento de tierras estaba dirigida a un tipo de cliente que exigía especificaciones muy precisas, no solo en cuanto a los productos sino también en cuanto a la gestión de los procesos operativos. No es casualidad que Trasmital fuera la primera empresa del Grupo Bonfiglioli en obtener la certificación ISO-9001 en marzo de 1993, un paso esencial para aumentar su cuota de mercado. Esta continua evolución tecnológica, combinada con productos de alta calidad y fiabilidad, ha convertido a Trasmital en un referente en el complejo sector de los reductores planetarios a lo largo de los años.

A estas alturas, el crecimiento de Bonfiglioli ya estaba plenamente consolidado, pero requería decisiones que sentaran las bases necesarias para que la empresa fuera capaz de adaptarse a los cambios industriales que estaban transformando la economía global para siempre.

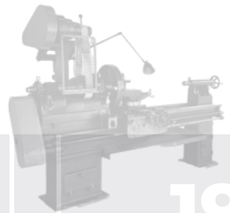
Uno de esos desarrollos afectó a LB, una empresa que fabricaba variadores de velocidad cuya sede original se trasladó de Via Masetti, en el pueblo de Lippo, a Via Bazzane en Calderara di Reno. Esta transición permitió a Clementino adquirir las participaciones de los socios e integrar la empresa en su emergente grupo industrial. Era otro bloque de construcción en un proceso que estaba tomando una forma cada vez más clara, moldeado con esmero por el propio Clementino Bonfiglioli, quien supervisaba las operaciones y compartía sus ideas y proyectos con sus colaboradores.

Desde finales de la década de 1980, todas las plantas de procesamiento mecánico se trasladaron a las instalaciones de Calderara. Algunos de ellos pronto fueron reemplazados por maquinaria de vanguardia, basada en principios de automatización que, por aquel entonces, comenzaban a desempeñar un papel protagonista en el mundo industrial italiano.

La expansión de las plantas no daba síntomas de tregua. La planta de Lippo di Calderara di Reno pasó a dedicarse en exclusiva al montaje; la demanda del mercado de reductores sinfín no dejaba de aumentar y elevar la producción resultaba crucial para mantener el ritmo frente a los competidores. Para lograrlo, Bonfiglioli optó una vez más por abrir un camino innovador, y en 1989, instaló en la planta de Lippo un sistema SARMAS automatizado para el montaje de reductores sinfín. Estaciones automatizadas, robots que movían y ensamblaban los componentes, decenas de monitores que proporcionaban datos de producción en tiempo real: durante muchos años, estas instalaciones fabricaron millones de reductores que luego se enviaban a todo el mundo, inaugurando de manera efectiva la era de la automatización en los departamentos de producción.

Sin embargo, la expansión de la industria boloñesa no se limitó a Italia: tener presencia en los mercados extranjeros era cada vez más importante, no solo a nivel comercial, sino también productivo.

De Bolonia al mundo



1956

Costruzioni Meccaniche Bonfiglioli
BOLONIA



1964

Bonfiglioli Riduttori S.p.A.
LIPPO DI CALDERARA DI RENO (BO)



1971

LB
BOLONIA



1972

Tecnotrans Sabre
BARCELONA,
ESPAÑA



1974/1976

Lucmar
SAN LAZZARO
DI SAVENA (BO)

Exportación Bonfiglioli/ Componentes
CALDERARA DI RENO (BO)

1977

Trasmital
FORLÌ



1980/1993

LS
LIPPO DI CALDERARA DI RENO (BO)

Monfer
VIGNOLA (MO)

Vimo
CALDERARA DI RENO (BO)

Bonfiglioli Riduttori
BARGELLINO – CALDERARA DI RENO (BO)

Silectron Sistemi
IMOLA (BO)

Icme
CALDERARA DI RENO (BO)



1999/2001

Vectron GMBH
KREFELD, ALEMANIA

Bonfiglioli Transmissions Pvt. Ltd.
CHENNAI, INDIA



Bonfiglioli USA Inc.
LAFAYETTE, INDIANA, EE.



2003/2007

Bonfiglioli Eslovaquia S.R.O.
POVAŽSKÁ BYSTRICA,
ESLOVAQUIA

Bonfiglioli Reductores HD
SALA BOLOGNESE (BO)

Bonfiglioli Drives Co. Ltd.
SHANGHÁI, CHINA

Tecnoingranaggi
SAN GIOVANNI IN
PERSICETO (BO)

2008/2011

Bonfiglioli Transmissions Pvt. Ltd.
MANNUR, INDIA



Bonfiglioli Riduttori S.p.A. (BMR)
ROVERETO (TN)





2015



Bonfiglioli Transmissions Pvt. Ltd.
PUNE, INDIA



Bonfiglioli Redutores Do Brasil Ltda.
SAN PABLO, BRASIL

Bonfiglioli Vietnam Ltd
PROVINCIA DE BINH
DUONG,
VIETNAM

2017/2020

O&K Antriebstechnik? h
HATTINGEN, ALEMANIA

2020/2021



Bonfiglioli Riduttori S.p.A. (EVO)
CALDERARA DI RENO (BO)

Sampingranaggi
BENTIVOGLIO (BO)

2023

Selcom Group S.p.A.
CASTEL MAGGIORE (BO)
CADRIANO (BO)



Selcom Electronic Shanghai Co Ltd.
SHANGHÁI, CHINA







La planta en Chennai, India

A finales de la década de 1990, la India demostraba un potencial de crecimiento y atraía la atención de los grupos industriales europeos. El proyecto de la India fue, además, el primero en la historia de la compañía que contó con la aportación estratégica de Sonia, la hija mayor de Clementino. Sonia pertenecía a esa nueva generación de empresarios que comenzaban a apoyar a los fundadores de empresas, impulsando sus negocios más allá de las fronteras nacionales, con la mirada puesta de lleno en el resto del mundo. Con la previsión que siempre lo distinguió, Clementino Bonfiglioli ya había iniciado el proceso de transición generacional en el seno de la empresa a principios de la década de 1990.

Sus hijos, Sonia y Luciano, se unieron a los departamentos de producción justo después de obtener sus títulos académicos para comenzar a aprender sobre la empresa: sin trato de favor ni privilegios.

Para dirigir la empresa, primero era necesario conocerla a fondo, y no había mejor manera de hacerlo que interactuar con ella, trabajando en producción. El pensamiento de Clementino era nítido: la fábrica había sido su propia escuela, y lo sería también para sus hijos. Después de unos años, ambos comenzaron su viaje en la gestión de la empresa, desempeñando funciones en distintos niveles de responsabilidad.

Cuando llegó el momento de poner en marcha el proyecto de la India, Clementino optó por depositar toda su confianza en Sonia, quien abanderó una visión de la internacionalización ciertamente poco convencional, pero que terminaría por convertirse en uno de los pilares maestros de la empresa.

Para la planta de la India, se escogió una parcela de tierra a unos treinta kilómetros de Chennai: una ciudad que, solo unos años antes, había recuperado su antiguo nombre, abandonando el nombre colonial de Madrás.

El objetivo prioritario era construir una empresa capaz de satisfacer las demandas del mercado indio, así como las de los países vecinos. El equipo de gerentes responsables de la planificación y construcción de la planta india desarrolló un proyecto que marcaría un hito importante en la trayectoria de Bonfiglioli.

El sitio sobre el que se levantaría Bonfiglioli India no eran, por aquel entonces, más que un descampado de fango. Después de muchos meses de trabajo, se construyeron las oficinas y los departamentos de producción, donde se instalaron los bancos de montaje y las máquinas herramienta.

Trabajar en un país de mil contradicciones también significaba tener que lidiar con costumbres y hábitos muy diferentes a los de Italia. Entre las muchas historias contadas por los que experimentaron aquella etapa, hay una que sobresale por ilustrar a la perfección el contexto cultural y social: durante la construcción de la planta, era necesario barrer los pisos, y los trabajadores indios asignados a esta tarea usaron escobas con mangos de apenas más de cincuenta centímetros de longitud, lo que los obligaba a trabajar de rodillas. Los gerentes italianos decidieron comprar y distribuir escobas de mango largo, pero los trabajadores indios inmediatamente cortaron los mangos para dejarlos de nuevo en cincuenta centímetros y regresaron a su forma habitual de barrer: de rodillas. Los gerentes italianos intentaron hacerlos cambiar de opinión, pero finalmente se dieron por vencidos cuando se dieron

el primer reductor fabricado íntegramente en la India con Raja Williams, Sr. Ganesh, Clementino Bonfiglioli, Sr. Daniel, Sr. Yadav





cuenta de que los trabajadores indios no se convencerían de lo contrario.

En febrero de 1999, un gurú realizó la Puja, una ceremonia hindú celebrada para atraer los mejores auspicios ante el comienzo de la construcción de la nueva planta. En septiembre de ese mismo año, una fotografía inmortalizó a Clementino Bonfiglioli junto con el primer reductor fabricado íntegramente en la India. Aquel hito selló el comienzo de un vínculo con un país que, lejos de debilitarse, no haría sino fortalecerse con el paso del tiempo; un auténtico idilio. Lo que comenzó como un simple proyecto de desarrollo industrial se convirtió en una unión simbiótica entre dos mundos, transcendiendo el ámbito estrictamente empresarial para abrazar aspectos sociales; el proyecto Cheerfutureland Bonfiglioli, que se detallará en otro capítulo de esta monografía, constituye el reflejo más fiel de ello.

El salto del siglo XX al XXI tuvo un carácter icónico y, para Bonfiglioli, supuso un nuevo paso hacia la transformación.

A principios de la década de 2000, Sonia encauzó el rumbo de la empresa hacia el floreciente mercado de la mecatrónica, lo que permitió una mayor expansión del universo Bonfiglioli. La adquisición de Vectron en 2001 permitió a la compañía entrar en el mercado de los convertidores, un sector que en aquellos años se revelaba clave en el mundo de la automatización industrial. Muchos años después, la creación de Bonfiglioli Mechatronic Research en Rovereto y la adquisición de Selcom convertirían a Bonfiglioli en una de los referentes indiscutibles en la integración de la mecánica y la electrónica. La adquisición de Icme en 1993 y la apertura en 2008 de una planta en Vietnam, dedicada a la fabricación de motores eléctricos, consolidaron definitivamente la presencia de Bonfiglioli en los mercados globales.





Bonfiglioli Vectron en Krefeld, Alemania

En 2008, también se fundó Bonfiglioli Brasil, y sigue siendo la planta de producción más alejada de la sede de la casa central de la empresa hasta el día de hoy. En sus instalaciones, ubicadas en un distrito industrial a escasos kilómetros de San Pablo, se ensamblan los reductores de la serie 700TW.

También en 2008, en la convención internacional de Florencia, Sonia fue nombrada CEO del Grupo. Para ella, estaba a punto de comenzar una travesía difícil: la crisis económica en curso estaba dejando una profunda huella en los balances de la empresa, y era necesario un cambio de paradigma empresarial para resistir el golpe y volver a empezar. Sonia estaba segura de que saldría adelante gracias al respaldo de su padre, pero el destino tenía otros planes: en una calurosa tarde de verano de 2010, Clementino sufrió un repentino problema de salud y, pocos días después, el 6 de julio, falleció. A partir de ese instante, Sonia debía demostrar que era digna de seguir los pasos de un padre que había sido un gigante empresarial, un hombre capaz de levantar un imperio de la nada. En este difícil contexto económico, ahora le tocaba a ella seguir impulsando un sueño que ya se había hecho realidad.

Sonia se encontró ante una encrucijada: vender la empresa o seguir los pasos de su padre. Debía elegir el mejor camino para el futuro de su empresa, dejándose guiar por el amor a una fábrica que, a lo largo de los años, también había llegado a inspirarla.

Investigación mecatrónica Bonfiglioli en Rovereto



Emprendió un camino que cambiaría profundamente la empresa de su padre, comenzando con una decisión histórica: reestructurar de raíz cada proceso para satisfacer las exigencias de los mercados. Era un desafío que requería compromiso, tenacidad y una entrega absoluta.

Como la planta de Lippo ya no podía expandirse más, especialmente debido a su proximidad al aeropuerto de Bolonia, Sonia tomó la determinación de construir una nueva instalación que respaldase la implementación de los nuevos proyectos de desarrollo.

En 2016 se puso en marcha el proyecto EVO.

La zona adyacente a la planta de Via Bazzane fue identificada como un buen lugar para desarrollarla. En este emplazamiento operaba LB da 1979; una firma dedicada en sus inicios a la fabricación de variadores mecánicos que, más adelante, cedieron el testigo a la producción







de carcasas y engranajes, actividad que continúa plenamente activa al día de hoy. El proyecto fue cobrando forma en medio de simulaciones y tareas de planificación, hasta que en abril de 2018 se colocó la primera piedra. A partir de ese momento, hicieron falta casi dos años para completar la construcción de la nueva instalación de Bonfiglioli: una planta moderna, medioambientalmente sostenible, levantada junto a su ubicación histórica.

Nada se dejó al azar: desde los espacios exteriores, donde hoy deambulan libremente cientos de conejos, hasta los departamentos de producción, que fueron diseñados para satisfacer las mayores necesidades de confort de los empleados.

En abril de 2019, se inauguró EVO. La calle donde se encuentra la planta se llamaba Via Clementino Bonfiglioli: un testimonio más del arraigo tan profundo que une a la empresa con su territorio.

Bonfiglioli ahora tiene un nuevo hogar: hermoso, moderno y listo para asumir los desafíos del futuro. ¿Es este el destino final? No, es un nuevo comienzo, ya que la empresa mira hacia adelante, sin olvidarse de volver la vista atrás para contemplar, con legítimo orgullo, su propio pasado.











Las mujeres y los hombres que levantaron la empresa

LA HISTORIA DE UNA EMPRESA EN LA MEMORIA DE SU GENTE

"El trabajo estaba empezando a crecer, así que primero me dieron una bicicleta con una cesta para llevar los reductores... Y luego, los productos ya no cabían en una caja, así que me consiguieron un triciclo..."

Arnaldo Nicoletti



El triciclo Giordani original, antes de ser adaptado para convertirse también en un vehículo para adultos.

Uno de los regalos más codiciados por los niños a finales de los años cincuenta y principios de los sesenta fue un juguete hecho por una empresa de Bolonia: el triciclo Giordani. Estaba realizado en hierro estampado, pintado de un rojo encendido, con ruedas blancas y un sillín negro. Con solo verlo el día de Navidad, los niños experimentaban una emoción indescriptible.

Arnaldo Nicoletti sintió esa misma emoción cuando vio el suyo.

Solo había unas pocas diferencias: Arnaldo ya no era un niño, tenía casi dieciocho años, y su triciclo no era rojo sino negro, con una caja de carga de color caoba montada en la parte delantera. No lo usaba para pasear por diversión por los Jardines de Margarita de Bolonia, sino para entregar los reductores que fabricaba Bonfiglioli.

A Arnaldo no le entusiasmaban mucho los estudios, así que su padre le buscó un trabajo como repartidor en un taller mecánico.

Su encuentro con Clementino tuvo lugar durante una entrega de coronas dentadas a BRV, la primera empresa que había fundado junto con dos socios en 1951. Clementino Bonfiglioli le preguntó a Nicoletti si quería encargarse de los repartos para ellos y Arnaldo, atraído por la perspectiva de un trabajo más seguro, aceptó. A partir de ese momento, a lomos de una vieja bicicleta desvencijada, comenzó a entregar componentes. La bicicleta tenía una capacidad de carga limitada, solo podía transportar una sola caja colocada detrás del sillín**,** por lo que se vio obligado a ir y venir varias veces al día entre Via Calvart, en Bolonia, y los distintos clientes de la empresa.

Una mañana de primavera, llegó al taller y encontró a Clementino Bonfiglioli que, en lugar de estar al lado de una de las máquinas de corte de engranajes como de costumbre, lo esperaba afuera, al lado del nuevo vehículo de entrega. - ¡Aquí tienes, Arnaldo, mira que preciosidad te he conseguido! Ahora podrás competir con el *Airone* ", le dijo, refiriéndose al célebre apodo del gran ciclista italiano Fausto Coppi.

Hacer los repartos con su nuevo triciclo confería mucha más estabilidad a todo el proceso y, además, ahora podía transportar al menos cinco cajas por viaje en la plataforma de carga.

Solo había un inconveniente: con la plataforma de carga iba llena, las distancias de frenado eran mucho más largas. Debido a esto, una tarde de mayo ocurrió un percance: mientras realizaba un reparto a un cliente, con la plataforma de carga llena de reductores, Arnaldo tuvo que frenar en seco cuando un camión salió de una calle lateral. Tiró con fuerza de las palancas de freno e intentó clavar los pies en el suelo, pero no pudo evitar la colisión. La plataforma de carga se atascó en una de las ruedas del vehículo pesado, abriéndose de golpe y derramando su contenido en medio del cruce.

Arnaldo recuerda como si fuera ayer la voz de un anciano sentado en una de las mesas fuera de un bar cercano: en dialecto boloñés, dijo: "¡Cinno, hai fatto un bel busso!" *(¡Chaval, vaya viaje te has dado!).*

Con el paso del tiempo, Arnaldo también empezó a interesarse por la mecánica y se apasionó por el mundo del mecanizado. Siempre que no tenía repartos que hacer, o por las tardes al terminar su jornada, pedía que le enseñasen a manejar las máquinas de corte de reductores. Con los años, fue ganando cada vez más autonomía y empezó a calcular por su cuenta los diámetros de los reductores.

Tras cuarenta años de trayectoria en Bonfiglioli, Arnaldo tiene muchas otras historias que compartir, una de las cuales ilustra a la perfección el estrecho vínculo que "*il Capo*" forjaba con sus empleados: "Un sábado por la mañana, el señor Bonfiglioli se me acercó y me preguntó qué me pasaba, ya que se había dado cuenta de que no estaba trabajando como solía hacerlo. Le respondí que estaba preocupada por un asunto personal fuera de la fábrica y le confesé que mi novia estaba embarazada y que no tenía el coraje para decírselo a mis padres. Me dijo que no me preocupara, que él mismo me acompañaría a la casa de mis padres para hablar con ellos. Un par de horas después, estábamos sentados con mi madre y mi padre para anunciarles la feliz noticia. Es un momento que nunca olvidaré, y que expresa de manera fiel la conexión que compartimos ".

Contar la historia de una empresa a través de los recuerdos de las personas cuyo trabajo contribuyó a su crecimiento es un gran privilegio; es, en verdad, un regalo. Tantas historias, tantos recuerdos, como los de Franco Bonfatti, tornero en Bonfiglioli desde 1962. Por aquel entonces, no existían procesos de fabricación avanzados: los componentes no estaban hechos de productos semiterminados, sino que, a menudo, comenzaban como simples barras de metal. Al producir un componente terminado, se acumulaban grandes pilas de virutas de hierro, que reflejan de forma visual la cantidad de trabajo realizado. Trabajó en Bonfiglioli durante cuarenta años y fue testigo directo de la transformación de la empresa, desde aquel pequeño grupo de unas veinte personas que trabajaban en Via Calvart hasta el posterior traslado a Lippo di Calderara en 1964. Pero hubo una constante, un principio que nunca cambió: el cuidado que Clementino demostró hacia sus empleados.



Arnaldo Nicoletti junto con sus hijos

A finales de los años 1970, Bonfatti comenzó a sufrir un problema de salud en uno de sus ojos. Bolonia siempre ha sido un centro de excelencia médica, pero incluso para los médicos boloñeses, el problema parecía insalvable. Franco recuerda cómo, una mañana, Clementino Bonfiglioli lo llamó a su despacho y le pidió que se sentara: -Escucha, Franco, tenemos que resolver lo de tu ojo. No puedes seguir así, de modo que he estado buscando una salida. Hablé con la gente de Tecnotrans, nuestra sucursal española, les pedí información y me dijeron que hay un hospital en Barcelona que se especializa en el tratamiento de problemas oculares. Así que esto es lo que vas a hacer: te vas a ir a España a curarte, porque lo único que quiero es que estés bien".

La semana siguiente, costeado todo por Bonfiglioli, Franco viajó a España para someterse a los exámenes y cirugías necesarios para resolver su afección ocular.





Franco Bonfatti cuando empezó a trabajar en Bonfiglioli.

En la foto de grupo:
Michele Attanasio
Marcello Menegatti
Paolo Pederzini
Franco Bonfatti
Mario Marchi
Arnaldo Nicoletti
Vittorino Moretti
Arrigo Laffi
Marco Ruggeri

Para cuando le llegó la hora de la jubilación a finales de los noventa, la antigua empresa se había transformado ya en una empresa industrial moderna, a un abismo de distancia de aquel pequeño taller de la Via Calvart. Hoy, a sus 82 años, Franco Bonfatti tiene nietos a los que cuenta historias sobre su vida laboral en Bonfiglioli y sobre aquel viaje a España, que le permitió mirarlos hoy con la mirada amorosa de un abuelo.

En la sociedad actual, donde la desigualdad de género sigue siendo demasiado frecuente, la historia de una mujer puede servir como ejemplo de pasión, perseverancia y determinación.

Vannetta Gardini es una mujer de complexión menuda; cuando habla de máquinas herramientas y de Bonfiglioli, sus pequeñas manos se mueven rápidamente, dibujando



Vannetta Gardini, la única mujer de su clase.

En la página opuesta, Vannetta hoy, en Evo durante la entrevista.

siluetas en el aire. En las décadas de los sesenta y setenta, en el pleno apogeo de una transformación social que cambiaría para siempre a Italia, Vannetta fue la única mujer inscrita en el instituto técnico de Forlì, especializada en mecánica. Había sido una apasionada de este campo desde la infancia, y cuando llegó el momento de elegir su porvenir, no lo dudó: la mecánica era a lo que deseaba consagrar su vida. Apenas unos meses después de graduarse, la empresa Italsai de Forlì se puso en contacto con ella para ofrecerle un desafío: encargarse de la programación de las máquinas herramienta. Pero era una mujer, y los gerentes designados por el estado que dirigían la empresa no estaban seguros de contratarla, por lo que decidieron enviarla unos meses a Lamborghini para ver si realmente era capaz de lidiar con un oficio tradicionalmente realizado por hombres.

Aquella joven menuda y decidida joven no solo superó con creces el período de prueba, sino que, tras la adquisición de Italsai por parte de Bonfiglioli en 1977, se convirtió en una de sus figuras clave. Se inauguraba así una etapa de vanguardia tecnológica que llevaría a Vannetta a Suiza y a recorrer Italia entera para asistir a cursos avanzados de programación de máquinas herramienta de última generación. A lo largo de los años, la experiencia que adquirió le permitió incursionar en el mundo del análisis de costes industriales.

La antigua Italsai, rebautizada como Trasmital, estaba conquistando una cuota significativa del mercado, y los clientes demandaban cada vez más reductores planetarios personalizados para aplicaciones especiales. Por consiguiente, la empresa necesitaba poder evaluar y resaltar adecuadamente el valor de estas soluciones personalizadas, y nadie estaba mejor cualificada para tal función que Vannetta.

Esta mujer, con su pasión por la mecánica, consagró toda su carrera a formar a cientos de jóvenes en su inserción al mundo laboral, convirtiéndose en un referente fundamental para su crecimiento profesional.



La misma pasión late en un hombre de complexión vigorosa y manos grandes, heredadas de su tío boxeador. Roberto Cavicchi tenía poco más de cuarenta años cuando se unió a Bonfiglioli en 1993. Su tarea era difícil: sustituir al legendario jefe de montaje, Arrigo Laffi.

Laffi comenzó su viaje con Bonfiglioli en Via Calvart; fue uno de los hombres que emprendieron la aventura junto con el fundador y ayudó a transformar un pequeño taller en una empresa industrial en la nueva planta de Lippo di Calderara. A principios de los noventa, llegó la edad de jubilación, por lo que se hizo necesario encontrar un sustituto que pudiera aportar energía renovada a las operaciones de montaje.

Por aquel entonces, Roberto Cavicchi trabajaba para una empresa que producía motores diésel, y tenía una amplia experiencia en mecánica y control de calidad, forjada en diferentes empresas del sector automotriz.

El primer contacto se realizó a través de una llamada telefónica del propio Clementino Bonfiglioli. Cavicchi no estaba buscando un nuevo trabajo, pero las palabras del Presidente despertaron su curiosidad. Unos días más tarde, hubo una reunión inicial, donde, además de Clementino, estaban presentes su esposa Luisa, su hija Sonia y el veterano director de Recursos Humanos, Gianni Marchetti. Alrededor de la gran mesa redonda de la sala de reuniones en el primer piso de las instalaciones de Lippo, se sentaron las bases para una aventura que duraría muchos años. Cavicchi aportó su experiencia en calidad de procesos y con su llegada comenzó un periodo de notables avances tecnológicos. En la planta de Lippo se había instalado un sistema automatizado que, provisto de diez estaciones y ocho manipuladores robóticos, era capaz de ensamblar miles de reductores sinfín cada día. Aquellos años presenciaron también el nacimiento de una nueva familia de reductores sinfín modulares que se llamaron W, y al tiempo que la gama se ampliaba con la introducción de las series de reductores HDP y HDO.

Como responsable de montaje, Cavicchi desempeñó un papel de protagonista en el desarrollo de sistemas y equipos de montaje que, incluso después de casi treinta años, todavía se siguen empleando en las línea de producción de hoy. Gracias a su pericia mecánica, logró, junto con un sólido equipo de colaboradores, guiar a Bonfiglioli hacia una nueva era de modernización tecnológica, todo ello sin descuidar la cercanía humana.

A mediados de la década de los noventa, durante los días previos a las vacaciones navideñas, era costumbre que el personal en las oficinas se reuniera para desearse unas felices fiestas, algo que no sucedía en las fábricas. Cavicchi decidió involucrar a Clementino Bonfiglioli proponiéndole brindar también en los departamentos de producción. "Tú encárgate de todo", fue la respuesta, "ya nos veremos allí para el intercambio de saludos". Así, una tarde de finales de diciembre, Clementino le pidió a Cavicchi que lo acompañara a una pequeña sala en el sótano de Bonfiglioli: "Trae esa caja, que hoy nos vamos de brindis". Dentro de la caja había un salame de dos metros de largo, que se cortó allí mismo, en medio del departamento de montaje, ante el asombro de todos los presentes.

Hoy en día, el brindis navideño en los departamentos de producción se ha convertido en una tradición que Sonia mantiene viva con el mismo afecto.

El desarrollo y el crecimiento de una empresa también dependen de una buena gestión financiera. Giuliano Dall'Omo, quien supervisó la administración de la empresa durante treinta y siete años, aporta una perspectiva muy valiosa sobre este aspecto. Dall'Omo se unió a Bonfiglioli en julio de 1974 como gerente administrativo de Lucmar; la empresa, que entonces tenía solo treinta y cinco empleados, era responsable de pintar y procesar muchos de los componentes utilizados en el montaje de los reductores. Era una gran responsabilidad para un joven de solo veintiún años que daba sus primeros pasos en el mundo laboral; sin embargo, Clementino Bonfiglioli confiaba plenamente en los jóvenes y siempre allanaba el camino para el crecimiento profesional de aquellos en quienes veía un verdadero potencial.

Dall'Omo fue uno de los que tuvo la oportunidad, y no dudó en aprovecharla. En 1993, después de diecinueve

Roberto Cavicchi, maestro de ceremonias en el brindis navideño, con Clementino o con Sonia.







años en Lucmar, Giuliano Dall'Omo llegó a Lippo di Calderara, donde puso su experiencia a trabajar como gerente administrativo, respaldado por Luisa Bonfiglioli. En este puesto, pudo ver de primera mano lo que el respeto por los empleados y proveedores significaba para Clementino Bonfiglioli: "Nuestros proveedores han realizado un trabajo para nosotros, por lo que se les debe pagar puntualmente, porque ellos también tienen familias y empleados a su cargo que esperan su salario". Una regla no escrita, pero que estaba profundamente grabada en la mente de quienes gestionaban las finanzas de la empresa.

