

Plan Estratégico 360°

“2024-2030”

PLAN ESTRATEGICO “2024-2030”

El nuevo plan estratégico 360º tiene vocación de ser una herramienta para la Federación de presente y futuro, por lo que va más allá del mandato que finalizará en 2026. Por supuesto, y como no puede ser de otra manera, la Comisión Ejecutiva posterior lo seguirá o modificará, parcial o totalmente.

Como todo plan estratégico que quiere ser una herramienta para la acción es un plan abierto a modificaciones, incorporaciones y mejoras, que permitan adaptarlo a los momentos concretos de la economía y de la sociedad.

La visión de este nuevo plan se dirige a un aprovechamiento 360º de todo el potencial de la Federación, para la creación de riqueza y empleo de calidad en la Región de Murcia, a través de la Industria y de la excelencia empresarial.

En un sistema de mercado son los consumidores los que van a dirigir la economía, por lo que tanto la Federación como las empresas tendrán que adaptarse para ofrecer a la sociedad los mejores bienes y servicios apoyándose en la innovación.

Hemos realizado la primera parte de la estrategia de la Ejecutiva que se configuró en 2018 con el Plan Estratégico “Nueva Era Fremm”, y nos disponemos a continuar con la expansión de Fremm en este nuevo Plan Estratégico.

Como indicamos en el Plan anterior, el desarrollo económico más conspicuo de la sociedad occidental se inició con la 1º R.I. (segunda mitad del siglo XVIII), que provocó el mayor conjunto de transformaciones económicas, tecnológicas y sociales de la Historia de la Humanidad desde el Neolítico. Supuso una mejora radical en la calidad de vida de la sociedad, creciendo de una manera sostenida, y modificando e influenciando todos los aspectos de la vida cotidiana.

Cómo no, el Metal fue protagonista principal en esta Revolución, con el desarrollo de la mecanización, aprovechando la fuerza del agua para el funcionamiento de las máquinas (Máquina de Vapor), y haciendo mejoras en el trabajo del Metal basado en el uso del coque en vez del carbón vegetal.

Tras pasar por la 2ª R.I., en la segunda mitad del s. XIX y principios del XX, donde destacaron la producción en masa y las líneas de ensamblaje, el uso del acero, la invención del motor de explosión, el desarrollo de las aplicaciones de la electricidad y la “primera globalización industrial”, hemos estado inmersos, hasta hace bien poco, en la 3ª R.I. (Revolución Digital), con el desarrollo de los Mass Media, la energía atómica, la automatización, la electrónica y la cibernética.

Pero en el momento actual, con el abaratamiento de las tecnologías y el incremento de la capacidad de procesamiento de datos, nos encontramos inmersos en plena 4ª R.I.: “fábricas inteligentes”, sistemas “ciberfísicos” (internet de las cosas) que controlan los procesos físicos y toman decisiones descentralizadas, digitalización y Big Data (datos masivos), que hace necesarios nuevas actividades de tratamiento de datos para optimizar el uso de la información. A este entorno hay que sumar los nuevos paradigmas de sostenibilidad, que siempre consideraremos en sentido amplio (económico, social y medioambiental). Una Revolución que se va “revolucionando” con el desarrollo incesante de la tecnología y la Inteligencia Artificial, y que nos obliga a una adaptación al medio cada vez más rápida y eficiente, y que requiere un proceso de innovación abierta y constante en las empresas e instituciones.

En esta “Economía del conocimiento”, las oportunidades que se nos ofrecen son enormes, y también