A lo largo de los años, el vínculo entre Dall'Omo y la familia Bonfiglioli no se limitó a l plano estrictamente laboral: la relación se convirtió en una confianza personal muy profunda. Dall'Omo lo relata así: “Tras el fallecimiento del señor Bonfiglioli, hubo que dar varios pasos para garantizar la continuidad del negocio. La señora Luisa nos llamó a Gabriele Ventura y a mí para abrir la caja fuerte personal. En su interior, junto con los documentos de la empresa, había también algunos objetos personales, entre ellos un par de gemelos. Sin dudarlo un instante, la señora Luisa los cogió y me los entregó. Hoy, después de tantos años, los guardo con un cariño inmenso como recuerdo de un gesto de profundo afecto".

Por su parte, Gabriele Ventura, fue contratado por Bonfiglioli el 26 de noviembre de 1973, justo después de graduarse del instituto técnico Aldini-Valeriani. Comenzó en el departamento de procesamiento mecánico, pero rápidamente quedó claro para la empresa que este joven tenía un verdadero deseo de aprender. Por ello, algunas tardes a la semana, lo trasladaban a la oficina técnica para redactar las hojas de ruta de fabricación, y un tiempo después, se le dio la responsabilidad de los servicios técnicos del taller. Con el paso del tiempo, sus competencias y responsabilidades crecieron; primero se le encomendó la gestión de varias plantas, antes de convertirse más tarde en director de producción.

Gabriele comenzó a supervisar la puesta en marcha de las nuevas instalaciones de producción, encargándose de todo lo relacionado con la construcción, la infraestructura, los permisos y las actividades de mantenimiento: todos los pasos necesarios para permitir a los técnicos instalar las líneas de producción. Durante varios años, se desempeñó como CEO de BRT, una empresa dirigida por Luciano Bonfiglioli. De hecho, hasta el día de hoy, se le considera la persona con la trayectoria más longeva en el mundo Bonfiglioli.

Hay otra historia que resume a la perfección la evolución de Bonfiglioli.

Mario Marchi tiene noventa años y pasó cuarenta de esos años en Bonfiglioli. Lo contrataron cuando apenas tenía veinte años , tras haberse formado en el instituto técnico Aldini-Valeriani, el mismo lugar donde también había estudiado Clementino Bonfiglioli.

Pero, ¿por qué Mario Marchi debería ser considerado uno de los empleados que forjaron la historia de la empresa?

La respuesta reside en un producto icónico de Bonfiglioli: el reductor VF.

A través de las palabras de Marchi, rememoramos y revivimos aquella época, rebosantes de expectativas: "Yo era tornero, y cuando me uní a Bonfiglioli en 1960, comencé a trabajar en el torno paralelo que se utilizaba para producir los reductores de tornillo sinfín del reductor VF49".

Este reductor seguiría siendo el producto estrella de la compañía durante muchos años, y de hecho, a lo largo de setenta años, se han fabricado millones de unidades, destinadas a una variedad extraordinaria de aplicaciones.

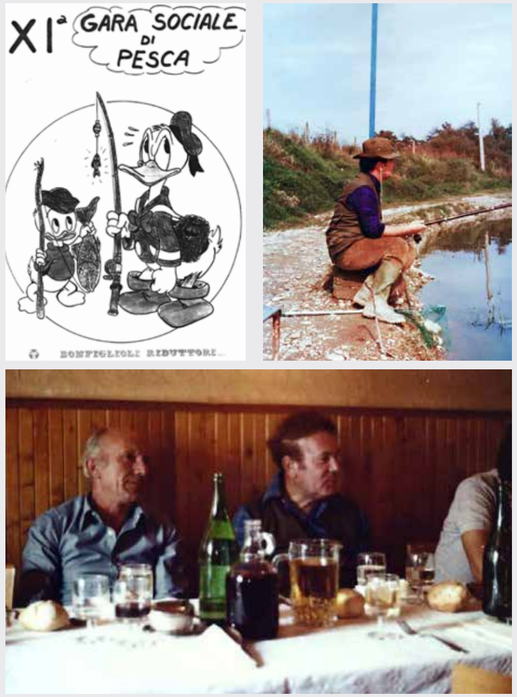


Izquierda:
Giuliano Dall 'Omo





Derecha:
Gabriele Ventura en traje, en medio de uno de los concursos de pesca de Bonfiglioli.



Recuerdos de los concursos de pesca organizados por Clementino

Mario, trabajando en su máquina herramienta, transformaba cilindros metálicos en uno de los componentes principales de un reductor; una época en que la electrónica y la automatización aún no existían, y todo dependía únicamente de la habilidad y la experiencia práctica. Era una época a años luz de la de hoy, no solo en términos de procesos mecánicos, sino también en cualquier otro aspecto de la vida laboral: “En aquel entonces, no teníamos comedor para las pausas del almuerzo, así que, a la hora de comer, usamos un recipiente lleno de agua caliente en el que colocamos las fiambreras para calentar la comida. Era un mundo completamente diferente al de hoy ".

Otro mundo, otra era, moldeada por el sacrificio y la determinación, que allanó el camino para lo que disfrutamos hoy.

Alrededor de treinta mil mujeres y hombres han compartido parte del viaje de su vida con Bonfiglioli. Algunos crecieron junto a la empresa, mientras que otros eligieron caminos diferentes. Están los que se quedaron solo unos meses y los que alcanzaron allí la meta de toda una vida.

Cada uno, a su manera, brindó una contribución valiosa.

Hay personas que trabajan en Bonfiglioli desde hace casi cuarenta años, y otras que ven con orgullo a sus hijos comenzar un nuevo viaje en la misma empresa. Algunos encontrado el amor y formaron una familia. Hubo quien se marchó dando un portazo y quien siempre la considerará su hogar.



Mario Marchi

Mujeres y hombres que guardan en su memoria imágenes y recuerdos de la empresa y que ayudaron a sentar las bases que han hecho de Bonfiglioli lo que es hoy.

Las historias de Arnaldo, Franco, Vannetta, Roberto, Giuliano, Gabriele, Mario y tantos otros se cuentan entre las más significativas, no solo porque relatan el trabajo en sí, sino también porque revelan los vínculos entre las personas que, a lo largo de los años, han definido de manera constante la forma de hacer las cosas en Bonfiglioli.

Todos ellos, sin excepción, todos los días, en veinte países que abarcan todas las religiones y una gran cantidad de culturas diferentes, continúan haciendo historia.



Clementino en el stand
(Trípoli 1975)



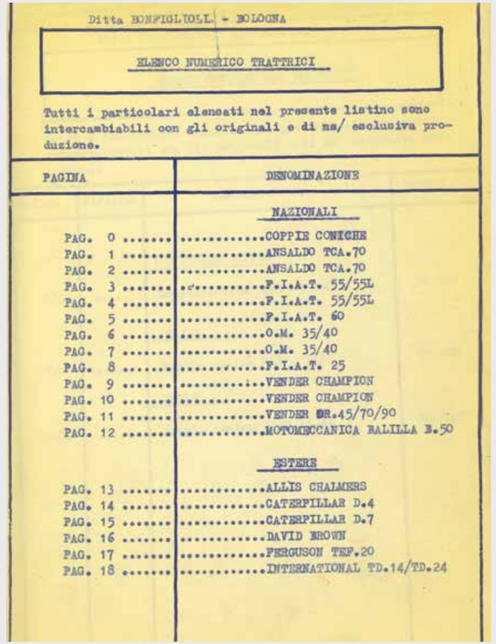
La evolución de la comunicación

DESDE LA PRIMERA FERIA COMERCIAL EN EL EXTRANJERO, CELEBRADA EN TRÍPOLI EN 1975, HASTA LOS STANDS DE ULTRA ALTA TECNOLOGÍA DE HOY

"Todas las piezas enumeradas en este catálogo son intercambiables con las originales y son fabricadas exclusivamente por la empresa".

Lista de Precios Nº 1, 1956.





Ditta BONFIGLIOLI - BOLOGNA

ELENCO NUMERICO TRATTRICI

Tutti i particolari elencati nel presente listino sono intercambiabili con gli originali e di ns/ esclusiva produzione.

PAGINA	DENOMINAZIONE
	NAZIONALI
PAG. 0	COPPIE CONICHE
PAG. 1	ANSALDO TCA.70
PAG. 2	ANSALDO TCA.70
PAG. 3	F.I.A.T. 55/55L
PAG. 4	F.I.A.T. 55/55L
PAG. 5	F.I.A.T. 60
PAG. 6	O.M. 35/40
PAG. 7	O.M. 35/40
PAG. 8	F.I.A.T. 25
PAG. 9	VENDER CHAMPION
PAG. 10	VENDER CHAMPION
PAG. 11	VENDER GR.45/70/90
PAG. 12	MOTOMECCANICA BALILLA B.50
	ESTERE
PAG. 13	ALLIS CHALMERS
PAG. 14	CATERPILLAR D.4
PAG. 15	CATERPILLAR D.7
PAG. 16	DAVID BROWN
PAG. 17	FERGUSON TEF.20
PAG. 18	INTERNATIONAL TD.14/TD.24

La evolución de una empresa no se mide únicamente por la cantidad de nuevos productos que concibe y lanza al mercado, sino también por su capacidad para comunicarse, promocionarse y adaptarse a las nuevas exigencias del mundo en el que opera. Desarrollar estos elementos de manera desequilibrada puede obstaculizar el crecimiento; de nada sirve contar con unos productos excelentes si se fracasa a la hora de atraer a nuevos compradores, pues invalidaría todo el esfuerzo invertido.

A lo largo de sus setenta años de historia, Bonfiglioli se ha abierto camino a través de una serie de épocas muy diferentes, desempeñando un papel de protagonista en la transición desde los catálogos impresos a la era digital: una época en la que las redes sociales, cuando se usan con eficacia, logran acortar al máximo la distancia entre la empresa y el cliente.

En la década de los setenta, el concepto de promoción simplemente no existía y menos aún cuando se trataba del lanzamiento inicial de productos de la industria mecánica al mercado. Solo un puñado de empresas consolidadas exponía en las ferias del sector, y la mayoría de las fábricas de mecanizado eran poco más que talleres artesanales. Para encontrar nuevos clientes, confiaban en las habilidades de sus propietarios, que llamaban a la puerta de las grandes empresas ofreciendo sus servicios como proveedores.

Clementino Bonfiglioli tenía una visión clara del camino que quería que siguiera su empresa y, de hecho, una de las principales razones del conflicto que propició la ruptura con sus primeros socios fue su deseo de expandir el negocio, el que chocaba con la mentalidad más conservadora de quienes habían comenzado el viaje junto a él.

Para impulsar la empresa hacia adelante, Clementino tenía claro que se requería algo más que las estrategias clásicas: necesitaba dotar a los clientes potenciales de una herramienta idónea e inmediata que les permitiese elegir los productos que necesitaban, los cuales, por aquel entonces, consistían principalmente en repuestos para el sector agrícola. Así, en 1956, el mismo año de fundación de la empresa, creó la primera lista de precios. Sin embargo, se necesitaba una solución que permitiera incluso a los no especialistas orientarse alrededor de los engranajes utilizados como repuestos de tractores, por lo que, con un enfoque inusualmente previsor para esos tiempos, Clementino estructuró la lista de precios según el tipo de fabricante: la primera página enumeraba los reductores cónicos, seguidos de una sucesión de marcas, priorizando a los productores italianos (Ansaldo, Fiat, OM), y luego continuando con los fabricantes extranjeros (Allis Chalmers, Caterpillar, David Brown).

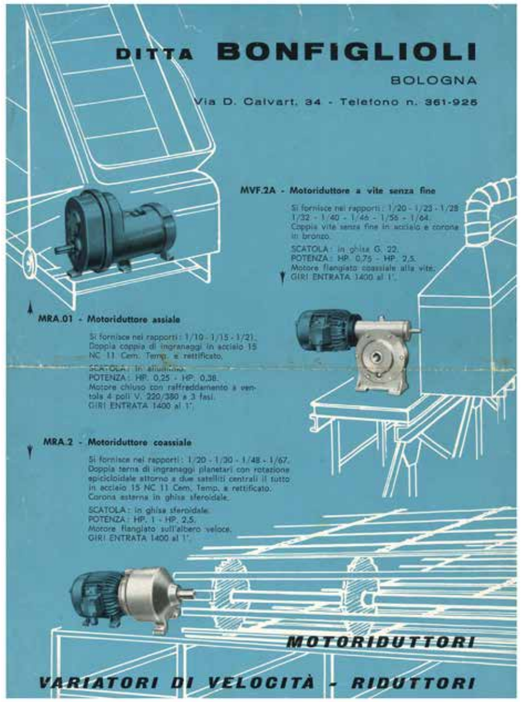
En este documento, la visión que anhelaba transmitir a sus clientes potenciales quedaba realzada en una sola frase de excepcional claridad: "Todas las piezas enumeradas en

este catálogo son intercambiables con las originales y son fabricadas exclusivamente por la empresa".

Un mensaje directo y preciso que, en una sola frase, transmitía dos conceptos centrales en el corazón de la identidad de la empresa: por un lado, que los repuestos eran de una calidad tan alta que podían utilizarse en lugar de los originales y por otro, que eran producidas exclusivamente por Bonfiglioli, evitando que la empresa dependiera de cualquier otro proveedor en cuanto a suministros o fijación de precios. Con una visión tan emprendedora, no es de extrañar que Clementino Bonfiglioli se convirtiera en una de las principales figuras de la industria italiana.

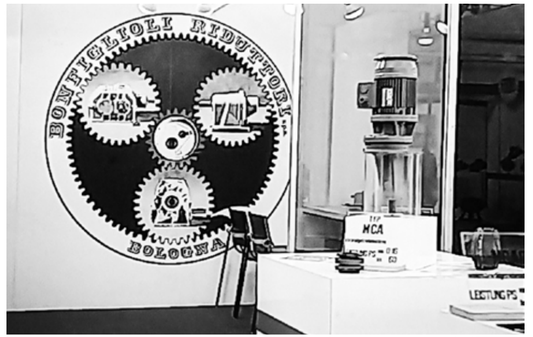
Esta misma filosofía se trasladó al catálogo de 1960, que al mismo tiempo mostró una clara expansión de la oferta de productos: ya no solo engranajes y repuestos, sino también reductores.

En las cuatro páginas del catálogo, se ilustraron nada menos que doce modelos, detallando sus características y las relaciones de reducción de cada uno de ellos. La última página estaba dedicada a un detalle del proceso de producción: después de todo, el cliente necesitaba saber que estaba comprando un artículo fabricado con la mejor tecnología de la época: "El equipo utilizado



EL catálogo de 1960





Hannover 1977



Bauma 2025

Hannover 1982

en la fabricación de nuestros reductores se compone de máquinas herramienta automáticas de última generación, incluidas nuestras máquinas de fresado de engranajes Fellows y los moldeadores de engranajes Michigan, diseñados para trabajos que requieren los más altos niveles de precisión".

Una vez más, el mensaje era claro: ¡nuestros reductores son las mejores!

La empresa atravesaba ahora un periodo de importante expansión, y como tal, a partir de la década de los setenta, estaba dispuesta a darse a conocer a través de la participación en ferias.



Fue Loris Franceschi, uno de los colaboradores de Clementino Bonfiglioli, quien se encargó de organizar y asistir a las primeras ferias de la empresa. Sus historias no solo nos ayudan a comprender hasta qué punto ha cambiado con los años la relación entre la industria y los clientes sino también sirven como instantáneas de una época pasada que aún hoy permanecen vívidas en nuestras mentes.

Trípoli, 1975: Loris Franceschi llegó a la capital libia junto con Clementino Bonfiglioli el día antes del inicio de una de las primeras ferias a las que asistiría la empresa. El mercado del África sahariano tenía un potencial inmenso, y el objetivo de exponer en esta feria era encontrar un distribuidor que se encargara de la distribución y venta de los reductores Bonfiglioli en el continente. Pero cuando Franceschi y Bonfiglioli llegaron al pabellón donde se encontraban todas las empresas italianas, se dieron cuenta de que su stand aún no estaba montado. Tenían menos de veinticuatro horas para organizar y preparar los materiales, pero Clementino no se desanimó: con la ayuda de un carro de mano, transportó personalmente los reductores desde el almacén, donde se apilaban todos los productos, llevándolos a su espacio asignado y montando el stand de la mejor manera posible. Una vez que los materiales estuvieron en su lugar, los dos se dieron cuenta de que los organizadores de la feria ni siquiera habían proporcionado una mesa o una silla para dar la bienvenida a los clientes. Eran tiempos que exigían una asombrosa capacidad de adaptación, de modo que Clementino improvisó unos asientos con unas cajas de madera y los cubrió con una alfombra verde; para dar un poco de vida a las paredes desnudas, colgó algunas páginas del catálogo. En solo unas horas, el stand estuvo listo.

Clementino Bonfiglioli partió al día siguiente, mientras que Franceschi se quedó en Libia otros veinte días. No logró vender ni un solo reductor, pero aquella experiencia resultó ser una lección invaluable para organizar futuras ferias comerciales.

Trípoli 1975

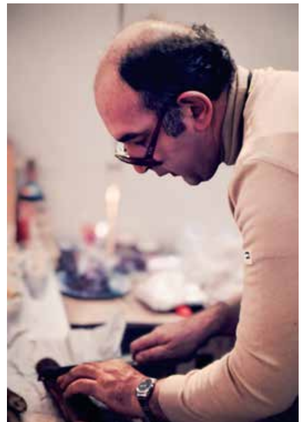
Hannover 1982



Hanover 1982: esta edición no solo contó con el primer stand modular de Bonfiglioli, sino que también fue la primera feria en la que apareció una cafetera italiana moka. A lo largo de la exposición, se prepararon decenas de cafés para los clientes visitantes, y atrajo a tanta gente que, a partir del año siguiente, ya disponían de dos cafeteras en el stand.

Hannover 1985: otra edición de la feria que Franceschi describe de forma tan evocadora. Por iniciativa de Pietro Cavazzuti, gerente de zona para Módena y Sassuolo, se instaló una cocina en la parte posterior del stand, donde el propio Cavazzuti, asistido por el intérprete y alternando entre sus funciones comerciales y culinarias, preparó

Hanover, 1985 - Cavazzuti en la cocina del stand







alrededor de cuarenta comidas al día para los clientes y el personal de ventas. Esta edición también estuvo marcada por otro evento memorable: en el camino de regreso a Italia, durante los controles previos al embarque en el aeropuerto, a Cavazzuti le pidieron que abriera su voluminoso equipaje de mano. Además de algo de comida, el gerente de zona sacó un cuchillo con una hoja de veinte centímetros que había usado durante la feria para preparar las comidas. Como era de imaginar, la tensión aumentó de inmediato; los policías alemanes se pusieron rígidos y sus manos se movieron hacia las fundas de sus armas. Entonces Cavazzuti, con una sangre fría envidiable, sacó también de su maleta un salame y una botella de Lambrusco, que procedió a compartir con los oficiales. Al final, todos terminaron disfrutando alegremente de aquel inesperado y delicioso banquete.

Contar la historia hoy despierta una sonrisa, pero ¡imaginaos cómo terminaría la historia ahora, si sucediera algo así en cualquier aeropuerto del mundo!

En los stands de la feria de principios de los setenta, el enfoque era simple: los productos se exponían y dependía enteramente de los vendedores conectar con los visitantes para explicarles sus características. Hoy en día, las ferias se organizan hasta al más mínimo detalle: las empresas ya no venden productos, ofrecen soluciones. Cuentan con servicios de catering exclusivos para sus clientes, a

Personal de ventas en el stand de Hannover.



Características interactivas en el stand de SPS Nuremberg 2023.









Presentaciones de productos en ferias comerciales en la década de los noventa

veces con chefs de estrella Michelin que preparan platos gourmet; hoy en día, se necesita algo más que una cafetera moka para atraer nuevos clientes.

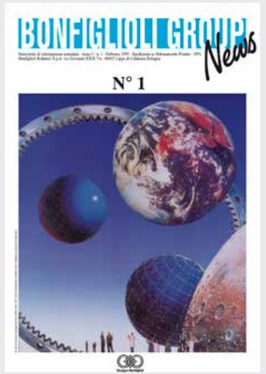
La atención se centra, cada vez más, en la experiencia vivida, y los servicios digitales apoyan este nuevo enfoque, trabajando codo a codo con las personas. Solo tenemos que pensar en cómo se recopilan los datos de los visitantes en un stand de una feria: hace cincuenta años, se llenaban formularios escritos a mano con información del cliente y tarjetas de visita; hoy en día, las plataformas dedicadas gestionan la información conectando los perfiles de las redes sociales de las empresas con los visitantes.

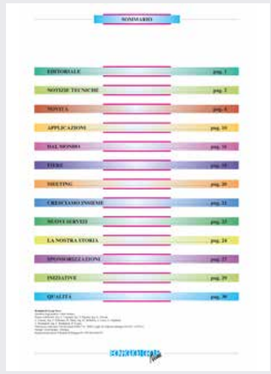
Internet ha cambiado el mundo, y aquellos que entendieron su potencial desde el principio obtuvieron una tremenda ventaja. De hecho, la web fue el corazón de una de las piedras angulares del desarrollo de Bonfiglioli: en la primera mitad de los años noventa, las conexiones entre ordenadores eran terreno exclusivo de instituciones militares o científicas, que empezaban a poner a prueba sus posibilidades. En Italia, la primera página web fue publicada a principios de 1993 por la Universidad de Pisa; en agosto del mismo año, el primer sitio web oficial se puso en línea gracias al Centro de Investigación, Desarrollo y Estudios superiores de Cerdeña, dirigido por el premio Nobel Carlo Rubbia. En 1994, en Cerdeña, una vez más, nació el primer proveedor web italiano, con el objetivo de llevar Internet a un público más amplio.

Solo dos años después, cuando el desarrollo digital era aún una realidad lejana para la gente común, Bonfiglioli supo adelantarse a su tiempo, intuyó su potencial y registró su propio dominio (www.bonfiglioli.com).

Este hito histórico marcó para siempre el camino de crecimiento y conectividad de la compañía, y en febrero de 1996, la empresa comenzó a publicar Bonfiglioli News con el fin de crear un canal directo para estar en contacto con todos los miembros de su comunidad, independientemente de su vinculación con la firma. Era una revista semestral que cubría una amplia gama de temas, desde desarrollos técnicos hasta material promocional, eventos y nuevos productos. La clave del éxito de la revista radicaba en el hecho de que los artículos iban más allá de simplemente describir la evolución de la empresa sino que compartían una visión de futuro con sus lectores. Bonfiglioli no solo imprimió algunas copias para dejarlas en las mesas de la sala de espera; diseñó un verdadero plan editorial y se enviaron miles de copias por correo a empleados, proveedores, clientes y asociaciones de la industria. En poco tiempo, la revista se convirtió en una herramienta indispensable para profundizar en el

El primer número de Bonfiglioli News en 1995, páginas seleccionadas.











mundo de los motorreductores: una crónica en constante actualización, a medio camino entre un expediente técnico y una revista interna. En sus páginas, los lectores podían encontrar diagramas de cálculo de engranajes, así como fotos de las ferias comerciales a las que la compañía había asistido. Esta forma tan innovadora de comunicarse fue la carta de presentación de la marca de Bonfiglioli durante una década y solo sería sustituida a principios de los años dos mil por las estrategias de comunicación emergentes de las redes sociales.

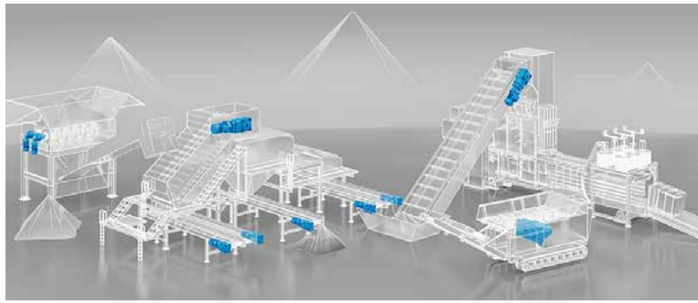
A medida que la empresa experimentaba su metamorfosis, se puso un gran énfasis en renovar la marca corporativa. Durante los años ochenta, el logotipo histórico, que representaba una serie de reductores rodeados por el nombre de la empresa, había dejado de resultar actual, por lo que también necesitaba un lavado de cara. Así, a partir de 1980, se introdujo un nuevo logotipo que reflejaba mejor la evolución de Bonfiglioli, representando una visión clara para el nuevo milenio, respaldada por eslóganes que se transformaban al compás de la marca.

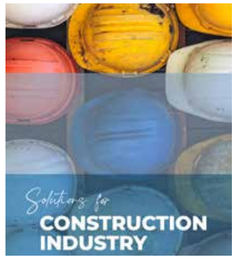
A principios del siglo XXI, Bonfiglioli comenzó a sentar las bases para la transformación que ha llevado a su éxito

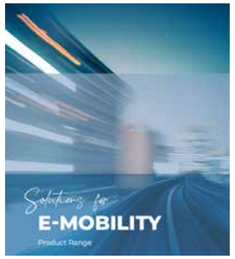
De la campaña publicitaria de Agile de 2009 a los métodos de comunicación actuales: la historia de una marca que siempre ha sido líder.



La evolución del logotipo de la empresa hacia la imagen de marca actual













actual, no solo como un mero fabricante de reductores, sino como proveedor de soluciones industriales completas. Esto supuso un cambio sistémico, uniendo todas las funciones del Grupo.

El nuevo enfoque de la comunicación se hizo claramente evidente con el lanzamiento del convertidor Agile en 2009; la promoción integrada, que incluye un catálogo, publicidad, vídeos digitales, sitio web, gadgets promocionales e incluso una zona exclusiva dentro del stand de la feria, dio como resultado una campaña que se parecía mucho más a la de un producto de gran consumo que a la de uno industrial.

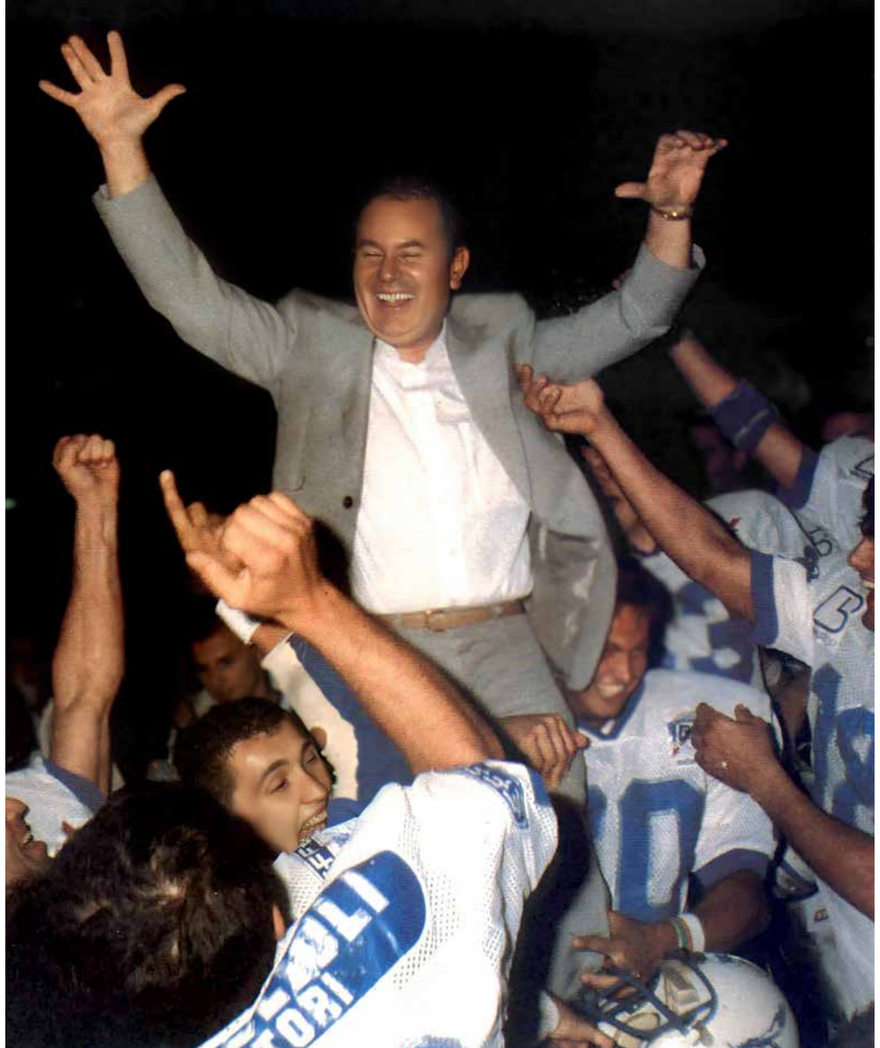
Desde entonces, las herramientas digitales se han vuelto cada vez más efectivas: no solo el sitio web de Bonfiglioli ahora recibe miles de visitas diarias, sino que los canales en redes sociales de la compañía también comunican su visión de una manera cada vez más coordinada y orgánica. Hoy en día, el perfil de LinkedIn de la empresa es también un punto de encuentro para muchos profesionales de la industria que desean mantenerse al tanto de su evolución. De hecho, un porcentaje creciente de nuevas contrataciones se realiza a través de esta plataforma, lo que permite un contacto rápido y fácil con un gran número de perfiles profesionales.

En estos tiempos vertiginosos, cuando el contenido tiene una vida útil tan corta, es esencial tener una estrategia de comunicación clara, especialmente para una empresa que opera a escala global. Tener en cuenta las diferencias ambientales, sociales y culturales es fundamental para cualquier grupo industrial que quiera seguir siendo líder en su campo.

Por todo ello, en los últimos años, Bonfiglioli ha desarrollado campañas de comunicación que amplían su perspectiva, expandiéndose hacia horizontes tan amplios como lejanos. Quienes gestionan estos esfuerzos hoy en día se enfrentan a importantes desafíos estratégicos: por ejemplo, organizar una feria comercial importante requiere una planificación clara e ideas definidas, tanto es así que las reuniones iniciales suelen celebrarse un año antes del evento en sí. La forma de compartir los contenidos también se ha transformado; las redes sociales atraen ahora a millones de usuarios y resulta cada vez más crucial llegar a un número creciente de clientes potenciales.

Y así, Bonfiglioli, que una vez fue solo un pequeño expositor en una feria comercial de Trípoli, donde no se vendió ni un solo reductor, genera ahora millones de euros en ingresos anuales en toda África, más de cincuenta años después de que emprendiera su viaje. Su oficina de Sandton, en Sudáfrica, emplea actualmente a ochenta personas, algunas de las cuales llevan más de veinte años en la empresa, convirtiendo el recuerdo de la alfombra verde de ese primer stand africano en una historia de éxito verdaderamente extraordinaria.





Acostumbrado a ganar en los negocios y en el deporte

PASIÓN POR EL EQUIPO ROSSOBLÙ Y UN ESPÍRITU GUERRERO

Era una tarde soleada el 7 de junio de 1964. Faltaban pocos minutos para las siete, cuando el árbitro Lo Bello hizo sonar el silbato final del encuentro entre los equipos de Bolonia e Internazionale de Milán.

El Bolonia se coronaba campeón de Italia por séptima vez. En la ciudad de los pórticos y del Colle della Guardia, los aficionados inundaron las calles para celebrar la victoria. Entre ellos estaba Clementino Bonfiglioli, un devoto seguidor del equipo Rossoblù.

Su pasión por el fútbol y por el Bologna FC le acompañó a lo largo de toda su vida. Nunca se perdía un partido, y siempre se le podía encontrar en su asiento en las gradas del estadio Renato Dall'Ara.

A lo largo de los años, algunos de los cuales fueron difíciles para el equipo tanto en lo económico como en lo atlético, Bonfiglioli resistió los cantos de sirena que lo invitaban a convertirse en uno de los propietarios del club boloñés, optando en su lugar por dejar que la razón prevaleciera sobre la pasión. Siempre explicaba a las personas más cercanas a él que proteger su empresa era la prioridad: dirigir el equipo de fútbol del Bolonia habría requerido demasiada energía y excesivos recursos financieros, lo que habría repercutido negativamente en su negocio. A pesar de esto, a lo largo de los años, nunca dejó de proporcionar su apoyo financiero como patrocinador.

Su pasión por los colores rojo y azul del equipo era uno de sus temas de conversación favoritos, especialmente los





El 7 de junio de 1964, el histórico desempate por el título de la Serie A: Bolonia vs Inter, en el Estadio olímpico de Roma.



lunes por la mañana, cuando, como cualquier verdadero fanático, analizaba los resultados del domingo de su equipo con los colaboradores más cercanos.

Uno de los muchos recuerdos que me ligan al jefe guarda relación, precisamente, con el fútbol.

A principios de la década de 2000, yo era responsable de la planificación de la producción en la planta de Lippo, y los sábados por la mañana, solía pasarme por la oficina para revisar las actividades con un poco más de calma y tranquilidad. A veces mi hijo Simone, que tenía unos ocho años en ese momento, venía conmigo: Yo trabajaba y él dibujaba. Hacia media mañana, como de costumbre, recibía una llamada telefónica de Clementino, que siempre se pasaba por la empresa los sábados.





"Hola Michele, ¿estás con Simone?"

Después de mi respuesta afirmativa, continuaba: "Sube a mi oficina con él".

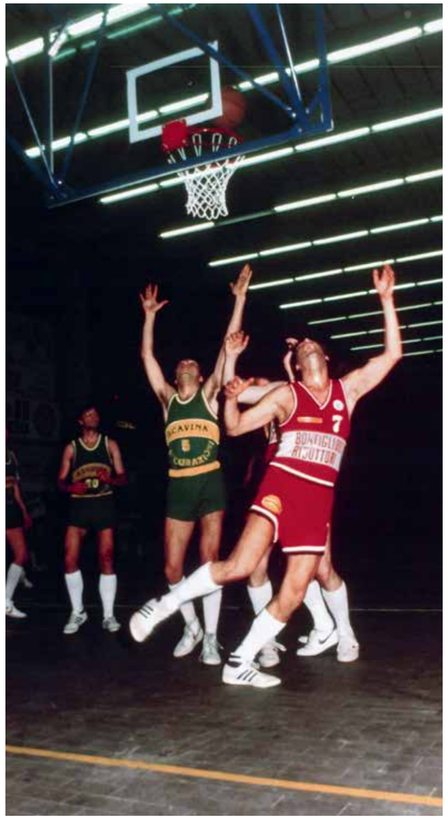
Mientras recorría los pasillos de la mano de mi hijo, me preparaba para presenciar una especie de ritual de iniciación pagana que había visto muchas veces antes. Una vez que llegábamos a su despacho de la primera planta, Bonfiglioli señalaba el plato de cristal que tenía sobre su escritorio, siempre repleto de caramelos, e invitaba a mi hijo a coger algunos. Entonces, con la mirada astuta de alguien que sabe que está a punto de hacer una broma, se inclinaba hacia Simone y le susurraba: "Recuerda, Simone: eres de Bolonia, así que tienes que ser del Bolonia, no como tu padre, que es del Nápoles".

Incluso hoy en día, mi hijo, que ahora tiene veintitantos años y es un devoto seguidor del Bolonia, todavía recuerda esos sábados por la mañana llenos de caramelos y fútbol. Por mi parte, me queda una sensación de privilegio y un profundo sentido de gratitud por haber vivido esos momentos inolvidables.



Sonia junto a Sasha Danilovic, Roberto Brunamonti y el presidente Alfredo Cazzola con motivo de la conquista del 13º título de Liga (Scudetto) del Virtus Bologna, y más recientemente, con el jugador del Virtus Segafredo de Bolonia, Andrejs Grazulis en 2024.

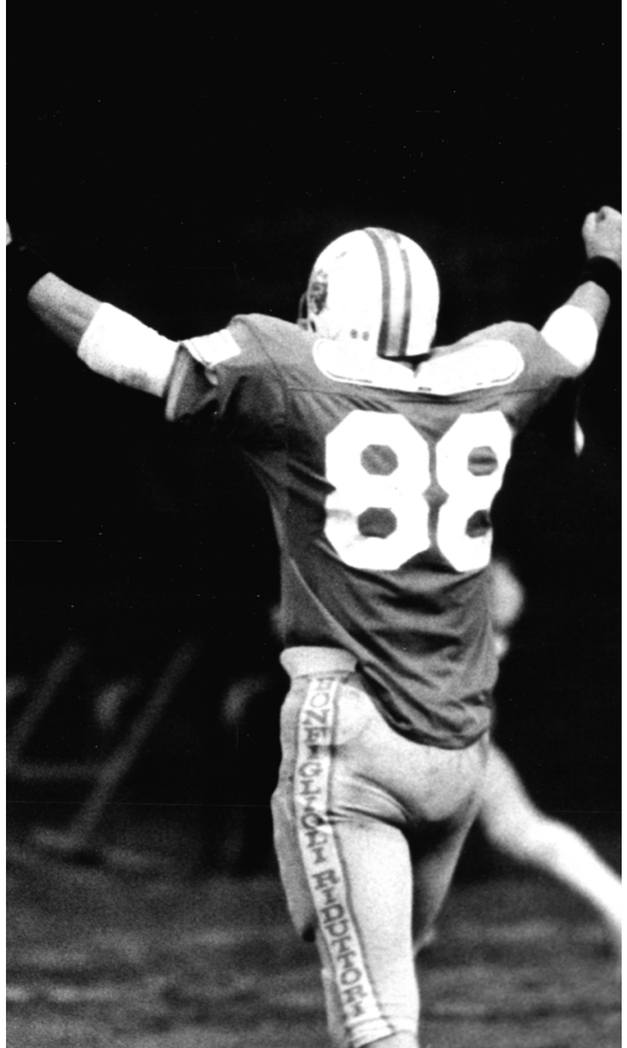






Para Bonfiglioli y su fundador, el deporte nunca fue una herramienta de promoción, sino más bien un medio para apoyar el tejido social de Calderara y sus alrededores; una forma de construir un enfoque diferente que uniera a las personas incluso fuera de las instalaciones de la empresa. Durante muchos años, Bonfiglioli patrocinó las secciones de ciclismo y baloncesto de la Polisportiva Calderara, proporcionando un apoyo financiero vital para el club deportivo donde se entrenaban los hijos de muchos empleados. Era una forma de ampliar su visión de servicio social y su conexión con la comunidad local; el mismo enfoque, como veremos en un capítulo posterior, se implementó en la India.

En Bolonia, una ciudad apasionada por el baloncesto y el fútbol, otro deporte llegado de muy lejos comenzó a ganar popularidad a principios de la década de 1980: el fútbol americano. En los recién creados canales de televisión privados, los partidos de la NFL comenzaron a transmitirse los domingos por la mañana, con sus deslumbrantes colores, cascos y protecciones para resguardar a los jugadores de las colisiones. En aquellos años, gracias a la determinación de unos pocos entusiastas, Bolonia vio nacer dos equipos: los Doves y los Warriors.



El profesor Attilio Lodi, uno de los cirujanos más eminentes de Bolonia y presidente de los Warriors, quería convertir a su equipo en uno de los mejores de Italia, por lo que decidió involucrar a su amigo de la infancia, Clementino Bonfiglioli. Fascinado por un deporte tan diferente al que estaba acostumbrado, aceptó con entusiasmo tomar un papel activo en la gestión de las finanzas del club. Corría el año 1985 y el fútbol americano estaba a punto de hacer historia en Bolonia. En el consejo de administración, junto con Lodi, se sentaban nada menos que el propio Bonfiglioli como vicepresidente, su hija Sonia como miembro del consejo y varios ejecutivos que apoyaban la gestión estratégica del club.

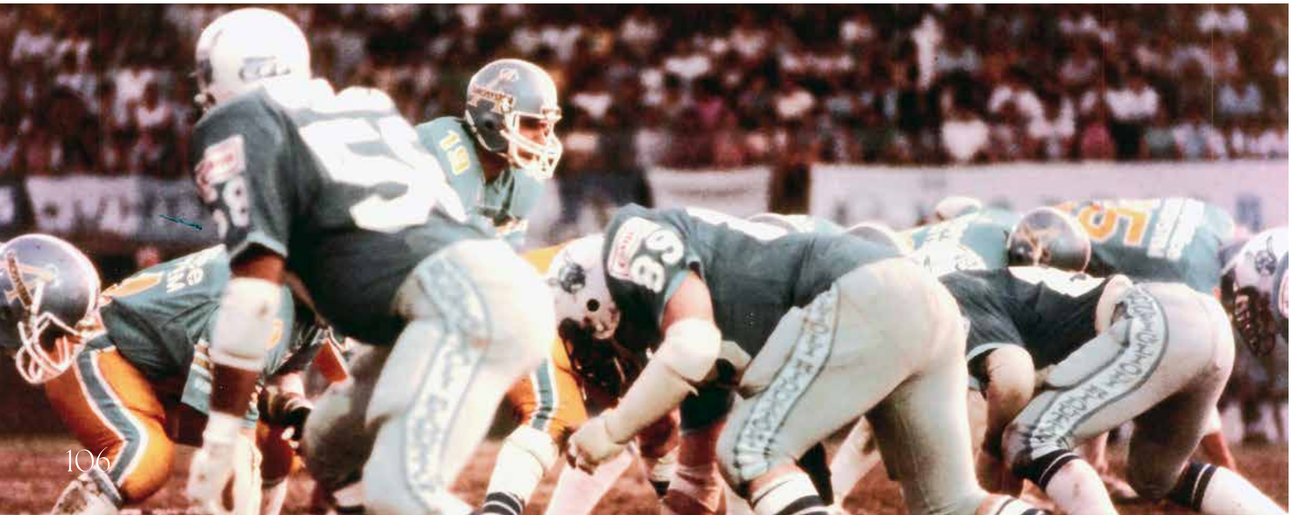
Durante esa época, se asignaron presupuestos muy importantes, lo que permitió incorporar a figuras de primer nivel, tanto en el cuerpo técnico como en la plantilla de jugadores. En el primer año del equipo, llegaron a clasificarse para los playoffs, pero ese no era el objetivo de Clementino Bonfiglioli.

Al final de la primera temporada bajo su dirección, en el verano de 1985, durante la reunión de la junta convocada para establecer el presupuesto para la temporada siguiente, el presidente Lodi solicitó actualizaciones sobre los contratos de patrocinio con vistas al próximo campeonato. La conversación fue interrumpida por el doctor Biagi, responsable de las finanzas de la empresa, quien preguntó cuáles eran exactamente los objetivos. El concepto era sumamente pragmático: el presupuesto se construiría sobre la base de esos objetivos.

Bastó una sola mirada entre Clementino Bonfiglioli y su esposa Luisa para confirmar lo que todos ya sabían. "Quiero ganar", dijo, mirando al resto de miembros del

06 Acostumbrados a ganar en los negocios y en el deporte







consejo. Y así fue.

En 1986, los Warriors derrotaron al equipo de los Jets Bolzano en las semifinales, ganando el derecho a jugar la Supercopa de Italia en Bolonia contra el Pesaro. Tener la oportunidad de jugar la final en el estadio Dall'Ara, ante sus propios fanáticos, era posiblemente una oportunidad única en la vida, y los nervios a flor de piel se palpaban en el ambiente. Sin embargo, Clementino Bonfiglioli sabía perfectamente cómo motivar a su equipo.

La noche anterior a la final, todo el equipo y el cuerpo técnico fueron invitados a las instalaciones de Bonfiglioli Riduttori en Lippo. Se había organizado una cena en el comedor de la empresa para que todos pudieran reunirse de cara al encuentro del día siguiente. De aquel evento nos queda un relato preciso y detallado del evento de una de las figuras clave de la temporada: Paolo Parlangeli. Por

La final de 1986: equipo, recuerdos y fotos de partidos



aquel entonces, él era el director deportivo del equipo, y esos momentos han quedado a fuegos en su memoria: “Todos los jugadores, entrenadores y directivos estaban sentados, cenando con Bonfiglioli, mientras él compartía diversas anécdotas. Hacia el final de la velada, Beppe Grandini, el técnico de vídeo del equipo, reprodujo un montaje con las mejoras jugadas de los partidos que habían llevado al equipo hasta allí. Las imágenes incluían también entrevistas y bromas desenfadadas, dirigidas casi siempre a nuestros eternos rivales, los Doves: El otro equipo de la ciudad de Bolonia. Una vez finalizado el vídeo, entre risas y gritos que inundaban la sala, las luces se apagaron y se hizo el silencio; Beppe había preparado una sorpresa que nadie se esperaba. Comenzó un vídeo que mostraba las mejores jugadas ofensivas y defensivas de esa temporada al ritmo de 'Don' t Stop Me Now 'de Queen. El mensaje era alto y claro: muchachos, hemos trabajado duro para llegar hasta aquí, así que mañana terminemos el trabajo de la mejor manera y ganemos el campeonato. Al final del vídeo, las notas de «We Are the Champions» de Queen llenaron la sala, que quedó sumida en un silencio cargado de emoción. Clementino Bonfiglioli se acercó al profesor Lodi y le dijo: "Mañana, seremos nosotros los que ganemos", antes de acercarse a mí y añadir: "Voy a ir preparando las bebidas para celebrar". A la salida de las instalaciones de la empresa, un grupo de chicos esperaba a que salieran los jugadores para pedirles autógrafos: por aquel entonces, Lippo era un pequeño pueblo de unas pocas almas, a quienes los gritos de la calle despertaron de la cama esa noche. Algunos de estos jóvenes, montados en sus ciclomotores, escoltaron a los coches del equipo hasta las afueras de la ciudad, dándoles una sentida despedida colectiva en la víspera de la gran final.”

Al día siguiente, en el estadio Dall'Ara, la expectación era máxima, avivada en gran medida por los periódicos y los medios de comunicación, que habían alimentado el interés en el evento. Se esperaban quince mil espectadores; al final, acudieron diecisiete mil. La multitud era tal que, a mitad del partido, se abrieron las puertas para permitir la entrada de otros siete mil espectadores.

El partido fue un triunfo absoluto: los Warriors vencieron a los Angels de Pesaro por 16 a 6. Después de perder dos finales, los Warriors finalmente ganaron el campeonato, el 5 de julio de 1986. Clementino Bonfiglioli quedó inmortalizado en las fotos de la ocasión, portado a hombros en triunfo por sus jugadores a lo largo del campo para celebrar la victoria.

Las celebraciones continuaron en el vestuario. Una vez más, Parlangeli recuerda el momento con total nitidez: "El olor a alcohol superaba con creces al del sudor. Fue una gran fiesta para nosotros y para Bolonia ".

La alianza entre Bonfiglioli y los Warriors duró cinco años: además de la victoria en el campeonato, lograron una serie de otros resultados extraordinarios, incluyendo otra final de liga contra el Busto Arsizio y una presencia en semifinales. Todo ello sirve como prueba de que, con pasión, organización y el equipo adecuado, ningún resultado es inalcanzable.

Este período de triunfos deportivos también fue un reflejo de cómo Bonfiglioli abordaba los nuevos proyectos, aplicando exactamente el mismo método dentro de sus empresas. Cuidar de sus empleados, comprender sus situaciones familiares, permanecer a su lado en los momentos más difíciles: estas eran las premisas que forjaron un vínculo inquebrantable entre un líder y su equipo.

Al fin al cabo, una empresa no es tan diferente de un equipo deportivo. La pasión que Clementino Bonfiglioli sentía por el Bolonia en el estadio Dall'Ara era la misma que profesaba, como empresario, por sus productos y sus empresas.

Es fácil imaginarlo contemplando sus dos grandes pasiones: en el estadio, celebrando la clasificación del Bolonia para la Liga de Campeones, y con idéntico orgullo, disfrutando del éxito de las mujeres y los hombres que ayudaron a edificar la Bonfiglioli que conocemos hoy. Ambos, ahora más que nunca, son increíbles, verdaderamente extraordinarias y están listas para los desafíos que aguardan en el futuro.





Soluciones al servicio de las personas

EL REDUCTOR: UN AGENTE ENCUBIERTO EN NUESTRA VIDA COTIDIANA

Solutions for EVERYDAY LIFE.

Los thrillers son un género cinematográfico muy popular.

Las películas nos cuentan historias apasionantes que a menudo están protagonizadas por agentes secretos: personajes que llevan a cabo misiones electrizantes, héroes silenciosos y discretos que pocas personas notan, pero sin los cuales la trama simplemente no podría avanzar.

En el mundo de la mecánica, existe un dispositivo que nos ayuda en nuestro día a día sin dejarse ver nunca, con todo el sigilo de un agente secreto: el reductor.

Muchas personas ni siquiera saben que este componente existe, pero se benefician de lo que hace. Todos los días, estamos acostumbrados a realizar acciones que son el resultado del progreso. Nos parece normal coger unas escaleras mecánicas para llegar a una estación de metro, así como nos resulta normal colocar la compra en la cinta transportadora de la caja de un supermercado; ¿y qué decir de las risas de los niños en las atracciones de los parques de atracciones? ¿O de coger un ascensor para subir a los pisos superiores de un edificio?

Todasestasaccionesquedamosporsentadassimplemente no serían posibles en una hipotética realidad alternativa sin reductores. Los reductores son amigos invisibles que ayudan al ser humano en muchas de sus actividades, y no solo en la vida cotidiana.



Serie de ilustraciones creadas en la década de 1990 para Bonfiglioli News





Pisa es una de las ciudades más famosas del mundo gracias a la espléndida Piazza dei Miracoli y a su monumento más icónico: la torre que se alza junto a la catedral desde hace más de ocho siglos.

Lo que hace que la torre sea única es su inclinación: la morfología del suelo sobre el que fue construida provoca que se incline 3,97 grados.

En 1990, un proyecto de conservación se propuso reducir la inclinación de la torre para atenuar el riesgo de derrumbe. Para este proyecto, que duró más de diez años, se utilizó una máquina especial para instalar los tirantes de anclaje que soportaban el peso de la torre. Esta máquina estaba equipada con una serie de accionamientos planetarios Bonfiglioli de la serie 700C. Cuando se completó las obras de mejora, el monumento, único en el mundo, se reabrió de nuevo al público.

Otro lugar que es único en el mundo por sus características morfológicas y naturales es el desierto de Atacama, en Chile. Situado entre el Océano Pacífico y la cordillera de los Andes, los científicos lo han estado estudiando durante años.

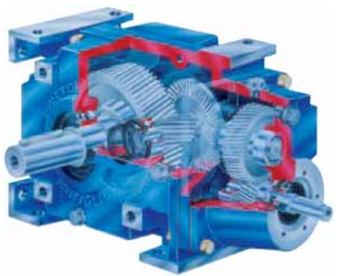
Bajo su superficie yacen minerales preciosos como el molibdeno, el litio y el cobre: de hecho, la mina más grande del mundo se encuentra justo allí. Para extraer estos minerales se utilizan máquinas que pueden separar el agua subterránea del material sólido que los contiene: un proceso que tiene lugar dentro de enormes tanques cilíndricos de cien metros de diámetro. Por efecto de la gravedad, el material más pesado se asienta en el fondo, mientras que el agua fluye por los bordes de los tanques. En esta etapa del proceso de extracción, entra en juego un rascador espesador accionado por accionamientos planetarios, que guía los minerales sólidos hacia las aberturas situadas en la parte inferior de los cilindros.

Esta solución es extremadamente útil porque logra dos objetivos a la vez: reduce simultáneamente los costes y minimiza el impacto medioambiental.

Desde las profundidades de la Tierra, viajamos a la inmensidad de las galaxias, de la oscuridad de las minas al negro impenetrable del cosmos.

Todos conocemos la sensación de asombro cuando miramos al cielo, y la belleza de las estrellas y los planetas captura nuestra imaginación. En la antigüedad, visionarios como Galileo Galilei comenzaron a observar y estudiar la esfera celeste, utilizando medios rudimentarios para explorarla; herramientas que evolucionaron gradualmente y condujeron a descubrimientos siempre nuevos. En aquel entonces, aquellos que desafiaban las creencias populares y religiosas arriesgaban sus propias vidas, pero la historia les ha dado la razón, en gran medida gracias a la creación de instrumentos cada vez más sofisticados que han permitido una mejor observación de las galaxias. Hemos pasado de los primeros telescopios a los modernos





observatorios astronómicos, a menudo construidos a gran altura, lejos de la contaminación lumínica de las ciudades.

La Silla es un observatorio situado en el desierto de Atacama, a más de dos mil metros sobre el nivel del mar y a seiscientos kilómetros de Santiago de Chile. Desde la década de 1960, la ESO, Organización Europea para la Investigación Astronómica en el Hemisferio Sur, ha estudiado las galaxias desde aquí utilizando telescopios de vanguardia. Para gestionar el movimiento de estos enormes ojos que contemplan el universo, se han instalado reductores Bonfiglioli, cuyas características únicas les permiten operar en condiciones climáticas difíciles. En este caso, las condiciones son realmente desafiantes, dada la altitud de los Andes, con sus paisajes y panoramas que parecen pinturas.

Y a propósito de pintura, son muchos los que han rendido homenaje a la belleza de la capital de Normandía: Ruán.

Durante cientos de años, su centro histórico ha atraído a visitantes de todo el mundo, gracias a la sucesión de palacios y casas con entramado de madera que bordean sus estrechas calles, donde magníficas iglesias construidas a lo largo de los siglos conviven con los edificios civiles. De todas ellas, la más famosa es, sin duda, la Catedral de Notre Dame, un maravilloso ejemplo de arquitectura gótica que, en la mente de los amantes del arte, quedará para siempre vinculada a la serie de pinturas del maestro impresionista Claude Monet, quien la retrató a diferentes horas del día. En las docenas de obras pintadas por el artista francés, la catedral emerge en toda su magnificencia, ofreciendo no solo una imagen icónica de la ciudad, sino sirviendo también como un hito en la historia de la pintura.

Pero Ruán es mucho más que historia: es también un enclave comercial, debido al hecho de que su posición a orillas del Sena la ha convertido en el puerto fluvial más importante de Francia. Con el tiempo, un importante sector industrial se ha desarrollado en toda el área metropolitana de Ruán, con empresas de sector automotor, aeronáutico y farmacéutico que tienen instalaciones de producción alrededor de la ciudad. El crecimiento económico hizo necesario modificar y ampliar las infraestructuras para permitir una mejor movilidad a sus habitantes, y una de las obras civiles más importantes de la ciudad es el puente Gustave Flaubert.

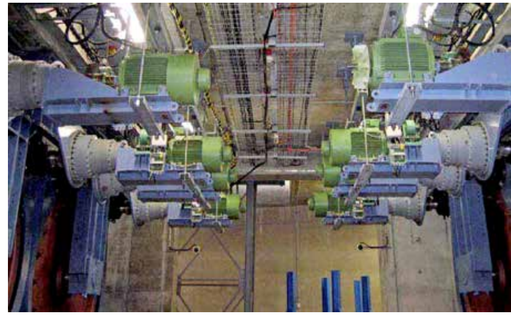


La solución innovadora diseñada para la construcción del puente es particularmente notable: tenía que permitir el paso rápido de los grandes barcos comerciales, al tiempo que creaba una nueva alternativa para el tráfico urbano y aseguraba que, estéticamente, el impacto en el paisaje metropolitano fuera mínimo. El resultado es un puente que permite el paso de los barcos levantando todo el tablero de la calzada que conecta las dos orillas del Sena, elevándolo a una altura de cincuenta y cinco metros. Para levantar más de dos mil toneladas, se instalaron accionamientos planetarios Bonfiglioli de la serie 316 dentro de los pilares masivos, los cuales permiten que el puente suba y baje en tan solo unos minutos.

Otro puente, en un continente lejano, es el icono de su ciudad: El puente de la bahía de Sídney.

Construido en la década de 1920, se ha convertido, junto con la Ópera, en el gran símbolo de la ciudad australiana, conectando ambas orillas de la bahía y sirviendo como principal puerta de entrada al centro de la ciudad. Como todas las estructuras de esta envergadura, el puente de la bahía requiere un mantenimiento continuo y periódico para











prevenir el deterioro estructural. La empresa encargada de las operaciones de inspección cuenta con una serie de plataformas que se deslizan por debajo de la calzada del puente, donde los trabajadores realizan las reparaciones necesarias. Esta solución ha reducido significativamente el tiempo requerido para realizar dichos trabajos, y el movimiento de estas plataformas de mantenimiento se apoya en una serie de reductores Bonfiglioli capaces de soportar las condiciones ambientales australianas.

En esta lejana y hermosa tierra, donde la naturaleza ha esculpido maravillas como los acantilados de los Doce Apóstoles y la Gran Barrera de Coral, el amor por el deporte es profundo: el cricket y el fútbol se practican de forma masiva, pero, por encima de todos, el rugby reina soberano. Debido, en parte, a una feroz rivalidad con Nueva Zelanda, el rugby congrega a las mayores multitudes, y los estadios de rugby australianos siempre están llenos de aficionados apasionados. Para los clubes, el objetivo prioritario es ofrecer a sus seguidores una experiencia cada vez más inmersiva durante los partidos.

Y, una vez más, el agente secreto de la mecánica interviene para dar respuesta a las necesidades de la humanidad.

El estadio Australia, en Sídney, se construyó para albergar los Juegos Olímpicos de Australia en 2000 y, con una capacidad que supera los ochenta mil asientos, es uno de los estadios más grandes del hemisferio sur.

El proyecto fue diseñado para que el estadio pudiera



adaptarse a diferentes disciplinas, permitiendo modificar la posición de las gradas según las necesidades de cada evento. Para lograrlo, la empresa constructora utilizó reductores Bonfiglioli: alrededor de treinta reductores de la serie A combinados con accionamientos planetarios, hacen posible que las gradas se acerquen o alejen del campo de juego según sea necesario. Secciones de gradas con un peso de hasta quinientas toneladas se desplazan en apenas media hora, garantizando a los aficionados una visibilidad excelente de los encuentros.

Entre los deportes más populares del mundo, el automovilismo ocupa sin duda uno de los lugares de honor. En particular, la Fórmula 1 cuenta con millones de seguidores, gracias en parte a una escudería de renombre mundial: Ferrari.

Pero, ¿qué une a los reductores Bonfiglioli con el famoso fabricante de Maranello? Además de su campeonato principal, Ferrari organiza regularmente eventos exclusivos para sus clientes, y algunos de estos clientes han logrado, con el tiempo, comprar autos de Fórmula 1. Ferrari organiza estos encuentros para que los adinerados propietarios puedan experimentar la emoción de conducir su propio coche en una circuito real, contando con el respaldo de los mecánicos y técnicos de Ferrari. Estos autos, que dominan el mundo del automovilismo, son joyas de alta tecnología, tan avanzadas como delicadas, particularmente los modelos históricos, que requieren procedimientos específicos durante el arranque. El motor se pone en marcha con un equipo que incorpora un reductor Bonfiglioli de la serie C, que, gracias a su diseño compacto, puede ser manejado con total facilidad por los mecánicos de Maranello.

Los agentes secretos son expertos en pasar desapercibidos y ocultar sus operaciones; en el mundo de la mecánica, el reductor no tiene rival a la hora de desempeñar esta misma función. No se trata solo de escaleras mecánicas



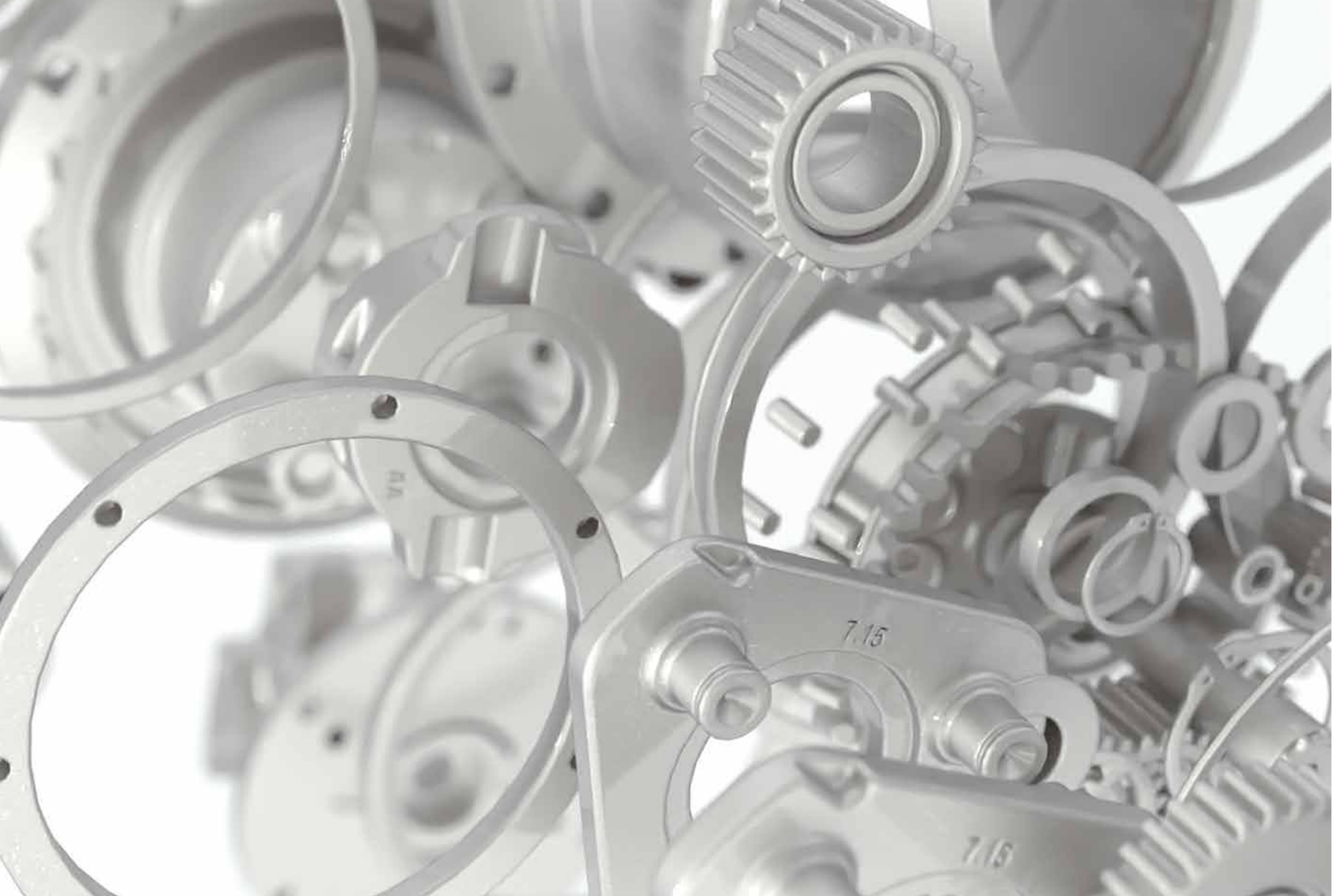




u observatorios astronómicos; el impacto que estos componentes tienen en nuestras vidas es mucho mayor de lo que la mayoría de la gente podría imaginar. Cuando un dolor de cabeza nos complica el día, tomar un analgésico parece la cosa más simple del mundo, sin embargo, esa pastilla, que nos traerá alivio en cuestión de horas, ha sido envasada por máquinas equipadas con reductores. Cuando abrimos nuestra despensa buscando un dulce que nos levante el ánimo después de un día difícil, deberíamos recordar que, en algún lugar a lo largo de la línea de producción, un reductor desempeñó un papel activo, haciendo avanzar una cinta transportadora o haciendo girar una plataforma de embalaje. Incluso las fresas que saboreamos en los meses de verano son lavadas por máquinas equipadas con reductores, antes de llegar a nuestras mesas.

En lo profundo de la tierra o en los picos de las montañas más altas, en las profundidades del mar y en los desiertos áridos, en las grandes metrópolis y en las pequeñas ciudades, en las empresas y en nuestros hogares: los motorreductores forman parte de nuestras vidas y desempeñan un papel clave para hacerlas mejores. A menudo, permanecen invisibles: el agente secreto más famoso del mundo está al servicio de Su Majestad, mientras que el motorreductor está al servicio de nuestras vidas, todos los días.





De los reductores a los sistemas: el camino hacia un sueño

PARA MANTENER EL MUNDO EN MOVIMIENTO



Este libro marca un hito importante: setenta años de historia.

En 1951, un joven Clementino Bonfiglioli comenzó su viaje empresarial en un pequeño taller. Hoy, Sonia, su hija, ha hecho realidad el sueño de su padre, transformando Bonfiglioli en una organización global. El éxito de la compañía se basa en dos pilares: la visión empresarial y sus productos; dos elementos que, combinados, han convertido a Bonfiglioli en lo que es hoy.

Hacia finales de la década de 1950, los reductores de velocidad ya estaban disponibles en el mercado, pero en su mayoría eran soluciones hechas a medida, creadas específicamente para las máquinas en las que se instalaban. La idea visionaria de Clementino Bonfiglioli era diseñar un producto que pudiera utilizarse en una amplia gama de aplicaciones. Ya no sería solo un conjunto de reductores para accionar rodillos y cintas transportadoras, sino un verdadero dispositivo mecánico que se podía montar en cualquier tipo de máquina automática, independientemente del sector industrial.

Entonces, ¿qué es exactamente un motorreductor?

El principio de funcionamiento de un motorreductor se basa en la necesidad de controlar el movimiento de mercancías o personas a diferentes velocidades dependiendo de la aplicación en cuestión.

1950s: El sector mecánico italiano vuelve a ponerse en marcha

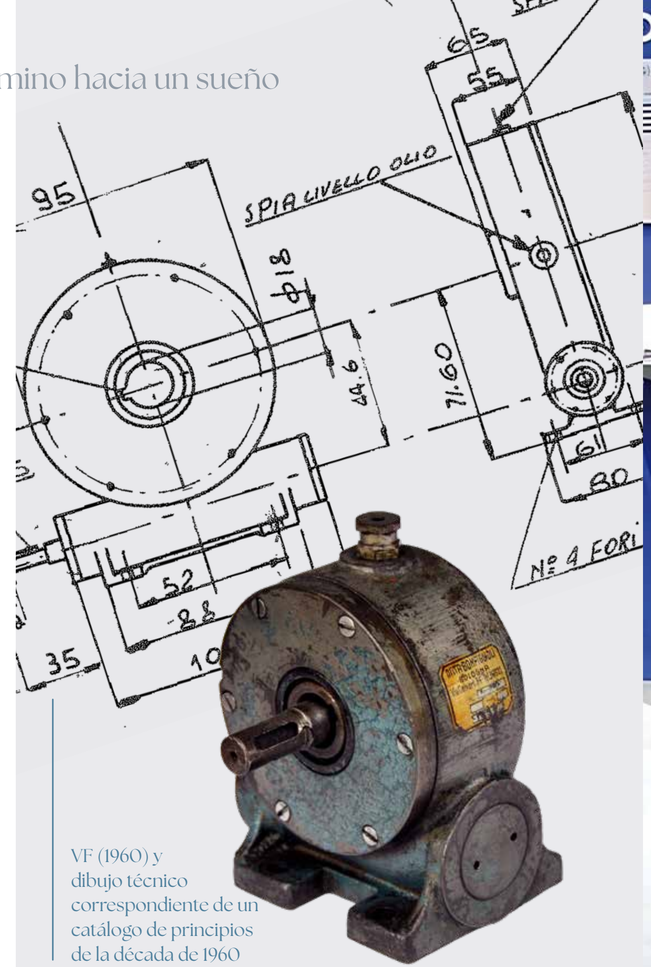


Imagina un túnel de lavado automático de coches con sus cepillos multicolores, o una escalera mecánica: su movimiento es impulsado por motorreductores, pero cada uno tiene características y velocidades diferentes. La importancia de estos últimos es clara: basta con pensar en lo que podría pasar si se intercambiaran los motorreductores; veríamos escaleras mecánicas lanzando a las personas por los aires, mientras que los coches permanecerían inmóviles durante horas dentro de un túnel de lavado automático de coches.

El motorreductor recibe la potencia y la velocidad de rotación correspondiente de un motor eléctrico a través de su eje de entrada; luego, por medio de un conjunto de engranajes, la velocidad de entrada se "reduce" de acuerdo con la aplicación.

A mediados de la década de 1950, Clementino creía firmemente en el potencial de llevar al mercado un producto que cambiaría para siempre el mundo de la automatización.

Este concepto, combinado con la experiencia adquirida en el diseño de reductores durante sus primeros años de trabajo, sentó las bases para el nacimiento del primer reductor Bonfiglioli: en 1960 comenzó la producción del VF, el reductor tornillo sinfín por excelencia, que a día de hoy sigue figurando en el catálogo de la compañía. Con el paso de los años, la familia VF se ha ido ampliando con nuevos tamaños para responder a las demandas del mercado, evolucionando gracias a los desarrollos tecnológicos que han mejorado su rendimiento. Uno de



VF (1960) y dibujo técnico correspondiente de un catálogo de principios de la década de 1960



esos avances fue un cambio en el material utilizado para la carcasa: En los tamaños más pequeños, el hierro fundido se sustituyó por aluminio. En cuanto a la forma de esta solución, se introdujeron las aletas características para permitir una mejor disipación del calor. La familia VF es uno de los productos más vendidos en la historia de Bonfiglioli, con millones de unidades producidas para todos los sectores industriales.

En los años siguientes, se diseñaron otras familias de motorreductores para abastecer a segmentos de mercado cada vez más amplios. Sin embargo, quizás lo más sorprendente sea que, ya en los primeros catálogos de Bonfiglioli, figuraba una gran cantidad de motorreductores que terminarían por moldear el futuro de la empresa, muchos de los cuales continúan hoy en producción, desempeñando un papel líder en los mercados de todo el mundo. Esto demuestra el talento de Clementino Bonfiglioli como diseñador y su capacidad para vislumbrar el futuro de la automatización, dos de sus características más distintivas desde el principio. A lo largo de los años, se irían introduciendo nuevos productos, pero las bases de un catálogo amplio y diverso, capaz de satisfacer cualquier necesidad con la mirada puesta en el futuro, ya se habían asentado.

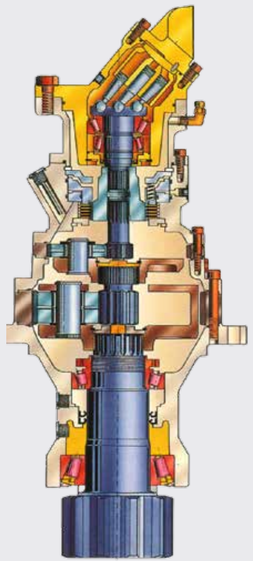
Retrato de Clementino en una feria comercial, 1990

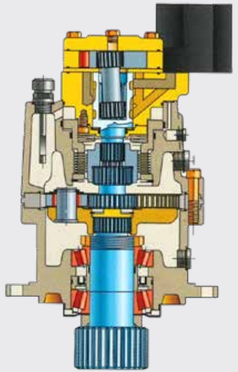


Giovanni Zinzani era un joven ingeniero cuando comenzó a trabajar en Trasmital en octubre de 1978. Apasionado por las transmisiones desde sus días de estudiante, envió su solicitud cuando vio el anuncio para el puesto de gerente de la oficina técnica en una revista de hidráulica. Tras una entrevista inicial en Forlì, le pidieron que asistiera a una segunda directamente en la sede de Bonfiglioli. El 1 de agosto de 1978, Zinzani conoció a Clementino Bonfiglioli por primera vez. Todavía no lo sabía, pero pasaría a compartir los próximos cuarenta y cuatro años con este hombre.

Aunque Bonfiglioli ya fabricaba reductores planetarios desde 1960, se puede considerar a Zinzani el padre









700T desde sus orígenes hasta la actualidad.
En la página opuesta
Giovanni Zinzani

de los accionamientos planetarios de Bonfiglioli para maquinaria de movimiento de tierras. Pero, ¿cuáles fueron los elementos que hicieron posible esta nueva era? El ingeniero tenía una idea clara y un objetivo preciso: crear un accionamiento planetario compacto, diseñado específicamente para diferentes tipos de accionamiento, que pudiera instalarse en la maquinaria de trabajo móvil utilizada en diversos sectores: la construcción, el movimiento de tierras, la manipulación de mercancías y la agricultura.

Las características distintivas de la tecnología de accionamiento planetario implementada por Bonfiglioli permitieron transmitir potencia combinada con el alto par requerido para accionar las partes móviles de las máquinas, utilizando productos compactos y ligeros, con ventajas, tanto en términos de costes como de facilidad de instalación. La capacidad de crear productos para una amplia gama de aplicaciones y para diferentes fabricantes, incorporando únicamente pequeñas variaciones entre ellos y un alto porcentaje de piezas y componentes compartidos, favorecería las economías de escala y ayudaría a contener aún más los costes. Después de considerar la propuesta, Clementino Bonfiglioli le dio su visto bueno. Posteriormente, se desarrolló un primer diseño para un nuevo accionamientos para rotación de torreta: el primer motorreductor de la serie 700T, aplicado a una excavadora de la empresa francesa Richier, que en ese momento operaba bajo la órbita de Ford. De este proyecto se obtuvo una información muy valiosa que se utilizó después para ampliar la gama. El siguiente

paso fue el diseño del primer motorreductor concebido para accionar máquinas de orugas, sustituyendo a las voluminosas y costosas soluciones basadas en los motorreductores tradicionales.

Según nos cuenta Zinzani, el primer ferviente partidario de estos nuevos productos fue el propio Clementino, que tenía la costumbre de viajar a Forlì todos los martes y jueves. Mientras caminaban por los pasillos de la fábrica, planificaban juntos nuevos proyectos, incluido el primer accionamiento planetario con cuerpo giratorio: una tecnología que cambió para siempre el mundo de la transmisión de potencia en la maquinaria de trabajo. Así iba tomando forma la serie 700C, una pieza de la historia industrial italiana.

El concepto se basaba en una nueva arquitectura con un accionamiento planetario, con entrada y salida en línea, fijada a la máquina a través de una brida, y un cuerpo capaz de girar. En aquella época, este tipo de motorreductor se producía exclusivamente en Japón, pero solo en tamaños limitados para su uso en miniexcavadoras, mientras que la versión de Bonfiglioli se diseñó para su uso en excavadoras con un peso desde 10 hasta más de 30 toneladas. Fue un éxito extraordinario; de hecho, la empresa con sede en Forlì se convirtió inmediatamente en un miembro de pleno derecho del selecto grupo de proveedores de soluciones globales. Este éxito continúa hoy en día, con una de las gamas de productos más amplias del mercado, que se extiende más allá de la maquinaria hacia un sector clave como es la energía eólica, donde la compañía es



700C

actualmente líder mundial. Para estas aplicaciones, se utilizan sistemas de accionamiento de la serie 700TW, y el principio sigue siendo el mismo: potencia de alto par suministrada a través de un diseño compacto. Estas características han simplificado la instalación de estas soluciones en los aerogeneradores para los accionamientos de paso y de orientación permitiendo que las palas se orienten y ajusten según la dirección e intensidad del viento. Los accionamientos planetarios son otro pilar fundamental dentro del mundo Bonfiglioli, que

ayudan a evolucionar y ampliar la gama de productos. El rumbo estaba marcado, el destino: el futuro.

El futuro, así como la transformación de la empresa, también dependían de otro producto clave que orientó a Bonfiglioli hacia la producción de sistemas completos: el motor eléctrico.

Clementino Bonfiglioli era un apasionado de la mecánica. Desde sus días de formación en el Instituto Aldini-Valeriani, se había sentido cautivado por la transformación de simples piezas de metal en productos que ayudaban al movimiento de las máquinas, pero también era un gran empresario, capaz de anticiparse a los cambios y a la evolución de los mercados. Por ello, a partir de principios de la década de 1990, comenzó a invertir en motores eléctricos. El propósito de este movimiento era simple: el motorreductor era esencialmente un componente clave

Ivano Furlan



para la maquinaria, pero para hacer su trabajo, tenía que acoplarse a un motor eléctrico.

Después de tres años de tener una participación minoritaria, en 1993, Bonfiglioli adquirió ICME, un fabricante de motores eléctricos fundado a principios de la década de 1980. La producción se trasladó a Calderara para estar más cerca de la sede principal del Grupo, y se incorporaron nuevos profesionales con experiencia específica.

El ingeniero Ivano Furlan se convirtió en empleado de Bonfiglioli ese mismo año, y su objetivo consistió en diseñar los motores eléctricos de Bonfiglioli.

Sus palabras transmiten la satisfacción y el orgullo de haber formado parte de un fragmento de historia. Furlan provenía de Ansaldo, que en ese momento era una empresa del grupo Finmeccanica, y una de las cosas que más le llamó la atención de su nuevo entorno fue la lealtad que Bonfiglioli había logrado consolidar entre sus proveedores: un mundo completamente diferente a lo que él había vivido hasta hacía poco tiempo. Pero más allá de eso, había un desafío importante que superar: “Según recuerdo, fue el periodo más gratificante de mi carrera profesional. Al inicio del proyecto, ni siquiera teníamos las clasificaciones y, aún así, en tan solo dos años logramos presentar una gama de unidades integradas de motor y reductor en la feria de Hannover en 1995, junto con una línea de motores de geometrías unificadas. Fue algo realmente excepcional, un logro hecho posible gracias a los compañeros con los que compartimos el viaje ".

Los motores Bonfiglioli se convirtieron en actores clave del mercado, y la era de las soluciones automatizadas de sistemas apenas comenzaba. Furlan recuerda cómo Clementino Bonfiglioli participó en cada aspecto del producto: “Se leía todos los resúmenes de las reuniones con los clientes o los agentes comerciales, pero también nos aportaba sugerencias sobre los manuales de uso y mantenimiento. No era raro que nos señalara errores o mejoras que se debían realizar pegando una de sus famosas notas amarillas Post-it, en la que escribiría los cambios que quería implementar".

Un proyecto como este requería ideas, experiencia e inversiones, y aquí, una vez más, las palabras de Ivano Furlan permiten comprender mejor el enfoque de la empresa para sus proyectos de desarrollo: “Yo venía de Ansaldo, donde el control de costes era extremadamente estricto. Cuando me incorporé a Bonfiglioli, mi tarea era diseñar y desarrollar una familia de motores eléctricos para presentarlos en la feria de Hannover, y fue muy estresante, no solo por la responsabilidad que tenía, sino también por la necesidad de administrar los costes y las inversiones. Yo era







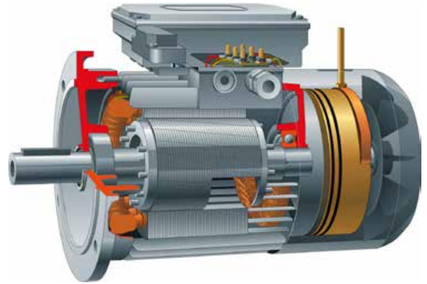
Investigación mecatrónica de Bonfiglioli, Rovereto

reacio a realizar cambios importantes, pero en Bonfiglioli me encontré con una situación diferente: nadie me dijo nunca que no gastara. Estábamos tratando de crear un producto excelente, y el propio Clementino Bonfiglioli fue el primero en animarme a hacer las inversiones necesarias". Ivano Furlan trabajó en la empresa durante unos treinta años y, en la última parte de su carrera, dirigió el centro Bonfiglioli Mechatronic Research en Rovereto. A pesar de su impresionante trayectoria profesional, durante la entrevista en la que rememoramos aquellos años, el momento más conmovedor fue su recuerdo afectuoso de la época en la que utilizaba la casa de huéspedes de Bonfiglioli, donde vivió durante un tiempo. Hoy en día, esa casa de huéspedes ya no existe, pero el espacio que una vez estuvo dedicado a alojar a los gerentes ha sido absorbido por completo por la planta de EVO. Un signo del paso del tiempo, del progreso y de la historia.

A lo largo de los años, el mundo de la automatización ha experimentado un crecimiento significativo, gracias en parte a la disponibilidad de nuevas tecnologías. Uno de los principales impulsores de este cambio ha sido, sin lugar a dudas, el control de potencia: quien primero supo ver en esto una oportunidad de futuro, comenzó a trabajar en esa dirección.

Oportunidad es una palabra clave la historia de Bonfiglioli y de su fundador. Tal y como ha ocurrido a menudo en los primeros setenta años de la empresa, la capacidad de Clementino para captar las señales procedentes de los mercados ha permitido a su empresa crecer. Lo mismo ocurrió con otro de los grandes hitos en la historia de Bonfiglioli: el convertidor.

Como hemos visto en las páginas anteriores, a lo largo de los años, el enfoque de la empresa se ha ido desplazando de forma creciente hacia el mundo de los sistemas. El desarrollo de una gama completa de motores eléctricos a principios de la década de 1990 supuso un paso en esa dirección. Además, con la evolución de la electrónica se abrían nuevas posibilidades que habrían parecido impensables solo unos años antes. Los diseñadores estaban empezando a comprender que la capacidad de modular la potencia y la velocidad de las máquinas automatizadas podía ser una forma valiosa de mejorar el rendimiento y reducir el consumo energético, salvaguardando, al mismo tiempo, las instalaciones eléctricas industriales.



Serie BN: vista de la sección de un motor eléctrico



Clementino Bonfiglioli también había captado el potencial de la electrónica aplicada al mundo de la mecánica. Con la perspectiva de adentrarse en este sector de mercado, adquirió en 1991 una empresa con sede en Imola que comercializaba accionamientos electrónicos: Silectron Sistemi

Ermes Franceschelli era uno de los gerentes de Silectron. Durante muchos años, acompañó a Clementino Bonfiglioli en sus visitas a las instalaciones de los clientes y colaboró codo con codo con él para encontrar soluciones innovadoras para nuevos proyectos. Su testimonio ofrece una ventana al mundo de la automatización industrial durante su periodo de crecimiento más intenso:

"Trabajar codo con codo con Clementino Bonfiglioli realmente me inspiró a crear una nueva forma de vender automatización. A menudo pasábamos días enteros visitando a clientes a los que, combinando los accionamientos de Silectron con los motorreductores de Bonfiglioli, podíamos ofrecer soluciones que realmente marcaban la diferencia. Todos los días había algo nuevo que lograr, nuevos desafíos que nos daban una motivación real. Recuerdo cómo los martes, después de regresar de la planta de Forlì, pasaba por Silectron para que pusiéramos en común nuestras impresiones y analizáramos los pasos

Ermes Franceschelli junto a una máquina de procesamiento textil



necesarios para incrementar la facturación.

Nos sentábamos y analizábamos la cartera de clientes, identificando a aquellos que ya estaban comprando motorreductores pero aún no compraban accionamientos, para poder ponernos en contacto con ellos y ofrecerles una solución de producto más integrada; así fue como comenzamos a suministrar almacenes verticales para una importante empresa que había estado comprando motorreductores y accionamientos por separado. Tras presentar nuestro proyecto, logramos proporcionar uno de los primeros sistemas de automatización completos; estas soluciones siguen siendo eficaces hoy en día. Sin embargo, lo que estaba sucediendo a lo largo de la autopista A14 era solo el comienzo.

La consagración definitiva de Bonfiglioli como un referente principal en el universo de la mecatrónica se produciría a comienzos del siglo XXI. En abril de 2001, Bonfiglioli emitió un comunicado anunciando la adquisición de Vectron, una empresa alemana que produce accionamientos y convertidores. Que una empresa italiana adquiriera una empresa alemana constituía una oportunidad que habría sido inimaginable apenas unos años antes. El desafío era de los que ponen a prueba incluso la determinación más férrea: competir en el mercado de los convertidores con los grandes gigantes mundiales que lo habían dominado durante años. Desde Lippo di Calderara, un pequeño pueblo en la provincia de Bolonia, hacia el mundo: el desafío de la electrónica había comenzado.

Para competir a escala global, la empresa necesitaba



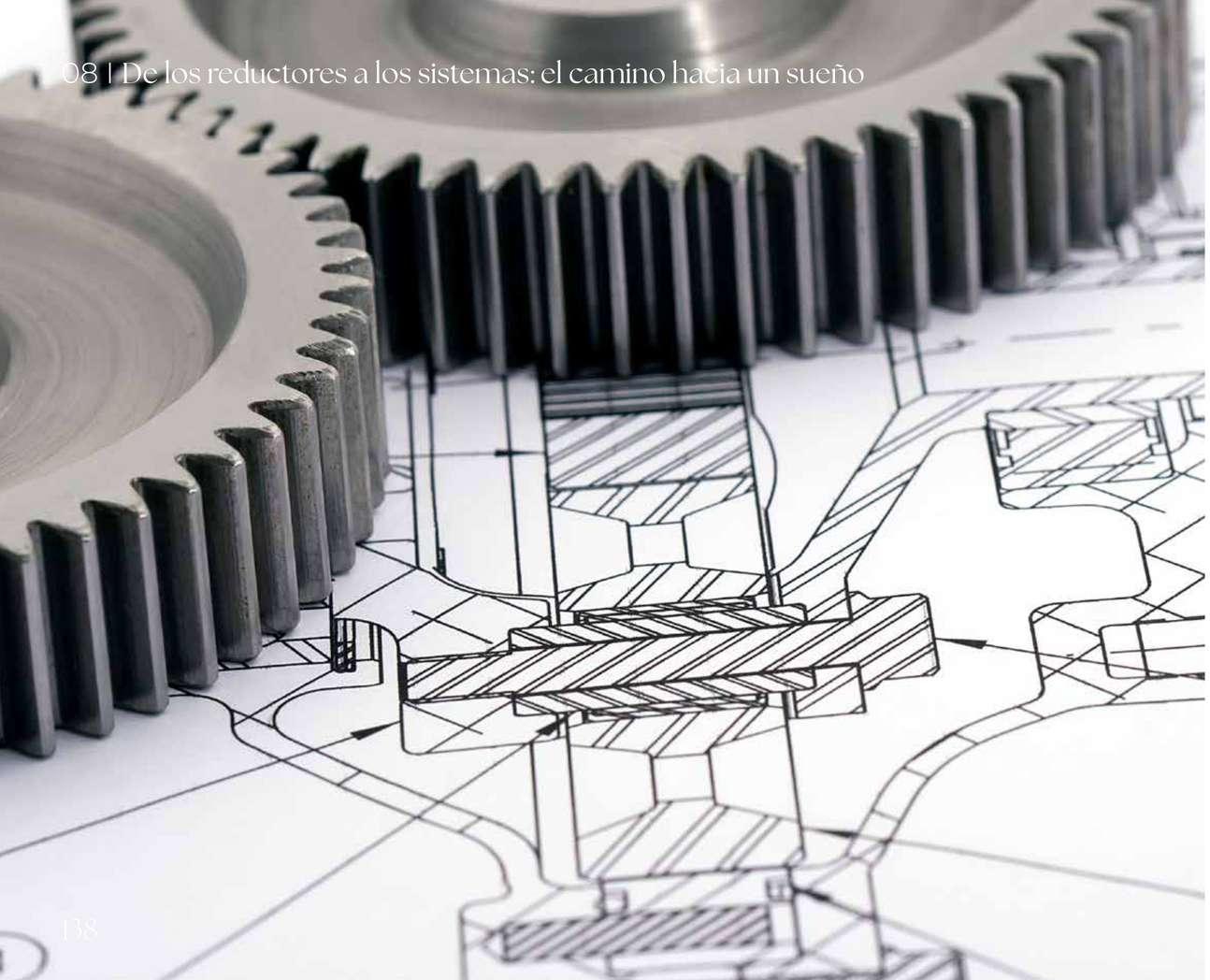
Almacén vertical controlado por unidades de accionamiento Bonfiglioli Vectron

estar completamente preparada. Entre finales de 2009 y principios de 2010, se presentó AgilE. Al elegir este nombre (con la E mayúscula para indicar Electronic), Bonfiglioli quiso plasmar un nuevo enfoque mecatrónico a través de su oferta de productos. Todo el proyecto se fundamentaba en la creación de un dispositivo que fuera fácil de instalar.

Una solución plug & play para hacer que el acoplamiento del motor, el motorreductor y el convertidor fuera realmente "sistémico": fácil de programar, con un sistema de control para el mantenimiento preventivo y una amplia gama de potencias diseñadas para cumplir con todos los requisitos del mercado, aportando asimismo un importante ahorro energético. Por último, pero no por ello menos importante, AgilE fue el primer producto industrial para el que se diseñó una campaña promocional con un espíritu más cercano al de un producto de consumo que al de uno industrial, como lo demuestran los eslóganes que acompañaron el lanzamiento de AgilE: -Tutto. Qui." dice la versión italiana, mientras que la traducción al inglés fue: “Everything right at your fingertips (Todo al alcance de tu mano)”. Si bien no era una traducción literal, potenciaba el impacto del mensaje para los mercados de habla inglesa. En las ferias comerciales, se habilitaron zonas exclusivas y se crearon artículos promocionales específicamente para promocionar AgilE.

Bonfiglioli había cerrado el círculo: con el convertidor, la empresa era capaz de proporcionar un sistema integral para la automatización. Un viaje arduo, y caracterizado por la determinación y el sacrificio de las mujeres y los





hombres que habían aceptado el desafío de crear una nueva Bonfiglioli.

Sin embargo, conocer y respetar la historia es la base para planificar el futuro, tanto en las familias como en las empresas. En una de sus canciones más conocidas, el gran cantautor italiano Francesco De Gregori canta *"La storia siamo noi"* ("La historia somos nosotros"), y estas palabras también pueden vincularse a la trayectoria de Bonfiglioli: mirar hacia adelante sin perder nunca de vista su propio pasado. La máxima expresión de esta idea se puede encontrar en un proyecto de desarrollo de un motorreductor, símbolo tangible de la evolución de la empresa: el motorreductor de tornillo sinfín de la serie W.

El ingeniero Enzo Cognigni se desempeñó como Director Técnico de Bonfiglioli durante dieciocho años. Fue contratado por la empresa en 1992 con un objetivo claro: renovar la gama de productos. A través de sus recuerdos, nos adentra en las oficinas de la empresa, permitiéndonos revivir aquellos momentos de cambio. "Recuerdo que Clementino Bonfiglioli me habló del catálogo azul, un

Enzo Cognigni y 'su' W



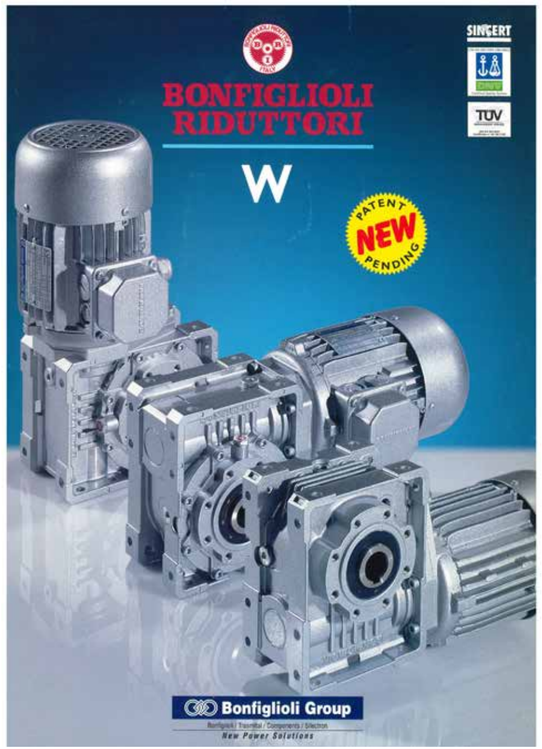
gran libro que contiene todos los productos fabricados por la empresa. "Si te sientes capaz de asumir el cargo, deberías destruir este catálogo y crear uno nuevo con nuevos productos".

Cognigni recuerda bien ese periodo: "Era evidente que no se trataba de un momento fácil para el señor Bonfiglioli. Estábamos a punto de alterar lo que él mismo había creado, y la emoción que sentíamos cuando sacábamos de las carpetas los planos que llevaban su firma nos daba la sensación de estar cambiando la historia; debíamos mostrar un respeto absoluto". Entre los nuevos motorreductores creados durante este periodo, destaca uno en particular como nexo entre el pasado y el futuro: la serie W.

Pero, ¿por qué esta serie fue tan significativa esta serie, lanzada en 1998?



Primera edición del catálogo de la serie W en 1999





Motorreductores planetarios | Motorreductores industriales | Motores eléctricos | Motores hidráulicos | Electrónica

Porque revolucionó por completo el concepto de unión entre el motor y el reductor. La serie W está compuesta por motorreductores de tornillo sinfín, se convirtió en la primera gama completamente nueva después de la serie VF. De hecho, existía un pacto tácito entre Enzo Cognigni y Clementino Bonfiglioli: los nuevos proyectos no estaban destinados a reemplazar la serie VF. Para la serie W, los diseñadores desarrollaron un motorreductor modular que podía adaptarse a la medida de la aplicación del cliente.

Una auténtica revolución.

Para ensamblarlos, se instalaron plantas de montaje de última generación, y muchos operarios se formaron de nuevo para aprender a trabajar con los nuevos motorreductores.

El éxito fue inmediato. Los clientes, y los distribuidores en particular, supieron ver al instante el potencial de comprar motorreductores estándar que podían personalizarse más adelante: la fórmula perfecta para reducir los costes de almacén y los plazos de entrega.

El objetivo de todos los productos creados por Bonfiglioli era simple: ser el mejor del mercado. Un verdadero éxito, hasta el punto de que, en ciertos sectores de la distribución, pedir un motorreductor de tornillo sinfín pasó a ser, simplemente, pedir "un Bonfiglioli", una prueba inequívoca de cómo los usuarios y profesionales del sector ya asociaban indisolublemente el producto a la marca.

Hablamos de sistemas integrales capaces de albergar todos los componentes necesarios para el funcionamiento de una unidad, desde las piezas mecánicas hasta las soluciones electrónicas diseñadas para gestionar el rendimiento energético. Durante más de setenta años, esta filosofía ha permitido a la empresa competir en un escenario diferente y mucho más amplio, un desafío que Bonfiglioli siempre ha aceptado, jugando sus mejores cartas: la experiencia y la visión de futuro. Daba igual que tuvieran que jugar la partida en Calderara o en algún rincón remoto del planeta: lo que realmente importaba era que Bonfiglioli siempre daba la cara, demostrando el alcance de todo su potencial.



Durante más de sesenta años, el saludo de bienvenida para cualquiera que sobrevuele Bolonia lleva la firma de Bonfiglioli: desde el letrero amarillo que una vez coronaba con orgullo la planta de Lippo di Calderara hasta el brillante diamante que corona hoy el Complejo Clementino Bonfiglioli.

De lo local a lo global y a lo glocal

RAÍCES LOCALES, VISIÓN GLOBAL Y EL MUNDO COMO HOGAR



El espíritu global de Bonfiglioli:

presencia internacional con apoyo local.

Cada vez que viajamos, la mente y el espíritu se recargan con energía positiva y enriquecedora. Los olores, los paisaje y las personas contribuyen a abrirnos a nuevas culturas y nuevas ideas. Ya sea por viaje de negocios o por placer, experimentar hábitos y costumbres distintas a las nuestras nos hace comprender que existen también muchos otros mundos diferentes.

La mente de un viajero está naturalmente abierta a todo lo nuevo, pero mientras quienes viajan por placer simplemente disfrutan de la novedad de la experiencia, quienes lo hacen por trabajo deben lidiar con conceptos mucho más complejos. A lo largo de los años, la necesidad de estar presentes en mercados geográficos cada vez más amplios ha llevado a muchas empresas a deslocalizar parte de su producción a diferentes países para aprovechar condiciones económicas favorables. Pese a ello, las ventajas financieras por sí solas no son suficientes para que la inversión realmente valga la pena. Con el paso del tiempo, ha quedado cada vez más claro que solo aquellas empresas que deciden integrarse con los valores de sus países anfitriones han logrado contribuir de verdad a mejorar el tejido social, un desarrollo que depende tanto de factores económicos como culturales.

Este concepto se resume en una sola palabra: glocal.

Nacido de la fusión entre global y local, une dos términos que suelen definir la identidad de una empresa.

El término "local" se refiere a las empresas que operan en contextos de mercado y áreas geográficas limitadas.

Por el contrario, "Global" identifica las empresas internacionales capaces de llegar a cualquier mercado del mundo.

La fusión de ambas palabras define aquellas empresas globales que, sin embargo, se adaptan perfectamente a la cultura, las regulaciones y las costumbres de los países donde operan, sentando las bases sobre las que se construyen historias de éxito extraordinarias.

¿Y cómo construyó Bonfiglioli los pilares que sustentan su historia?

Para entenderlo, necesitamos viajar en el tiempo y echar un vistazo a los distintos lugares del mundo donde Bonfiglioli ha fundado empresas y sucursales. Nuestro viaje comienza con Tecnotrans Sabre, que opera en Barcelona, España, como filial comercial desde 1968, y que en 1972 se convirtió en la primera planta de producción de reductores de la empresa fuera de Italia.

Esta empresa no fue solo el fruto de una aventura empresarial: nació de las relaciones humanas.

Francisco Bassas y Clementino Bonfiglioli se conocieron a finales de la década de 1960, y juntos fundaron la empresa Tecnotrans Sabre, una relación que comenzó como una alianza comercial y se convirtió en una amistad para toda la vida. Por aquel entonces, ambos jóvenes emprendedores buscaban la manera de expandir sus negocios. A esto se sumaba la imposibilidad de vender reductores directamente desde Italia, debido a las restricciones comerciales impuestas por el régimen franquista.

El año 1968 puede considerarse realmente el punto de inflexión que marcó la transformación y el nacimiento de una nueva nación: fue el año en que las protestas contra el régimen rompieron por primera vez el muro de la represión y la censura. En las universidades comenzaron a formarse en los comités estudiantiles y algunos periódicos comenzaron a informar sobre las manifestaciones que tenían lugar en un número cada vez mayor de ciudades. Estos acontecimientos marcaron el inicio de un viaje hacia el cambio para todo el pueblo español que, en 1978, tras años de tiranía, eligió el camino de la monarquía constitucional. Fue un recorrido difícil y violento para millones de españoles, y Bonfiglioli también se vio obligada a aceptar esta transformación histórica: adaptarse a los nuevos modelos de comercio, tener en cuenta las necesidades cambiantes del país y de sus empresas, y enfrentarse a un contexto social que cambia rápidamente. Solo había un camino posible: entrar en España, con el firme propósito de entenderlo mejor.

Desde entonces, la relación entre Bonfiglioli y España ha crecido y se ha fortalecido. Tanto la nación ibérica como la empresa boloñesa han cambiado profundamente: hoy en día, las principales series de reductores se ensamblan en España. A finales de los años setenta, tanto España como Bonfiglioli emprendieron el camino hacia un cambio importante: la empresa italiana se embarcó en una aventura, la primera de muchas que seguirían en los próximos años, y el pueblo español logró, por fin, liberarse de la opresión.





La sucursal española hoy (arriba)
y Tecnotrans en sus orígenes (página opuesta)

La opresión es una de las fuerzas que también ha mantenido a otra nación en la oscuridad. Otro continente, otro clima, con su gente, o mejor dicho, una parte de su gente, obligada a luchar por su libertad. Un país rico en recursos naturales y desbordante de contradicciones: Sudáfrica.

El extremo sur del continente africano, con su estratégica posición geográfica y sus extraordinarios recursos naturales, siempre ha desempeñado un papel central en los acontecimientos históricos que, a través de conflictos que duran décadas, transformaron su estructura social. A principios de los años noventa, Bonfiglioli decidió expandir sus operaciones en Sudáfrica, aprovechando las oportunidades ofrecidas por la industria minera y el sector de la maquinaria de movimiento de tierras, estrechamente conectado.

Como fue el caso de la aventura española de la empresa, para su incursión en el continente africano, Bonfiglioli se vio obligada a desarrollar la capacidad de adaptarse a las condiciones sociales y políticas de la época.

Una palabra, solo una, que resumía todo el sufrimiento y la desesperación de un pueblo durante esos años, dando nombre a la angustia en la que Sudáfrica se había sumido: Apartheid.





La región geográfica que abarca el extremo sur de África fue colonizada por primera vez por los holandeses en el siglo XVII y, más tarde, por los británicos. Los barcos llenos de gente, a menudo procedentes de las cárceles de las naciones europeas, llegaban a la bahía de Ciudad del Cabo para descargar su cargamento humano.

A lo largo de los siglos, la convivencia entre los habitantes nativos y los colonizadores en estas tierras se volvió cada vez más compleja hasta estallar en un conflicto abierto. Con el paso del tiempo, la población local fue excluida de la sociedad, sufriendo una segregación racial absoluta que, a partir de 1948, se convirtió en una auténtica purga social. Las personas de color se vieron obligadas a vivir en asentamiento de chabolas, privados de derechos y de cualquier oportunidad de progreso social. El color de la piel era lo único que importaba. Era una situación insoportable, regida por leyes que exigían autobuses separados, lugares de reunión diferenciados, prohibiendo por completo cualquier interacción entre blancos y negros. Dentro de estos guetos, las protestas iban en aumento, a pesar de ser reprimidas brutalmente. Todos luchaban por la libertad a costa la suya propia; entre ellos, un hombre que hizo historia: Nelson Mandela.

A principios de la década de 1940, Mandela comenzó su lucha para tratar de darle un futuro a su pueblo y a su nación. En ese momento, sin embargo, la represión era el único camino que se conocía y aplicaba. Mandela fue condenado a cadena perpetua tras un juicio sumario por sabotaje y alta traición. Corría el año 1964.

El penal donde fue encarcelado se encontraba en la isla de Robben, a pocos kilómetros de la costa, aislado de todo y de todos. Con dedicación y pura fuerza de voluntad, Mandela logró resistir durante muchos años, confiando en un cambio que, de hecho, comenzó a tomar forma a mediados de la década de 1980, cuando las protestas internacionales se unieron a las internas, presionando al gobierno sudafricano para que aboliera la opresión racial.

En 1985, un grupo de músicos y cantantes de fama mundial catapultó al éxito mundial una canción que resonó en las emisoras de radio de todo el mundo, convirtiéndose en el himno de la protesta mundial. Bruce Springsteen, Bob Dylan, Bono y muchos otros respondieron a la llamada de Little Steven, el eterno guitarrista de Bruce Springsteen, para unir sus voces en la interpretación de "Sun City", un tema cuyo título evocaba el profundo conflicto social del país. Después de todo, Sun City era un complejo vacacional reservado exclusivamente para huéspedes blancos adinerados, que pasaban sus vacaciones en un entorno diseñado únicamente para ellos.

Las diversas iniciativas de protesta sacaron a la luz la grave situación del país y ayudaron a impulsar su transformación. Así, en 1990, el primer ministro De Klerk comenzó las conversaciones con los representantes del CNA, el partido liderado por Nelson Mandela, quien desde su celda en Robben Island estaba esperando el cumplimiento de un sueño de toda una vida.

El 11 de febrero de 1990, tras veintisiete largos años de prisión, Mandela fue liberado y pudo firmar los acuerdos destinados a erradicar la discriminación racial en su país. Junto con De Klerk, recibió el Premio Nobel de la Paz. En abril de 1994, su movimiento obtuvo más del sesenta por ciento de los votos, convirtiéndose en la principal



Lugar de captura de Nelson Mandela, Howick, KwaZulu-Natal, Sudáfrica: estatua del artista sudafricano Marco Cianfanelli en el punto exacto donde Mandela fue capturado.

fuerza política de Sudáfrica. Nelson Mandela fue elegido presidente de la nación y pudo dar a la mayoría negra de su país una libertad que nunca antes habían conocido.

A lo largo de este proceso histórico, Bonfiglioli compartió y contribuyó, en la medida de sus posibilidades, al viaje de Sudáfrica hacia el cambio. En 1991, la oficina de Johannesburgo tenía solo ocho empleados, pero el compromiso y la perseverancia demostraron ser los factores clave que llevaron a Bonfiglioli a convertirse en una de las empresas líderes de la región. En 2008, Bonfiglioli Sudáfrica se convirtió en la primera filial del mundo capaz de ensamblar de forma independiente los reductores HDO y HDP, los más grandes de todo el catálogo de la compañía. Hoy en día, la filial cuenta con ochenta y un empleados, muchos de las cuales llevan más de veinte años en la empresa: una clara señal de un fuerte vínculo con la región y con su tejido social, sano y virtuoso.

Y existe un fuerte vínculo, de hecho, uno extraordinariamente fuerte, entre Bonfiglioli y la India.

En las páginas anteriores se ha relatado cómo se fundó Bonfiglioli India y cómo la empresa ha crecido en el mercado indio, pero la historia con la India ha ido mucho más allá de los aspectos económicos y de fabricación: después de casi treinta años, el vínculo compartido entre la empresa y esta nación ha creado una hermosa conexión entre Italia y la India.

India es un país hermoso, lleno de contradicciones: con un contexto social a veces despiadado, incluso inhumano, y al mismo tiempo indulgente y compasivo, es una tierra de



Bonfiglioli South Africa Pty Ltd. – Sandton, Johannesburgo.





contrastes sorprendentes, donde más de mil millones de personas se cruzan cada día.

Para contar mejor esta historia, conviene comprender más a fondo el pasado de la nación Tiranga (una referencia poética a la India que significa, literalmente, "la tricolor").

Con la fundación de la Compañía Británica de las Indias Orientales en 1600, comenzó un largo período de colonización a manos del Imperio británico que se prolongaría durante más de tres siglos. A través de sus gobernadores y del ejército, los ingleses se apoderaron de vastos territorios, remodelando las estructuras sociales y geográficas de la nación india. A mediados del siglo XIX, se creó la Oficina de la India en Londres, y la reina Victoria fue coronada emperatriz de la India, confirmando una clara intención política. A partir de finales del siglo XIX, la India se transformó en una colonia y, a lo largo de las décadas, la cultura y el dominio ingleses se hicieron cada vez más presentes en la sociedad india.

Sin embargo, desde los primeros años del siglo XX, el pueblo indio comenzó a buscar una forma de recuperar su identidad social y cultural, perdida en los siglos anteriores. La dura represión de los británicos no fue suficiente para frenar la ola de rebelión entre los indios que anhelaban independizarse del Imperio británico. El punto de inflexión histórico llegó en marzo de 1930, cuando miles de personas que seguían a Mahatma Gandhi emprendieron lo que se conoció como la Marcha de la Sal. Se trató de una protesta civil no violenta que desafiaba el monopolio británico de la sal. En la orilla de una playa de Dandi, tras

una larga caminata, Gandhi recogió un puñado de sal, violando abiertamente la ley que otorgaba al gobierno británico el control exclusivo sobre ella. Esta marcha, liderada por un hombre delgado y vestido solo con una túnica blanca, tuvo un impacto asombroso. Fue un gesto audaz que obligó a los británicos a considerar algo que nunca habrían imaginado posible: la independencia de la India.

El viaje duró diecisiete años. El 15 de agosto de 1947, la India declaró su independencia, pero en las décadas posteriores, el pueblo indio tuvo que luchar con fuerza para recuperar su propia identidad.

A mediados de la década de 1990, cuando Bonfiglioli comenzó a considerar la apertura de una planta en la India, varias ciudades ya habían reclamado sus nombres hindúes, reemplazando los asignados por los británicos. Bombay volvió a ser Mumbai, Calcuta retomó el nombre de Kolkata y Madrás volvió a ser Chennai. Este retorno a las raíces indias estuvo acompañado por un proceso de desarrollo económico que abarcó todos los sectores de la nación: comenzó la construcción de barrios con rascacielos de cientos de pisos de altura, y el sistema de castas, lejos de diluirse, se hizo aún más pronunciado, ya que la entrada de capital extranjero amplió aún más la brecha social entre los privilegiados y quienes vivían muy por debajo del umbral de la pobreza. El ámbito geopolítico también experimentó una transformación en las relaciones con los países vecinos, con una escalada de tensión que derivó hacia el desarrollo de armamento nuclear.

En este escenario de profunda transformación, Bonfiglioli se encargó de desarrollar uno de los proyectos empresariales más importantes de su historia.

Inicialmente, el proyecto se concibió como una empresa conjunta, pero más tarde, impulsado por Sonia, se eligió el camino de la gestión independiente, que resultó ser la verdadera clave del éxito del proyecto indio. A lo largo de las últimas tres décadas, esta decisión compleja y valiente ha seguido demostrando que fue un acierto rotundo.



Colocación de la piedra angular de la planta de Bonfiglioli Transmissions Pvt. Ltd. en Chennai.

Y es que la India es un país que te cala hasta el alma, y por ello, el vínculo de Bonfiglioli con esta nación se ha profundizado con el tiempo. Uno de los signos más tangibles de este vínculo es el proyecto que ha permitido construir un pueblo cerca de Chennai, financiado íntegramente por Bonfiglioli, donde se han creado instalaciones educativas y médicas con el fin de crear un futuro mejor. Esto forma parte de una visión mucho más amplia de la simple ayuda financiera: representa el compromiso de Bonfiglioli con la educación individual, brindando a los niños la oportunidad de tener una vida mejor y oportunidades de trabajo. Es un





concepto que Bonfiglioli ha desarrollado a lo largo de sus años en la India, lo que le ha permitido participar en el camino de transformación de la nación, a pesar de todas sus contradicciones sociales y políticas.

Los Estados Unidos no solo están geográficamente y económicamente distantes de la India: ambos países también son profundamente diferentes desde muchos otros puntos de vista.

La economía estadounidense es el principal sistema económico del mundo. Allí, mentes brillantes han creado grandes empresas; personas que soñaban con cambiar el mundo y que lo consiguieron gracias a la perseverancia y la pura fuerza de voluntad. La industria automotriz y Silicon Valley son ejemplos claros de la extraordinaria capacidad de Estados Unidos para generar riqueza, sin embargo, el sistema no está exento de contradicciones, algunas de las cuales guardan un asombroso parecido con las de la India. La disparidad económica en Estados Unidos es uno de sus temas más controvertidos y es evidente incluso dentro de un mismo estado, donde la opulencia y la desesperación se encuentran en los distritos vecinos.









Desde arriba:
1999: la planta de Chennai.
2011: el sitio de Mannur
2023: las nuevas instalaciones en Pune
(la primera planta se inauguró en 2017)
y la celebración de los 25 años de presencia en la India.



En el imaginario popular, Los Ángeles es la ciudad del cine, del Océano Pacífico y de las interminables carreteras. Sin embargo, hay una zona que los millones de turistas que visitan la Ciudad de los Ángeles evitan cada año: se llama Skid Row.

Skid Row es un área de siete kilómetros cuadrados en el corazón del centro de Los Ángeles, donde miles de personas sin hogar viven en las calles, abarrotadas a lo largo de las aceras invadidas por tiendas de campaña improvisadas y basura. Esta zona está a solo diez minutos del estadio de los Dodgers, el legendario equipo de béisbol, y a diez kilómetros del Observatorio Griffith, frente al cual la cantante Adele ofreció un concierto memorable en 2021.

El lujo y la opulencia junto con la desesperación son quizás la mayor contradicción social del mundo occidental y, al mismo tiempo, la economía estadounidense es una de las más importantes del planeta. Entrar en el mercado estadounidense es un objetivo clave para cualquier empresa que quiera crecer, y Bonfiglioli no fue una excepción, impulsada por el deseo de captar nuevos clientes en un mercado de tan alto potencial. La aventura americana comenzó a finales del siglo XX en un pequeño pueblo del estado de Indiana: Lafayette.

La primera delegación industrial de la empresa se estableció en 1999 y consistía en una pequeña instalación con solo unos pocos empleados. El objetivo estaba claro: comercializar reductores para fabricantes de equipos agrícolas y maquinaria de movimiento de tierras. Para los Estados Unidos, fue un año memorable: la selección femenina de fútbol estadounidense derrotó a China en penales en la final de Pasadena, dejando una de las fotos más icónicas de la historia del deporte: Brandi Chastain celebrando de rodillas tras marcar el penalti ganador.

Durante aquellos años, Bonfiglioli trabajó a fondo para estructurar sus operaciones con el fin de responder de manera más efectiva a las exigencias del mercado, y se tomaron decisiones clave, incluida la de trasladar su sede a otro estado. Así en 2002, se inauguró la nueva planta en Hebrón, Kentucky: una solución ideal, ya que podría ampliarse en los próximos años. Mientras Estados Unidos intentaba recuperar la tranquilidad tras los atentados del 11 de septiembre, y estos años también fueron cruciales para Bonfiglioli, que buscaba comprender mejor el mercado estadounidense, que difería en muchos aspectos del europeo. La organización necesitaba expandirse para satisfacer las necesidades de gigantes como John Deere y Caterpillar, que más tarde se convirtieron en clientes.

En 2007, mientras comenzaban a aparecer los primeros síntomas de una crisis económica mundial, que desembocaría en el desastre de las hipotecas subprime, Bonfiglioli tomó la decisión estratégica de hacer crecer su estructura.

La sede se mantuvo en Hebrón, pero se trasladó a una instalación más grande donde también se aumentó el número de empleados; el objetivo era estar preparados para cuando se recuperase la economía. Esta audaz decisión, tomada en un momento difícil, fue una de las claves del éxito de la compañía en el mercado estadounidense de la maquinaria de movimiento de tierras, así como en el sector de la energía eólica. Hoy en día, Bonfiglioli USA emplea a

Bonfiglioli U.S.A Inc



alrededor de doscientas personas que se benefician de la solidez y de una formación continua, lo que permite mantener los más altos niveles de calidad del producto: un factor fundamental para competir en un mercado que prioriza los productos fabricados en Estados Unidos.

Bonfiglioli logró superar un gran desafío en un mercado en el que se convirtió en un jugador líder y todo ello conservando su propia identidad. El proyecto "Local for Local", combinado con el respeto por la cultura y las costumbres de sus empleados, hizo de la experiencia americana de la empresa uno de los mejores ejemplos del enfoque glocal que Bonfiglioli persigue desde hace años.

Y es que participar en la vida de una nación no es solo una cuestión de aspectos económicos ligados al negocio: es, ante todo, una responsabilidad social que debe velar por miles de empleados. Clementino Bonfiglioli siempre miró hacia el futuro, y su hija Sonia comparte esa misma visión, como lo demuestra el proyecto que trajo el concepto de "cerrar el círculo" en el proceso de producción de Bonfiglioli: en 2008, la compañía inauguró su planta para la fabricación de motores eléctricos en Vietnam.

En los más de treinta años transcurridos desde el fin de la guerra de Vietnam, el país había buscado la manera de revivir su historia milenaria.

Veinte años de conflicto, particularmente los últimos años, que vieron a los Estados Unidos como actor principal, habían dejado huellas imborrables. La reunificación de Vietnam del Sur con el Norte en una sola nación unió al pueblo bajo una misma bandera, pero el camino hacia la paz fue complejo y trágico. Era necesario reconstruir una identidad compartida, eliminando las divisiones entre facciones y restaurando las relaciones internacionales; sin embargo, resultaba más fácil decirlo que hacerlo: hasta mediados de la década de 1990, las secuelas de la Guerra Fría, concluida oficialmente solo unos años antes, aún se hacían sentir. Paso a paso, Vietnam avanzó hacia relaciones internacionales más sólidas, introduciendo las políticas económicas conocidas como "DOI MOI" en su sistema legal: un conjunto de normas y leyes destinadas

Local for Local



Los dos proyectos editoriales fotográficos que Bonfiglioli dedicó a la India y a Vietnam



Bonfiglioli Vietnam Co. Ltd.

Bonfiglioli Vietnam Co. Ltd.





a promover el desarrollo nacional que, inicialmente, se limitaron al sector agrícola.

Una contribución crucial llegó de la mano del presidente Clinton, quien levantó el embargo comercial en 1994, permitiendo a Vietnam retomar el contacto con socios potenciales de todo el mundo.

En los años dos mil, Vietnam se convirtió en un centro de desarrollo estratégico para acceder a los mercados asiáticos.

En 2008, Bonfiglioli decidió construir una planta para la producción de motores eléctricos en un distrito industrial a las afueras de la capital, Ciudad Ho Chi Minh. La combinación del know-how italiano y la cultura vietnamita arrojó resultados extraordinarios: el primer centro de producción del Grupo en la región de la ASEAN.

En los años siguientes, a la fabricación de motores se sumó la de los reductores de las series A, C, F y 300, con el fin de satisfacer mejor las necesidades de esta zona del planeta.

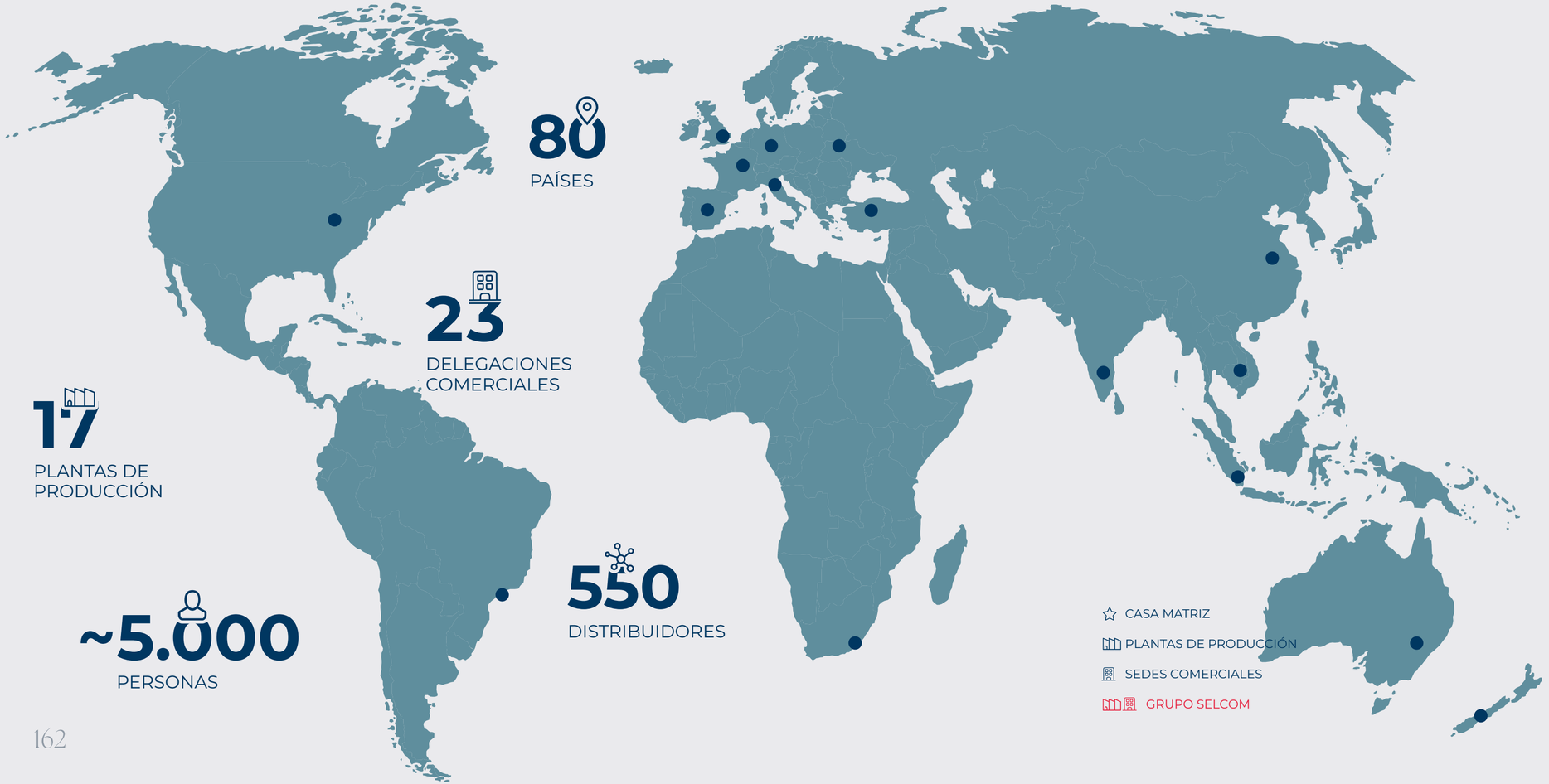
Bonfiglioli ha cambiado significativamente desde sus inicios, pasando de ser un pequeño taller mecánico a un grupo industrial global. Pero hay un aspecto importante que no ha cambiado desde su fundación: la visión del mundo que poseía Clementino Bonfiglioli. Hoy, esa misma visión es llevada adelante con el mismo espíritu por su hija Sonia.



Ninguno de los proyectos industriales desarrollados a lo largo de las últimas siete décadas ha tenido que ver solo con la expansión y la conquista: por el contrario, la consideración prioritaria hacia las personas, a todos los niveles, ha sido siempre un pilar fundamental para Bonfiglioli.

El verdadero viajero no visita lugares para conquistarlos, sino para absorber la energía de su cultura y de sus costumbres. Por supuesto, cuando una empresa expande su negocio, lo hace en busca de un beneficio económico; la verdadera diferencia radica entre quienes se quedan solo en eso y quienes, además, se enriquecen con cada lugar en un sentido más amplio y, a la vez, retribuyen a la comunidad. Es un vínculo basado en una relación bidireccional, que fomenta el crecimiento, no solo de la empresa, sino también de las personas. Los empleados vietnamitas, sudafricanos, indios o españoles de Bonfiglioli adquieren una apertura mental que les permite abrazar culturas diferentes a las suyas, y lo mismo ocurre con sus compañeros italianos, que trabajan día tras día junto a compañeros de otras naciones.

No es solo una cuestión de ser global o glocal: es, por encima de todo, una fusión de linh hon, aatmaon, almas, anime, almas que cada día, en cualquier rincón del mundo, alimentan la vida humana y la hacen mejor.



80
PAÍSES

23
DELEGACIONES COMERCIALES

17
PLANTAS DE PRODUCCIÓN

~5.000
PERSONAS

550
DISTRIBUIDORES

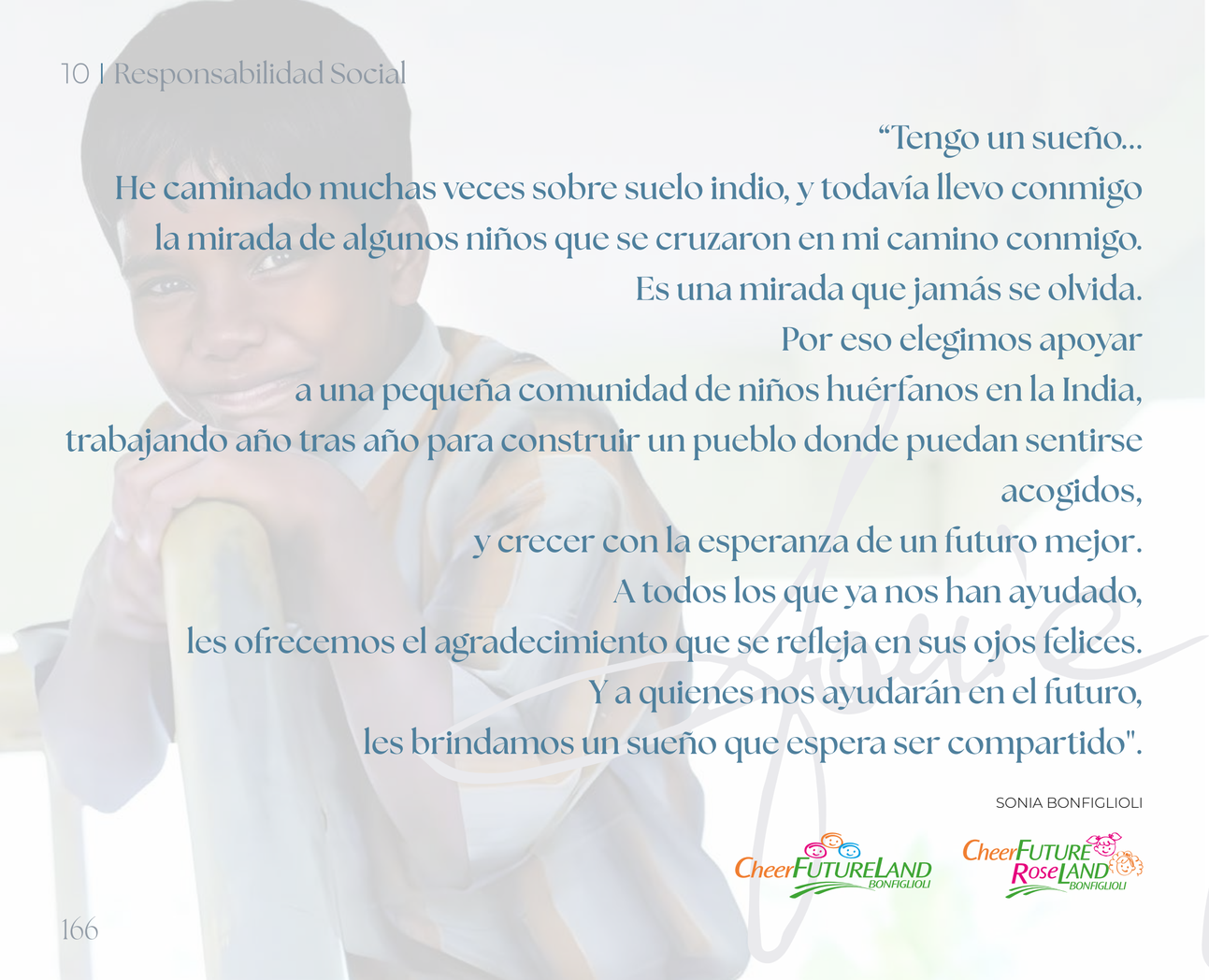
☆ CASA MATRIZ
PLANTAS DE PRODUCCIÓN
SEDES COMERCIALES
GRUPO SELCOM

Australia
Brasil
China
Francia
Alemania
Reino Unido
India
Italia
Nueva Zelanda
Singapur
Eslovaquia
España
Sudáfrica
Turquía
EE.UU.
Vietnam



Responsabilidad social

LIDERAR SIGNIFICA ASUMIR LA RESPONSABILIDAD DEL ENTORNO EN EL QUE OPERA.



"Tengo un sueño...
He caminado muchas veces sobre suelo indio, y todavía llevo conmigo
la mirada de algunos niños que se cruzaron en mi camino conmigo.
Es una mirada que jamás se olvida.
Por eso elegimos apoyar
a una pequeña comunidad de niños huérfanos en la India,
trabajando año tras año para construir un pueblo donde puedan sentirse
acogidos,
y crecer con la esperanza de un futuro mejor.
A todos los que ya nos han ayudado,
les ofrecemos el agradecimiento que se refleja en sus ojos felices.
Y a quienes nos ayudarán en el futuro,
les brindamos un sueño que espera ser compartido".

SONIA BONFIGLIOLI

CheerFUTURELAND BONFIGLIOLI

CheerFUTURE RoseLAND BONFIGLIOLI

A partir de la década de 1990, el mundo corporativo, particularmente las grandes empresas, empezó a tomar conciencia de una nueva realidad: los negocios por sí solos, aunque seguían siendo una prioridad, ya no lo eran todo. Se iniciaba así un nuevo enfoque en las relaciones laborales. Junto a los aumentos salariales y la mejora de las condiciones de trabajo, se introdujeron medidas para apoyar a las familias, tales como seguros médicos, ayudas para la escolarización de los hijos y planes de incentivos que aportaron mejoras significativas a la vida de las personas. Asimismo, se introdujeron nuevas prácticas, con el fin de mitigar las situaciones de estrés. Quizás el más conocido de ellos sea el Casual Friday, una costumbre que Hewlett Packard ya había ensayado en lso años cincuenta y sesenta, pero que se afianzó en los albores del siglo XXI. Los viernes se les permitía a los empleados ir a la oficina con ropa más informal, prescindiendo del tradicional traje y corbata; esto propiciaba un ambiente menos convencional para los trabajadores, que se beneficiaban de un clima más distendido para afrontar el último día de la semana.

En Italia, el sistema industrial siempre ha estado compuesto por un elevado porcentaje de empresas familiares que tienden a fidelizar a sus empleados con sistemas de incentivos alternativos y no siempre estructurados. Así se han ido consolidando diferentes fórmulas para favorecer el bienestar de los empleados, como la jornada reducida de trabajo los viernes durante los meses de verano.

Clementino Bonfiglioli poseía una extraordinaria capacidad para concebir y materializar ideas, no solo para sus clientes, sino también para sus colaboradores. La vida le había obligado a crecer muy rápidamente, rodeado del cariño de sus tíos pero sin el apoyo esencial de sus padres. Aquella infancia, con sus dificultades y sueños aún por cumplir, tuvo un poderoso impacto en el carácter y el desarrollo personal de Clementino. Dedicó toda su vida nutriendo su creación, buscando siempre la excelencia del producto pero también dedicó gran parte de su energía a salvaguardar y mejorar el bienestar de sus empleados. Además, con el paso de los años, comprendió la necesidad de mirar más allá de sus propias empresas y prestar atención a lo que estaba sucediendo en el tejido social que rodeaba a sus fábricas.

Cada lugar, ciudad y nación donde opera Bonfiglioli tiene diferentes necesidades y exigencias; partiendo de estas realidades, se han puesto en marcha proyectos destinados a ampliar el acceso a programas educativos y sanitarios para las nuevas generaciones.

Sería demasiado simplista asociar la infancia de Clementino Bonfiglioli directamente con su empeño por ofrecer a niños y jóvenes la oportunidad de tener una vida mejor, pero resulta innegable que el pasado del hombre influyó de manera decisiva en el empresario, tal como lo atestiguan quienes lo conocieron de cerca y compartieron con él momentos memorables.

Un acontecimiento significativo tuvo lugar en la India, país donde, sin lugar a dudas, la compañía puso en marcha el proyecto de apoyo social más importante de su historia.

Bonfiglioli llegó a la India a finales de la década de 1990 y, entre las muchas vivencias que allí se sucedieron, una en particular dejó una marca indeleble en Clementino Bonfiglioli: un momento que se convertiría en la semilla de la que florecerían intensas emociones en los años venideros.

En uno de sus primeros viajes en 1998, lo acompañaban varios colaboradores.

Tras un par de semanas de intenso trabajo y reuniones con socios potenciales, se preparaban para regresar a Italia. La noche anterior a su partida, el grupo se dio cuenta de que tendrían que dejar en el hotel unas cajas de galletas y dulces que habían comprado en los días anteriores.

Clementino Bonfiglioli sugirió distribuirlos entre los niños que pedían limosna fuera del hotel. Después de unos minutos, bajaron al vestíbulo y, nada más cruzar la entrada, comenzaron a repartir los dulces, sin imaginar jamás que aquel simple gesto pronto no tardaría en desencadenar una situación peligrosa. En cuestión de instantes, el grupo estaba rodeado por una multitud de niños hambrientos y desesperados, cada uno tratando de atrapar las migajas de comida que pudieran encontrar. Fue necesaria la intervención de la policía para evitar que la situación pasara a mayores. Uno de los oficiales instó a Clementino Bonfiglioli y a los demás a no repetir tal comportamiento, para no poner en peligro su propia seguridad.

No fue ninguna sorpresa cuando, unos años más tarde,





Bonfiglioli pusiera en marcha un proyecto para ayudar a los niños desfavorecidos de la India.

En 1999, el psicólogo infantil Anto Selvyn Roy comenzó a atender a niños con discapacidad que, debido a su condición, no podían trabajar: una razón que, con demasiada frecuencia, bastaba para que fueran abandonados a su suerte en plena calle. El profesor Selvyn fundó la comunidad Prema Vasam ("Casa del Amor") en Chennai. Desde sus inicios, este lugar se convirtió en un punto de referencia para la ciudad, e incluso la policía india, ante situaciones difíciles, llevaba a los niños que se encontraban en la calle a las instalaciones de la comunidad para que pudieran ser atendidos.

Cuando Clementino Bonfiglioli decidió poner en marchar un proyecto para ayudar y apoyar a la infancia en la India, vio a la comunidad de Prema Vasam y en su fundador a los aliados ideales para iniciar esta iniciativa. Así fue como nació el programa de apoyo infantil CheerFutureLand, y el 4 de febrero de 2010 se inauguró el Hogar para la Infancia, con capacidad inicial para acoger a treinta niños de entre siete y doce años en unas instalaciones adaptadas a las necesidades de los necesitados. Además del alojamiento, el centro cuenta con una escuela con un taller de formación, un consultorio médico y una serie de espacios recreativos donde los niños pueden disfrutar de momentos de serenidad. Aquello representó un compromiso firme por parte de Bonfiglioli, y Sonia sigue desempeñando hoy un papel de liderazgo en el proyecto, garantizando tanto su mantenimiento como su desarrollo. Actualmente, el centro acoge casi cien niños que estudian y reciben formación profesional para asegurarse un futuro mejor.

Y es que, a veces, el destino escribe historias increíbles que ningún escritor podría imaginar. Saravanabava fue uno de los primeros niños recibidos en CheerFutureLand. Hasta ese momento, la vida le había traído sufrimiento y dolor, pero entre los paredes de ese lugar tan especial, Saravanabava comenzó un camino de superación que



Saravanabava

recientemente le ha llevado a ser contratado en la planta de Bonfiglioli en Chennai. Aquel niño va en camino de convertirse en un hombre: se ha graduado hace poco en mecánica y aspira a matricularse en la carrera de ingeniería mecánica. Supone una alegría inmensa para todos aquellos que han pasado años esforzándose por ofrecer un porvenir mejor a los niños de la India.

Tener presencia en un país también significa ser partícipe de su realidad social y cultural, comprometiéndose con ella bajo la convicción de que "dar tiene el mismo valor que recibir". Esta frase, que se puede leer en el documento de presentación del proyecto CheerFutureLand, transmite claramente la filosofía que guía las decisiones de Bonfiglioli en el ámbito social, tanto en la India como en el resto del mundo. A lo largo de los años, se han desarrollado proyectos similares dedicados a los jóvenes en otros países.

Desde 2023, Bonfiglioli ha apoyado el proyecto Women of Vision en Sudáfrica, una asociación que brinda educación gratuita a familias necesitadas. En Vietnam, colabora con el sistema escolar de Ciudad Ho Chi Minh para garantizar el acceso a la educación de niños procedentes de entornos gravemente desfavorecidos.

El Informe de Sostenibilidad que Bonfiglioli publica cada año pone de relieve los esfuerzos que la empresa ha realizado - y sigue realizando cada día - para ir más allá de una mentalidad industrial centrada única y exclusivamente en el beneficio económico. Aunque las ganancias son y seguirán siendo un pilar fundamental de cualquier actividad empresarial, deben integrarse, apoyarse y conectarse con otros elementos que tengan en cuenta el mundo que nos rodea.

Por este motivo, desde hace varios años, Bonfiglioli también se ha fijado el objetivo de construir nuevas instalaciones de fabricación con un profundo enfoque en la sostenibilidad medioambiental. La planta de Pune, en la India, inaugurada hace unos años, es autosuficiente en un 80% gracias a un sistema de energía solar de última generación. A unos ocho mil kilómetros de distancia, en Calderara, la nueva sede de la empresa, operativa desde













2024, es un edificio NZEB (Nearly Zero Energy Building o de consumo de energía casi nulo). Se ha construido para aprovechar el agua de lluvia y los recursos de la energía geotérmica y solar, para minimizar así el impacto medioambiental. Este esfuerzo será monitorizará a través de los datos e informaciones incluidos en el plan de descarbonización que se encuentra actualmente en desarrollo.

Bowl for Kids 'Sake, Circus Starr, Trabajos Solidarios y Kockaci son solo algunos de los proyectos en los que Bonfiglioli colabora y participa en todo el mundo.

Además, una empresa liderada por una mujer dedica, de forma natural, una especial atención a reducir la brecha de género. Gracias a este compromiso, la presencia de personal femenino en la empresa ha aumentado un 53%, mientras que el número de empleados varones se ha mantenido prácticamente invariable en comparación con 2022: una prueba más del empeño de la empresa en lograr un verdadero cambio social y cultural. Pero esta filosofía va más allá de las fronteras de la empresa: apoyar el proyecto Ragazze Digitali ER ha ayudado a animar a las jóvenes estudiantes a explorar el mundo de la programación y la inteligencia artificial.





La Bonfiglioli de hoy es una empresa muy diferente del pequeño taller fundado en 1956; la forma de fabricar, viajar y comunicarse ha cambiado radicalmente. En setenta años, la vida de las personas ha sufrido una metamorfosis imparable: a mediados de la década de los cincuenta, el joven Clementino ni siquiera habría podido imaginar el proceso de evolución tecnológica que ha vivido el mundo, pero su capacidad para mirar más allá del presente le permitió anticiparse a las necesidades antes de que surgieran. Hoy, Sonia continúa su labor.

Creció entre engranajes y máquinas-herramienta, formándose como mujer y como empresaria según el modelo que le brindó su padre. Hoy en día, Bonfiglioli cuenta con nuevas tecnologías y herramientas avanzadas que distan un abismo de las que en su día tuvo a su disposición Clementino Bonfiglioli en la Via Calvart. Solo una cosa ha permanecido inalterable, un hilo conductor invisible que conecta el pasado con el presente: la capacidad de escuchar las necesidades de las personas y responder a ellas, buscando ayudarlas en todo lo posible. Nunca se tratará solo de negocios; porque sin las personas, sin prestar atención al mundo que nos rodea, sin considerar cómo nuestras acciones afectan a los demás, nunca podremos llevar una vida plenamente feliz.





La innovación como motor de crecimiento y evolución

EL FUTURO EN EL PRODUCTO Y MÁS ALLÁ: SEGURIDAD, MEDIO AMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD



París, abril de 1874.

Louis Leroy fue uno de los críticos de arte más importantes de su época, y un visitante asiduo de las galerías y del Salón, la exposición anual organizada por la Académie des Beaux-Arts de París, que definió e influyó no solo en el arte francés, sino en todo el panorama artístico mundial durante más de un siglo. Exponer en el Salón garantizaba a los artistas tanto el éxito de la crítica como el financiero; sin esa visibilidad, a muchos les habría resultado extremadamente difícil vender sus obras.

En abril de 1874, Leroy se enteró de una exposición organizada por un grupo de jóvenes pintores que habían sido rechazados por el jurado del Salón. Iba a celebrarse en el estudio del fotógrafo Nadar, quien había puesto a disposición varias salas durante unos días.

Intrigado por el acontecimiento, Leroy decidió acercarse para echar un vistazo a la obra de esos jóvenes artistas. Mientras recorría la exposición, se detuvo ante un cuadro en particular, permaneció allí de pie, observándolo durante varios minutos antes de salir de la galería sin traslucir emoción alguna.

Pocos días después, la revista Le Charivari publicó un artículo firmado por Leroy en el que el crítico presentaba su valoración. Respecto a la pintura antes la que se había detenido, su juicio fue rotundo y sus palabras no dejaron lugar a ambigüedades: "¿Qué representa este lienzo? Impresión...estaba seguro de ello. Me decía a mí mismo que, ya que estaba impresionado, debía de haber alguna impresión en él... ¡y qué libertad, qué facilidad de mano de obra! El papel pintado en su estado embrionario está más acabado que ese paisaje marino. Que no me vengan a hablar de estos aficionados".

El cuadro al que se refería Leroy era *Impresión, Sol naciente,* de Claude Monet.

A partir de ese momento, los pintores que expusieron en aquella muestra pasaron a ser conocidos como los "impresionistas": un término que nació con intención de burla, pero que acabó dando nombre a uno de los movimientos más importantes y famosos de la historia de la pintura.

La historia ya ha hablado mucho sobre la capacidad de Leroy para juzgar una obra de arte, pero siempre ha ocurrido que los grandes inventos e innovaciones, topan con la oposición, y a veces incluso con el ridículo, al inicio de su camino. La pintura impresionista es un claro ejemplo, pero podríamos recordar muchos otros. En 1946, Darryl Zanuck, hablando sobre los primeros televisores lanzados al mercado, dijo: "La gente pronto se cansará de mirar una caja de madera contrachapada todas las noches". O Ken Olsen, fundador de Digital, quien en 1977 afirmó: "No hay ninguna razón para que alguien quiera un ordenador en su casa".

Claude Monet, *Impresión, Sol naciente*, 1872

Los hombres y mujeres de la Generación X han navegado en esa transición de lo analógico a lo digital. Millones de personas que antes leían la prensa escrita poseen hoy teléfonos inteligentes de última generación que les permiten acceder a noticias de todo el mundo en tiempo real. En nuestra vida cotidiana, nos beneficiamos de las innovaciones que, a menudo, pasan por etapas de desarrollo y prueba en el tejido industrial antes de estar al alcance de todos: un ejemplo de ello son las soluciones aplicadas por primera vez a los autos de Fórmula 1 que hoy encontramos en nuestros propios vehículos.

En los últimos años, dentro del sistema industrial ha ido creciendo la certeza de que la innovación ya no puede limitarse al ámbito de la producción, sino que debe utilizarse para ayudar a las personas y al medio ambiente. Este despertar, este sentido de la responsabilidad social, es tan necesario como beneficioso.

Todos estos nuevos desafíos comparten un rasgo común, un elemento fundamental que los conecta y es crucial para su éxito: a saber, la capacidad de desarrollar y aprovechar las innovaciones tecnológicas, adoptando un enfoque diferente al de hace solo unos años. Por ejemplo, en muchos entornos de producción durante la década de los noventa, se utilizaba la tecnología de los robots antropomórficos para sustituir al ser humano en cada fase del proceso; hoy en día, vemos una perspectiva



más moderna, ya que las soluciones técnicas innovadoras colaboran codo con codo con las personas, especialmente en las tareas más pesadas y peligrosas para su salud.

Bonfiglioli siempre ha considerado la innovación como un motor esencial de crecimiento y evolución, pero la llegada de Sonia a la dirección de la empresa fue el detonante que realmente transformó la visión de la empresa en material de sostenibilidad corporativa. Tras haber heredado de su padre una pasión por la mecánica que ya era evidente desde su más tierna infancia, Sonia redefinió el enfoque de la empresa hacia la innovación, integrándola con todos los procesos comerciales. Esto marcó un nuevo capítulo, donde la producción ya no era la única estrella guía, para situarse en igualdad de condiciones con otros aspectos fundamentales para el éxito de la empresa. Seguridad, medio ambiente y sostenibilidad: gracias a la visión moderna de Sonia, estos se han convertido en los pilares del futuro de Bonfiglioli. Para perseguir estos nuevos objetivos de la manera más eficiente, Sonia ha optado por involucrar a organizaciones externas para desarrollar proyectos de innovación; así, se han puesto en marcha colaboraciones con universidades, centros de investigación y organismos de la administración pública, con el fin de integrar su experiencia y alcanzar mejores resultados, generando un impacto positivo no solo para Bonfiglioli, sino para una comunidad mucho más amplia.

Un hito en la historia de la compañía resultó fundamental en este viaje: en marzo de 2000, en un artículo en Bonfiglioli News, Sonia Bonfiglioli presentó un proyecto que haría historia: Mosaico.

Mosaico era un verdadero sistema integrado al servicio del cliente que incorporaba las herramientas de Genius, el sistema desarrollado unos años antes que permitía a clientes y diseñadores acceder a la base de datos de dibujos técnicos del catálogo Bonfiglioli. Con Mosaico, se introdujo algo que se convertiría en una práctica habitual en los años siguientes, pero que en aquel momento era simplemente revolucionario: después de todo, solo habían pasado cinco años desde la primera venta de un libro en línea por parte de Amazon, pero Bonfiglioli ya estaba lanzando su propia plataforma de comercio electrónico, permitiendo a los clientes comprar desde el catálogo en línea. Aquel fue un salto decisivo hacia el futuro, y la empresa afrontó al nuevo milenio con el objetivo de

MOSAICO

Logo de mosaico, 2000





El Mosaico hoy.

estrechara aún más los lazos con sus clientes, no solo como proveedores, sino como socios con los que sacar adelante proyectos y encontrar soluciones. Significó un nuevo enfoque en las relaciones comerciales, que ponía un énfasis cada vez mayor en el deseo de la empresa de apoyar al cliente desde las fases iniciales de diseño.

Este planteamiento constituyó el corazón del éxito de Bonfiglioli durante los años siguientes. Prestigiosas empresas de software participaron en el proyecto con el fin de desarrollar el servicio, mientras que la compañía telefónica nacional se encargó de las comunicaciones a través de la web.

A partir de ese momento, diseñadores, clientes y estudiantes comenzaron a hacer uso de los servicios ofrecidos por Mosaico, aprovechando sus ventajas para mejorar y agilizar las actividades de diseño, selección y compra.

El firme compromiso de Bonfiglioli hacia sus clientes va a la par con su dedicación a salvaguardar la seguridad y la calidad de vida de sus empleados, impartiendo miles de horas de cursos de capacitación y llevando a cabo modificaciones estructurales en máquinas y equipos para mejorar la ergonomía y limitar el riesgo de posibles lesiones. Las iniciativas periódicas para mejorar continuamente



Un operario de la planta de EVO con un exoesqueleto

las condiciones de trabajo han planteado una pregunta importante: ¿qué desafíos tenemos por delante? Sin duda, procesos más automatizados, más seguros y sostenibles desde el punto de vista medioambiental.

Para responder a esta pregunta, Bonfiglioli decidió aprovechar el potencial de la innovación tecnológica, un enfoque que conduce directamente hacia una nueva dimensión, con un dispositivo que, en el imaginario colectivo, parece salida de una película de ciencia ficción: el exoesqueleto.

Durante las operaciones diarias dentro de los departamentos de producción, hay equipos disponibles para levantar los componentes más pesados, pero todavía hay situaciones en las que la combinación de peso y frecuencia de movimientos puede causar problemas. Por ello, Bonfiglioli ha puesto en marcha un proyecto que permitirá a sus operadores probar un exoesqueleto de última generación, diseñado para reducir el esfuerzo físico necesario a la hora de retirar los componentes destinados a la producción. Para esta iniciativa, la empresa ha reunido un equipo de técnicos e investigadores capaces de desarrollar y dar vida a esta nueva frontera: el grupo de desarrollo incluye la Universidad de Bolonia, la Universidad de Ciencias Aplicadas y Artes del Sur de Suiza (SUPSI) y ART-ER, la entidad regional de Emilia-Romaña enfocada en el desarrollo local a través de la innovación y la internacionalización. Junto a estos socios institucionales, también se han incorporado empresas internacionales



AGV (Automated Guided Vehicles) en la planta de EVO

especializadas en robótica para desarrollar físicamente el nuevo exoesqueleto.

Para lograr los mejores resultados posibles, resulta esencial conocer la opinión de las personas que realmente iban a utilizar estos nuevos equipos. Por esta razón, se involucró en el proyecto a una veintena de voluntarios, operadores de logística que manejan componentes para el montaje de reductores en su trabajo diario y que, por tanto, están potencialmente expuestos a riesgos relacionados con la postura. Los voluntarios probaron el nuevo dispositivo, destacando los ajustes necesarios en el diseño y modificando de manera significativa el resultado final. Entre los beneficios obtenidos destacan una mejor postura durante las actividades laborales, una reducción del riesgo de lesiones por traumatismos lumbares y una menor tensión en el tren superior; además, hacer que las operaciones de recogida sean menos fatigosas durante la jornada laboral permite a los operadores disfrutar plenamente de su tiempo fuera de la empresa.

Aquí, el objetivo es doble y tiene un alcance profundo: mejorar las condiciones de trabajo significa tener miembros del equipo más eficientes que puedan pasar tiempo de calidad con sus seres queridos, con sus hijos y dedicarse a sus pasiones al salir del trabajo.

El mismo concepto se puede aplicar a la visión de Bonfiglioli sobre el futuro del medio ambiente. Durante décadas, las industrias de todo el mundo han dirigido sus esfuerzos económicos y organizativos hacia la obtención

de mayores ganancias, prestando poca atención a lo que estaba sucediendo fuera de sus plantas de producción. Han sido muchos casos en que las actividades industriales han tenido repercusiones devastadoras en la vida de los territorios vecinos y más allá. Algunos de los ejemplos más impactantes nos han llamado la atención a través de películas o reportajes de investigación, pero en los últimos años -gracias a una mayor conciencia entre los líderes empresariales- ha surgido un nuevo camino que persigue reducir el impacto ambiental de las actividades industriales. Debemos mirar más allá. Las decisiones que tomemos hoy darán forma al mundo que heredarán nuestros hijos.

Para poner en práctica esta nueva visión, Bonfiglioli ha puesto en marcha una serie de proyectos específicamente diseñados para reducir el impacto medioambiental de sus productos. Al hacerlo, la empresa ha involucrado a firmas especializadas, empresas emergentes y universidades, con la certeza de que ampliar el campo del conocimiento permite obtener un resultado mejor. Con esa misma conciencia, Bonfiglioli ha optado por coordinar ella misma estos proyectos, asumiendo la responsabilidad de mantener conectados los diversos componentes, alinear sus avances y guiar a los diferentes grupos de trabajo hacia objetivos específicos. Desde el primer momento quedó claro que adentrarse en el futuro requeriría dos elementos clave: datos precisos y fiables y un sistema de monitorización capaz de procesarlos.

En 2019, la colaboración con una de las empresas líderes en la fabricación de semiconductores y soluciones tecnológicas avanzadas dio lugar a la creación de las series WSensor y Zsensor, una evolución de los sensores de monitorización estándar. Las características principales de estos nuevos dispositivos abarcaban desde un tamaño más reducido hasta una mayor sensibilidad en la detección de datos; unas herramientas inéditas que contribuyeron al objetivo de Bonfiglioli de lanzar al mercado productos y servicios centrados en la supervisión del rendimiento y el mantenimiento predictivo. Fue un resultado extraordinario, alcanzado gracias al intercambio de experiencias entre las empresas que colaboraron en los distintos equipos del proyecto. El proyecto no solo implicó la creación de nuevos sensores, sino que también sirvió para identificar su ubicación óptima en los reductores. Meses de ensayos en las salas de pruebas para evaluar y ajustar el rendimiento permitieron obtener unos resultados sobresaliente y unos datos extremadamente precisos. Una vez analizados por los técnicos, estos datos permiten desarrollar planes de mantenimiento programado, esenciales para evitar paradas inesperadas y tiempos de inactividad de la producción.

Hoy en día, las fábricas y las plantas están conectadas digitalmente con sus máquinas y sistemas de producción. El volumen de datos recopilados utilizando las nuevas tecnologías ha aumentado de forma exponencial en los últimos años, lo ha hecho necesario confiar en sistemas informáticos cada vez más avanzados.

Con el proyecto Horizon IoTWins, Bonfiglioli demostró una vez más su capacidad para mirar más allá del presente, y con la iniciativa digital@ bonfiglioli, la empresa ha allanado el camino para la exploración de nuevas áreas, en busca de una evolución innovadora. El nuevo sistema es capaz de adquirir datos operativos de diversas fuentes, combinarlos y procesarlos en estructuras informativas que sirven para orientar las decisiones de los técnicos de mantenimiento. El sistema procesa los datos de producción, los registros de mantenimiento e incluso las condiciones ambientales dentro de la empresa, para crear modelos de diagnóstico que guíen las intervenciones de mantenimiento. Además, los conjuntos de datos recopilados también se utilizan para mejorar los productos durante la fase de diseño, y los estudios sobre el terreno permiten identificar mejoras

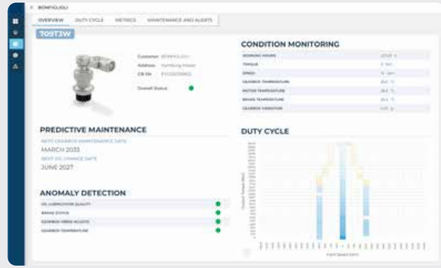






Sensores Omega, Z y TP.





Soluciones IoT



que se aplicarán a los reductores, haciéndolos aún más eficientes. Este ciclo virtuoso abarca toda la vida útil del producto.

Bonfiglioli ha colaborado con muchas empresas para desarrollar proyectos innovadores, y el elemento que realmente destaca de este intercambio de conocimientos es el crecimiento profesional y cultural del grupo de trabajo. Los resultados obtenidos se ponen a disposición de todas las empresas involucradas en los proyectos, que a su vez mejoran sus productos, desencadenando así un proceso de crecimiento continuo.

Mirar más allá de nuestro entorno inmediato y considerar el panorama general aporta una gran satisfacción. Bonfiglioli siempre se ha mantenido fiel a esta filosofía, y la innovación está entretejida en su historia. Hoy en día, los productos de Bonfiglioli representan un concentrado de tecnología mecánica y electrónica; son sistemas integrales que pueden responder a los desafíos más recientes de la industria y la automatización: el mantenimiento predictivo, el aprendizaje automático y la inteligencia artificial, la última y más reciente fuente de innovación en innumerables campos del conocimiento y la industria. Con su rápida evolución, esta tecnología dibuja cada día un porvenir diferente para Bonfiglioli, no solo en términos de rendimiento y calidad del producto, sino también porque la IA permite modelos de negocio y formas de interactuar, entre el producto y el usuario o entre el fabricante y el cliente, que antes eran inimaginables. El enfoque en la evolución y la innovación es uno de los secretos del éxito de Bonfiglioli; un éxito impulsado en gran medida por los numerosos jóvenes talentosos que son la verdadera fuerza motriz de la empresa en la actualidad. A las nuevas generaciones se las debe inspirar y guiar a través de ejemplos y estímulos que enciendan sus mentes fértiles.

Era el 12 de junio de 2005. Durante la ceremonia de graduación en la Universidad de Stanford, Steve Jobs pronunció un discurso histórico ante la audiencia de jóvenes graduados: en poco más de diez minutos, pronunció el que se convertiría en uno de los discursos de graduación más citados de todos los tiempos. "Seguid hambrientos, seguid alocados": estas fueron sus palabras de clausura, con las que instaba a aquellos jóvenes a no poner límites a sus sueños. Cincuenta años antes, en un lugar muy lejano de California, otro joven intentaba hacer realidad sus propios sueños. Diseñaba sus reductores completamente solo, confiando únicamente en sus habilidades. Hoy, setenta años después, cientos de ingenieros, técnicos y diseñadores trabajan todos los días, para continuar el camino que él trazó a mediados del siglo XX, sin dejar de mirar hacia el futuro.

No podemos saber cuáles serán las fronteras de la innovación en los próximos años, pero de una cosa podemos estar seguros: hay mujeres y hombres que llevan la visión de Clementino Bonfiglioli hacia el mañana.

A lo largo de la historia, los innovadores siempre han tenido una cosa en común: muestran el camino. Su lugar de nacimiento importa poco, ya sea París, San Francisco o un pequeño pueblo en las afueras de Bolonia, pero con sus acciones, han guiado a generaciones enteras y continúan haciéndolo, a través de sus hijos, colegas y de quienes estudian su trabajo.

Edoardo Bennato es uno de los cantautores italianos más famosos de todos los tiempos, y una de sus canciones más conocidas, "L'isola che non c' è", lanzada en 1980, transmite un mensaje a todos los que enfrentan desafíos y dificultades todos los días en pos de sus ambiciones. Su última estrofa dice: "La segunda estrella a la derecha, ese es el camino, y luego recto hasta el amanecer; no te puedes perder porque esa es la isla que no existe. Y se burlarán de ti si sigues buscándola, pero no te rindas, porque quienes ya se han rendido y se ríen a tus espaldas quizás estén aún más locos que tú".

Seguid hambrientos, seguid alocados. Seres humanos brillantes como Clementino Bonfiglioli lucharon por lograr sus objetivos; lo bastante hambrientos como para imaginar un sueño, lo bastante alocados como para hacerlo realidad.

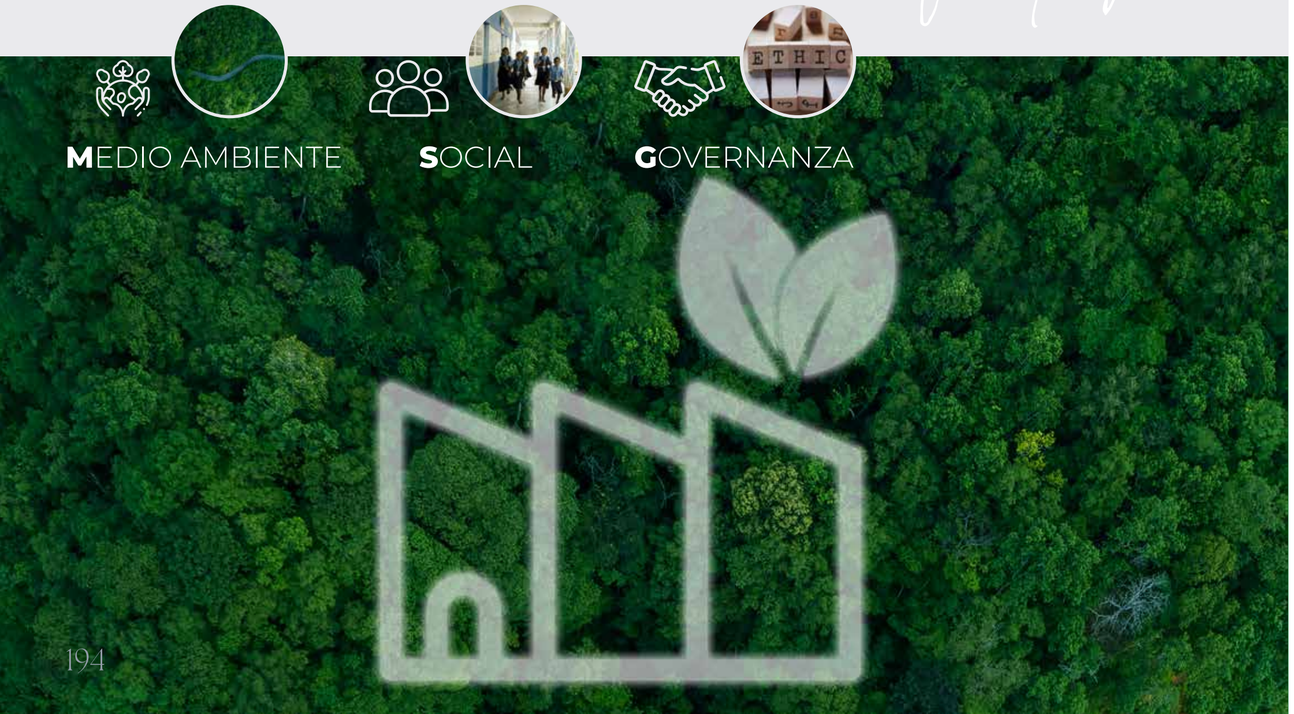




Nuestra visión para un futuro sostenible

UN COMPROMISO CORPORATIVO QUE VA MÁS ALLÁ DE LOS NEGOCIOS

La sostenibilidad no tiene que ver solo con el futuro: sino con las decisiones que tomamos en el presente.



El concepto de sostenibilidad comenzó a desarrollarse a principios de la segunda mitad del siglo XX. Durante este período, comenzaron a surgir los primeros movimientos en defensa de la ecología y el medio ambiente, al tiempo que cobraba fuerza una mayor conciencia sobre el vínculo existente entre el comportamiento humano y sus consecuencias en la naturaleza. Esto puso de manifiesto la necesidad de transformar los procesos de crecimiento teniendo en cuenta su impacto tanto en las personas como en el planeta. Esta corriente de opinión impulsó la creación de diversas organizaciones cuyo objetivo era influir en la sociedad moderna.

Una de las más importantes se fundó en 1961 en Suiza, y sus fundadores eligieron un nombre evocador, el Fondo Mundial para la Naturaleza, al que todos conocemos por sus siglas, WWF. La asociación se propuso salvaguardar el medio ambiente y las especies animales en peligro de extinción mediante la sensibilización de las instituciones, y su logotipo se hizo famoso en todo el mundo: un panda, elegido como símbolo de la lucha contra la extinción de las especies animales. Cinco años más tarde, gracias a los esfuerzos de Fulco Pratesi, se constituyó WWF Italia. Sin embargo, fue a partir de mediados de la década de los ochenta cuando las aspiraciones de una parte de la sociedad civil se convirtieron en la base para la creación de políticas globales de sostenibilidad. En 1983, la Asamblea General de las Naciones Unidas encargó a la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo la elaboración de un documento que guiara a las naciones miembros hacia decisiones más conscientes. Se había vuelto imprescindible cambiar los patrones de crecimiento económico, teniendo en cuenta el cambio climático.

En este momento, la comisión estaba presidida por Gro Harlem Brundtland, una política noruega que siempre se había volcado en las políticas medioambientales. A lo largo de tres años de trabajo, la comisión involucró a ONG, gobiernos, instituciones, asociaciones ecologistas y universidades. El objetivo era establecer un marco integral que recogiera las opiniones y evaluaciones de todas las partes interesadas, antes de redactar un documento con soluciones para implementar en los años venideros. El resultado de estos debates vio la luz con la publicación en 1987 del informe "Nuestro futuro común", más conocido como el Informe Brundtland, en honor al presidente de la comisión.

Entre los muchos puntos que recogía el informe Brundtland destacaban dos conceptos que definieron los fundamentos de la sostenibilidad.

El primero de ellos se refería al crecimiento sostenible: garantizar que las necesidades de la generación actual se satisfagan sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias. En pocas palabras, expresaba directamente el deseo de un cambio impulsado por una mayor atención y concientización.

El segundo concepto requería la participación de todos los habitantes de la Tierra para encontrar una nueva forma, un nuevo camino que permitiera a las generaciones futuras vivir en mejores condiciones: una especie de justicia social que, aún reconociendo las diferencias económicas entre las naciones, fijaba como objetivo la búsqueda de un compromiso justo entre la calidad de vida y el desarrollo económico.

El Informe Brundtland allanó el camino para estrategias e iniciativas capaces de abordar y gestionar el cambio climático y promover la sostenibilidad medioambiental. Estos proyectos se basaron en varios hitos clave: en 1992, Río de Janeiro fue sede de la conferencia Río+20, que condujo a la adopción de la Agenda 21, que describe las acciones que se deben tomar para el desarrollo sostenible global. Otro paso fundamental fue el Acuerdo de París, que en 2015 estableció un tratado vinculante para combatir el cambio climático. Ese mismo año, 193 naciones firmaron la Agenda 2030, que estableció un plan de acción mundial que consta de diecisiete objetivos, entre los que se incluían los principios de prosperidad y colaboración vinculados al bienestar de las personas.

Se trata de objetivos admirables, pero difíciles de lograr: como hemos visto en los últimos años, los intereses nacionales, políticos e ideológicos han reducido con demasiada frecuencia, y en algunos casos incluso eliminado, la financiación destinada a proyectos de sostenibilidad medioambiental.

A lo largo de los años, las diferencias en los sistemas de producción de cada país, derivadas de las decisiones sociopolíticas y económicas de sus respectivos gobiernos, han impedido a menudo la implementación de soluciones compartidas. Para avanzar en esta nueva visión, se hizo necesario que las agencias no gubernamentales y las organizaciones globales intervinieran, asumiendo la tarea de valorar los intereses de todas las naciones y de orientar la producción mundial hacia objetivos comunes.

También para las empresas de la industria manufacturera, el camino hacia la sostenibilidad no ha sido fácil, pero, gracias a una nueva concientización por parte de muchos empresarios, el impulso para crear un sistema industrial diferente y más respetuoso con el medio ambiente no se ha detenido. Como resultado, la sostenibilidad medioambiental se ha convertido en una estrategia de desarrollo para muchas empresas, entre otras cosas porque también tiene sentido desde el punto de vista económico. De hecho, la sostenibilidad medioambiental se ha incorporado incluso a las estrategias de marketing para atraer a los segmentos de clientes más sensibles a los problemas ambientales: la reducción del uso de plásticos en los envases de alimentos, la creciente popularidad de los sistemas de recarga para productos de limpieza del hogar o, en el mundo del automóvil, los controles de emisiones y el desarrollo de sistemas de movilidad eléctrica son solo algunos ejemplos de ello.

El sentido de pertenencia es el motor de estos cambios, y Bonfiglioli constituye un claro ejemplo de cómo se manifiesta esta simbiosis.

Durante cincuenta años, las plantas de Lippo di Calderara albergaron la sede central del Grupo: tanto los departamentos de producción como las oficinas ejecutivas se construyeron en los mismos terrenos donde el joven Clementino jugaba de niño. A lo largo de las décadas, Calderara y Bonfiglioli han crecido juntos, apoyándose mutuamente en el camino.

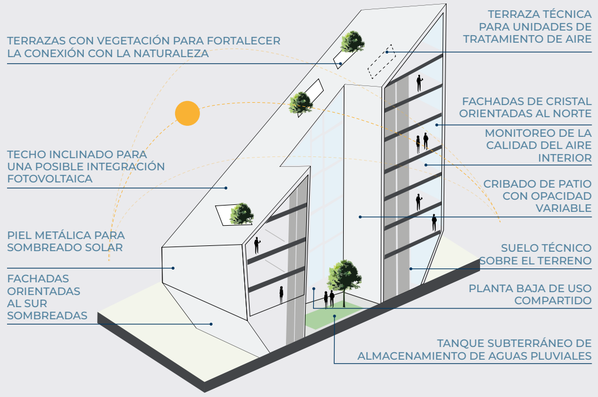
Por eso, la planta de EVO -al igual que la sede central, la nueva sede de la unidad de negocio de I&A inaugurada en 2020- se encuentra en el mismo municipio, a pocos minutos de Lippo. Menos emisiones, carriles bici, parques: todo pensado para mejorar la calidad de vida no solo dentro de la empresa, sino también en los alrededores.

Pero, ¿cómo se convierte una empresa en sostenible? ¿Qué pasos y proyectos se deben desarrollar?

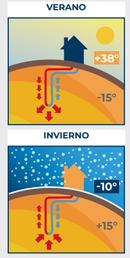
Eficiencia energética en edificios e instalaciones



La nueva Sede central: un ejemplo tangible de sostenibilidad e innovación



- NZEB
- ENERGÍA GEOTÉRMICA Y FOTOVOLTAICA
- ANÁLISIS CUIDADOSO DE LOS PARÁMETROS DE IRRADIANCIA
- CAPTACIÓN DE AGUA DE LLUVIA





Hace ya varios años, Bonfiglioli estableció un equipo interno formado por ingenieros medioambientales y expertos en nuevos materiales, que trabajan en estrecha colaboración con todos los departamentos de la empresa. Aprovechando las nuevas tecnologías, han desarrollado una serie de proyectos capaces de reducir el impacto ecológico de la empresa en la región.

Sin embargo, el verdadero desafío consistía en identificar principios que pudieran aplicarse globalmente en todos los centros de producción del Grupo. El Informe de Sostenibilidad es el documento que describe con precisión tanto los resultados alcanzados como los objetivos establecidos para una nueva forma de hacer negocios, y se basa en tres motores que guían las decisiones futuras, como faros que alumbran el camino a seguir: Excelencia, Innovación, Sostenibilidad.

La transformación de lo global a lo glocal que ha tenido lugar en los últimos años es parte integral de este proceso, ya que cada acción emprendida ha tenido en cuenta a las comunidades de los cinco continentes en los que opera Bonfiglioli. Este es el poder de un cambio que conduce a una nueva visión: buscar la excelencia en sus productos, respetar la diversidad y las culturas locales situando a las personas en primer plano y fomentar la certeza de que la responsabilidad individual hace posible la responsabilidad colectiva, siendo el trabajo conjunto y el intercambio de conocimientos la única forma para crecer.

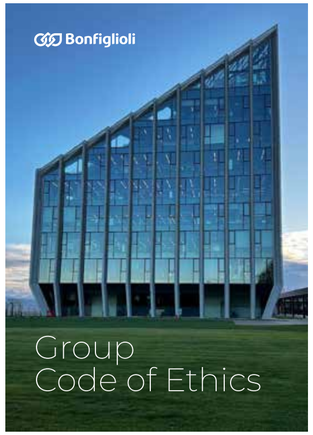
El camino hacia la sostenibilidad se basa en acciones con un impacto duradero, construidas sobre los cimientos colocados en los últimos años. Uno de los primeros objetivos clave de la empresa ha sido la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. En 2024, se trazó una estrategia para aumentar la proporción de electricidad procedente de fuentes renovables, como parte de un plan que se extiende hasta 2030. El monitoreo del consumo, la optimización del uso de electricidad y las reformas con un enfoque ecológico, como el sistema fotovoltaico de 1335 kW instalado en el estacionamiento de EVO, capaz ya de producir alrededor de un millón y medio de kWh por año, cubriendo más del 20% del consumo total, están diseñados para garantizar que para 2030, toda la electricidad necesaria para el funcionamiento de las instalaciones proceda de fuentes renovables.

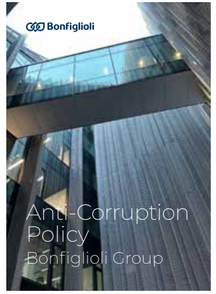
Otro aspecto clave del proceso de producción de Bonfiglioli es la gestión de residuos. El Grupo ha identificado el 2030 como el año en el que todos los residuos generados por sus plantas de fabricación y filiales se desvíen para su reutilización en otros procesos de producción o reciclaje: un compromiso tangible y continuo con la sostenibilidad y la responsabilidad medioambiental.

A menudo se asocia la sostenibilidad de una empresa con sus actividades de producción y su impacto ambiental. Sin embargo, en los últimos años, las empresas más vanguardistas han ampliado este concepto para abarcar

toda su cadena de valor, incluidos los proveedores, para reflejar así la convicción de que la sostenibilidad también depende de quienes contribuyen activamente a la cadena de suministro. En consonancia con esta perspectiva, los socios de Bonfiglioli están directamente involucrados en esta transición ecológica y en otros aspectos clave.

El Código de Conducta para Proveedores proporciona directrices claras sobre el cumplimiento de la normativa nacional e internacional relativa al uso de sustancias peligrosas, con especial atención en aquellos productos que puedan poner en peligro la salud y la seguridad a lo largo de todo el proceso de fabricación. Además, se requiere que los proveedores se adhieran a las políticas relativas a la explotación y la discriminación. Este enfoque modifica los criterios de selección de proveedores, priorizando los que están preparados para afrontar los nuevos retos, tanto en materia medioambiental como en lo que respecta a las relaciones con las personas.







Se trata de una postura firme diseñada para erradicar conductos tóxicas hacia el medio ambiente y los recursos humanos; un cambio que afecta los centros de la empresa y a los proveedores de todo el mundo, sin excepciones. No es una simple frase para incluir en una presentación corporativa, sino una forma de hacer negocios nueva, con visión de futuro y, sobre todo, justa.

Este mismo enfoque se ha adoptado para la gestión del final de la vida útil de los reductores. Bonfiglioli se ha fijado el objetivo de elaborar directrices formales precisas y estructuradas para 2027, a las que seguirá en 2028 un proyecto piloto que incluirá una selección de artículos del catálogo La meta es identificar soluciones capaces de optimizar y prolongar la vida útil de los productos. En este sentido, el apoyo de los proyectos de monitoreo del rendimiento desarrollados en los últimos años será crucial para mejorar las prestaciones y la funcionalidad, centrándose en la durabilidad y contribuyendo a un uso más eficiente de los materiales y recursos.

"Creo que la Bonfiglioli de hoy, y sobre todo la de mañana, no puede basarse en una sola persona. NOSOTROS somos la fuerza de Bonfiglioli ".

Todos estos proyectos, esenciales para las generaciones futuras, están gestionados por los hombres y mujeres de Bonfiglioli. Una frase de Sonia Bonfiglioli resume en pocas palabras la conexión directa entre estrategia y las operaciones:
El comportamiento hacia los demás es otro aspecto importante; la ética no es solo una palabra que aparece en un documento, sino una filosofía diaria que guía las decisiones de la empresa al establecer unos valores clave: Desafío, respeto, responsabilidad, ganar juntos. De todos ellos, el respeto deja una huella indeleble en las relaciones humanas al condenar cualquier forma de trato desigual por motivos de género, creencias religiosas o bagaje cultural: palabras claras que guían las relaciones entre colegas y con las partes interesadas externas. Con el fin de garantizar que las personas permanezcan en el corazón de la empresa, se han adoptado medidas formales que involucran a los representantes de los empleados en comités técnicos bilaterales para implementar proyectos destinados a mejorar el entorno de trabajo.

Los principios que siempre inspiraron a Clementino Bonfiglioli se han convertido en los pilares sobre los que se construye la nueva Bonfiglioli; un viaje cuyo destino está en el futuro de las nuevas generaciones. Día a día, trabajando con dedicación y pasión, podemos vislumbrar el logro de objetivos ambiciosos: algunos de ellos pueden resultar desafiantes, pero son necesarios para garantizar una mejor calidad de vida. Porque, a veces, lo que importa no es si lograste cambiar el mundo, sino cuántas veces lo intentaste.

Superación

Buscamos límites, después los superamos a través de ideas innovadoras, productos de vanguardia y prestaciones inigualables.

Respeto

Exploramos diferentes culturas, religiones y experiencias para convertir la diversidad en un recurso y buscar un crecimiento económico sostenible en armonía con el medio ambiente.

Responsabilidad

Ponemos el alma en todo lo que hacemos para mejorarnos y ser un ejemplo para otros, porque la eficiencia de un equipo inicia con el de las personas que lo integran.

Colaboración para el éxito

Promovemos el talento para generar y compartir el conocimiento que conduce al éxito.

Nuestras soluciones para construir un futuro sostenible

RECICLAJE



CONVERTIMOS LOS RESIDUOS EN RECURSOS

TRATAMIENTO DEL AGUA



TECNOLOGÍAS QUE PURIFICAN EL FUTURO

BIOGÁS



DEL CORAZÓN DEL BIOGÁS NACE LA ENERGÍA Y LA CIRCULARIDAD

ENERGÍA EÓLICA



ENERGÍA RENOVABLE QUE MARCA LA DIFERENCIA

MOVILIDAD ELÉCTRICA



LIDERANDO LA TRANSICIÓN A LA ELECTRICIDAD

Productos



MOTORREDUCTORES DE ALTA EFICIENCIA EVOX



SISTEMA REGENERATIVO ACTIVO DEL CONVERTIDOR



ACCIONAMIENTOS DE DIRECCIÓN ELÉCTRICA PARA CAMIONES DE ALMACÉN



ACCIONAMIENTOS ELÉCTRICOS PARA APLICACIONES FUERA DE CARRETERA



MOTORREDUCTOR COMPACTO MONTADO SOBRE RUEDAS PARA AMR Y AGV













Sentirse Bonfiglioli

¡A TODA VELOCIDAD!



El sonido de la alarma inunda la habitación; con un movimiento rápido, Joshva la apaga: tiene ir a trabajar. Como de costumbre, tarda unos treinta minutos en prepararse; antes de salir, se detiene ante el pequeño cuarto donde duermen sus dos hijos, y en el silencio de la mañana, escucha su respiración. Su jornada comienza con este ritual, que lo llena de energía positiva.

Su esposa lo abraza en la puerta del apartamento antes de despedirlo hacia el caos matutino de Chennai. Joshva se mueve rápidamente por las calles en su scooter y, como de costumbre, a las ocho menos diez, entra en el vestuario donde realiza los mismos movimientos lentos y familiares, exactamente igual que Saravanabava.

Izquierda: un trabajador de la planta de Chennai.

Derecha: Joshva S



Ambos trabajan en la planta de Bonfiglioli, y están unidos por un hilo conductor común que hace que su relación sea especial: tanto Saravanabava como Joshva vivieron en el Hogar para Niños, construido a través del proyecto CheerFuturLand de Bonfiglioli en 2010. Una profunda amistad une a estos dos jóvenes con Bonfiglioli desde su infancia, al igual que a los muchos otros niños que han llamado hogar a esta instalación creada por Clementino Bonfiglioli a lo largo de los últimos dieciséis años. Gracias a este apoyo, han tenido la oportunidad de estudiar y de prepararse para el mundo laboral.

Hoy, ambos pueden sentirse orgullosos del camino que han recorrido.

Joshva es técnico de mantenimiento especializado en lenguajes de programación de maquinaria, mientras que Saravanabava trabaja en el departamento de montaje y es responsable del ensamblaje de los reductores. Ambos forman parte integral de esta comunidad de miles de personas que se extiende por los cinco continentes y que, cada día, participan en las actividades que conforman Bonfiglioli. Ellos también son piezas clave "Vite senza fine» (vidas sin fin), junto con todos los demás hombres y mujeres de Bonfiglioli, del pasado y del presente, que han ayudado a forjar la historia de la empresa.

Solo había una forma posible de comenzar el capítulo final de este libro: hablando de las personas.

Setenta años de historia servirán de guía para el futuro. Las palabras escritas en estas páginas nacen con el propósito de infundir en las generaciones futuras la certeza de que,

sustantivo de fabricación

[del latín medieval *manufactura*, derivado de *manu* facperskyre, "*hacer a mano*"].

CONJUNTO DE TAREAS Y OPERACIONES, REALIZADAS A MANO O A MÁQUINA, A TRAVÉS DE LAS CUALES UNA MATERIA PRIMA SE TRANSFORMA EN UN BIEN DE CONSUMO; ES DECIR, EN UN PRODUCTO MANUFACTURADO [...]

© ISTITUTO DELLA ENCICLOPEDIA ITALIANA FUNDADO POR GIOVANNI TRECCANI







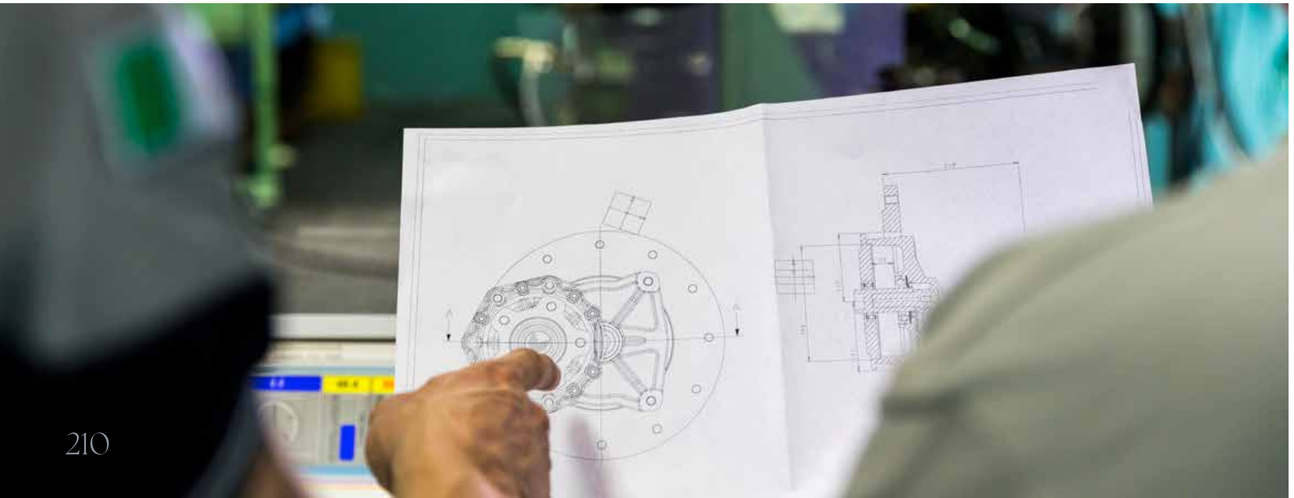
Empleados de Bonfiglioli trabajando en plantas de todo el mundo.





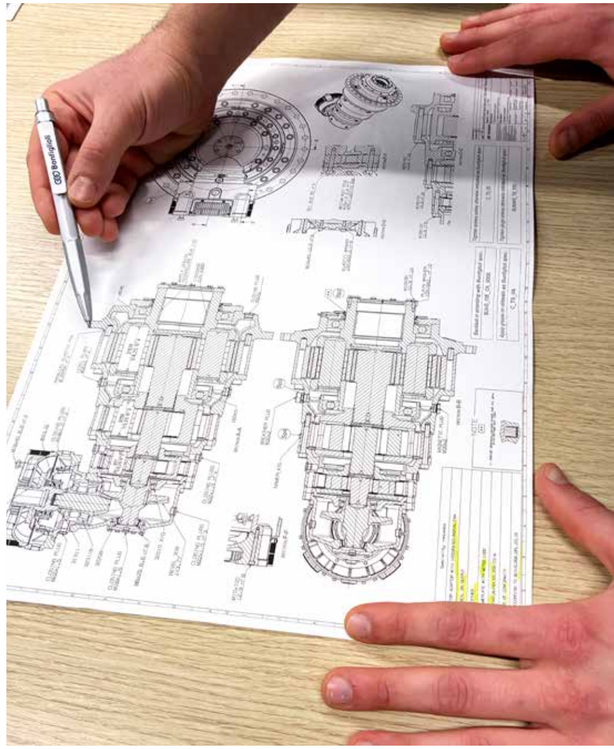
cada día, forman parte de algo extraordinario. El trabajo de cada individuo proporcionará la energía necesaria para mantener viva la llama que se encendió, a mediados del siglo XX en un pequeño taller en Bolonia.

Preservar los valores sobre los que se fundó Bonfiglioli requería una nueva forma de comunicación; un cambio fundamental que dejara atrás el obsoleto enfoque unidireccional en el que la empresa tomara todas las decisiones y los empleados se limitaban a aceptarlas. Hoy en día, cada opinión cuenta, independientemente del puesto que se ocupe en la jerarquía de la organización. El objetivo principal de este sistema bidireccional y más colaborativo es involucrar a todos los empleados; representa una nueva frontera que permite a la empresa tomar decisiones con mayor conocimiento de causa, obteniendo una perspectiva más amplia en el proceso. En la actualidad, todos los que forman parte del mundo Bonfiglioli disponen de herramientas que no solo ofrecen información sobre los resultados de la empresa, sino mucho más: porque los verdaderos obstáculos para una comunicación compartida y más amplia son las dificultades para interactuar y la falta de entendimiento mutuo entre los empleados.



Bonfiglioli lleva bastante tiempo trabajando en estos aspectos. A partir de 2014, se puso a disposición una herramienta de comunicación interna llamada BNET, que hoy se ha convertido en la plataforma conocida como Bclose, para conectar cada parte de la empresa. A través de esta plataforma, las mujeres y los hombres de Bonfiglioli pueden encontrar documentos, informes financieros y todo lo relacionado con la vida de la empresa, y también se han creado canales específicos para que los empleados compartan sus pasiones y actividades recreativas, incluidos los espacios dedicados a los libros, los deportes y los animales. Se trata de una inmensa comunidad virtual





donde las personas separadas por miles de kilómetros pueden discutir sobre intereses comunes y las cosas que les apasionan, independientemente del cargo que ocupen en la empresa.

Este nuevo enfoque también de apoya a quienes trabajan en recursos humanos. El mundo laboral ha cambiado drásticamente: en los últimos treinta años, la antigua aspiración de desarrollar toda la carrera profesional en una misma empresa se ha visto superada por prioridades que incluyen, no solo factores económicos, sino también la calidad del tiempo que pasamos con nuestra familia y el que dedicamos a nuestras pasiones personales. El gran desafío para el futuro de Bonfiglioli será transmitir qué significa "Ser Bonfiglioli" y lo que esto significará en los próximos años. Será necesario lograr un equilibrio entre las necesidades de la empresa y las de su gente, sin perder nunca de vista la estrella guía que ha llevado a Bonfiglioli desde 1956. Esto supone una responsabilidad importante para la empresa, que tendrá que tomar decisiones estratégicas de envergadura, pero también es una





oportunidad extraordinaria para quienes viven la realidad de Bonfiglioli todos los días, y están llamados a ayudar a perfilar su futuro. Hoy en día, Bonfiglioli es una empresa fundamentalmente diferente: es una multinacional líder en el escenario mundial.

Las personas que han trabajado en la empresa a lo largo de estos primeros setenta años han buscado, cada una a su manera, “Ser Bonfiglioli”, manteniendo el rumbo de la empresa y transformándose sin perder de vista su propia identidad, ya sea por unos meses, veinte años o toda una vida.

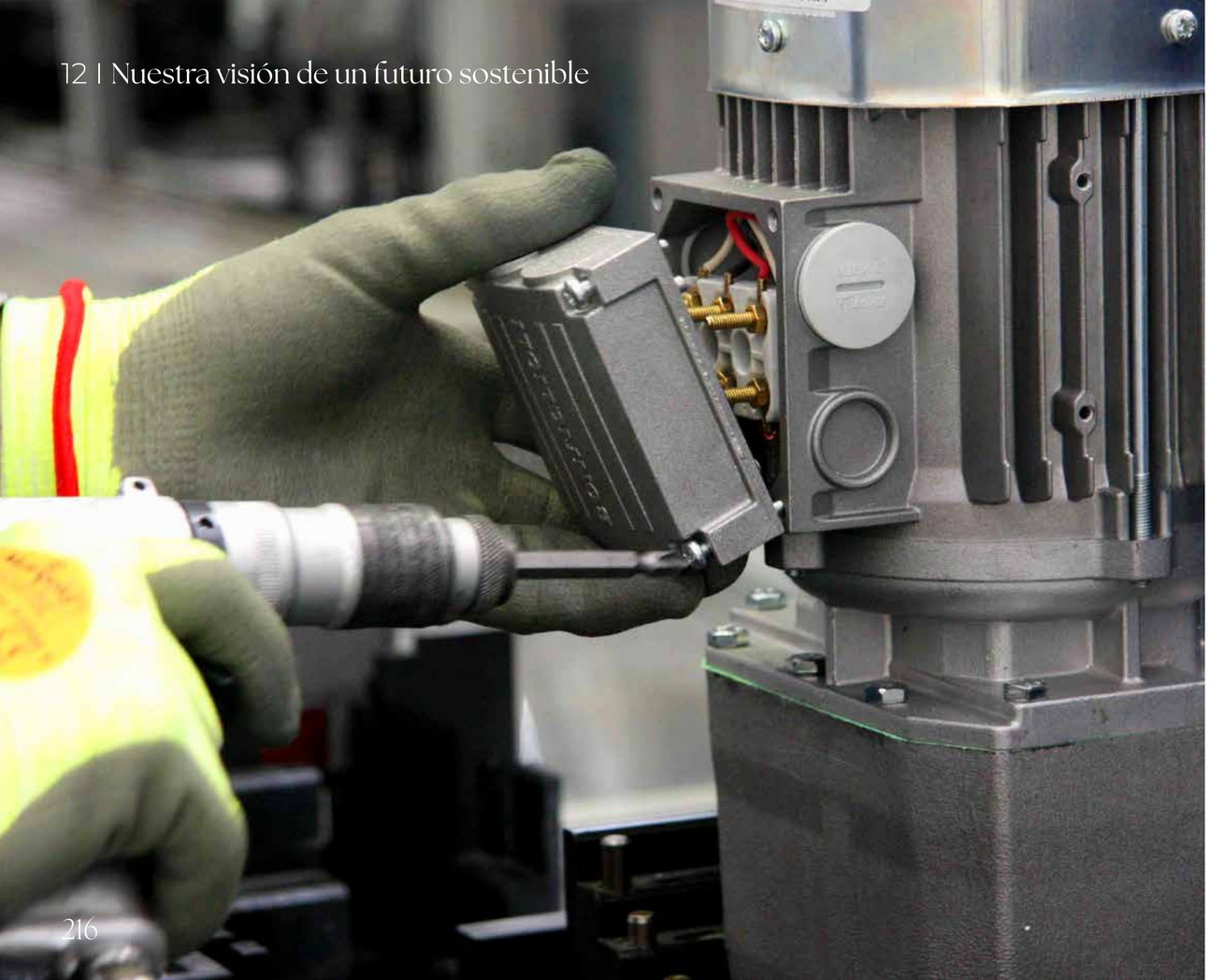












Esa infinidad de emociones que vemos en los ojos de los primeros empleados -una lágrima que recorre las arrugas de un rostro, una frase interrumpida por un nudo en la garganta al revivir una experiencia concreta- fueron los mismos ladrillos utilizados para construir los cimientos de Bonfiglioli. La pasión de Clementino ayer y la de Sonia hoy, junto con el trabajo de miles de mujeres y hombres de todo el mundo, han modelado la Bonfiglioli que conocemos en la actualidad. Ha llegado el momento de volver a pasar página, de coger una pluma y empezar a diseñar el futuro. Un esfuerzo colectivo que, a veces, se verá salpicado de desacuerdos, dudas y decisiones difíciles, todo lo cual es necesario para crear un futuro en constante evolución.

En esta nueva era que está a punto de comenzar, habrá nuevos protagonistas: los nietos de Clementino, criados a base de pan y reductores, y todos los jóvenes que entrelazarán su propio camino con el de Bonfiglioli.

Las nuevas generaciones de compañeros no dispondrán de fórmulas preestablecidas, pero tendrán ante sí una tremenda oportunidad: observar el pasado. Esa será la herramienta más poderosa para dar forma al mañana; mirar de dónde venimos, perpetuar los valores fundacionales de la empresa y utilizarlos como palanca de crecimiento.

Clementino, Franco, Giancarlo, Marco, Gianni, Arrigo, Arnaldo, Paolo, Mario, Gianfranco. Estos nombres, junto con muchos otros, han nutrido las raíces de Bonfiglioli. Con su pasión y con su manera de “Sentirse Bonfiglioli”, idearon y construyeron un nuevo camino: la misma que hemos venido recorriendo durante estos primeros setenta años.

Ahora os toca a vosotros: inspiraros en el pasado y fijad la mirada en el futuro; ¡imaginad y construid el nuevo camino que llevará a Bonfiglioli aún más lejos!

Cometeréis errores, os asaltarán mil dudas e incertidumbres, pero mirad a vuestro alrededor en cada cosa que hagáis, y encontraréis las respuestas. Vosotros también tendréis que "Ser Bonfiglioli".

Y tal vez, en algún momento difícil, escuchéis la voz de un hombre de pelo blanco y ojos tan azules como el mar que os susurra:

"¡A toda velocidad!"



Sonia con sus hijos,
Alessandro y Federico

La historia continúa...

SONIA BONFIGLIOLI Y SUS HIJOS

Copyright © 2026 Bonfiglioli S.P.A

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de este libro puede ser reproducida ni transmitida en ninguna forma ni por ningún medio, ya sea electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, grabaciones o a través de cualquier sistema de almacenamiento y recuperación de información, sin la autorización por escrito del autor.

Impreso en Italia en papel estucado de bajo impacto ambiental.

Zona de vídeo

Escanea para acceder a contenido adicional

LOS LIBROS ELECTRÓNICOS EN OTROS IDIOMAS SE PUEDEN CONSULTAR EN LÍNEA.

Créditos de las imágenes y bibliografía

Biblioteca de la Universidad de Bolonia

Biblioteca Archiginnasio, Bolonia

Museo del giocattolo in movimento (Museo del juguete en movimiento), Sala Bolognese (BO)

Alma Mater Studiorum - Universidad de Bolonia

Museo del Patrimonio Industrial, Bolonia

Archivo fotográfico, fotografía de R. Bertuzzi

Instituto de Educación Superior Aldini Valeriani, Bolonia

Archivo del Museo del Patrimonio Industrial, Paolo Betti, 2012

Instituto Aldini Valeriani por A. Villani & Sons, Rainaldi, Girolamo, Vannini, Vincenzo (mediados del siglo XX) Términos de uso – Bienes Culturales Estándar (BCS)

L'India che cammina dalla tradizione al futuro (La India que camina de la tradición al futuro) - Fotografías: Elisa Pellacani -2004

Bonfiglioli

Estamos implacablemente comprometidos con la excelencia, la innovación y la sostenibilidad. Nuestro equipo crea, distribuye y presta servicios de transmisión de energía de categoría mundial y conduce soluciones que mantienen el mundo en movimiento.

CASA MATRIZ
Bonfiglioli S.p.A

Via Cav. Clementino Bonfiglioli, 1
40012 Calderara di Reno - Bolonia (Italia)
Tel. +39 051 6473111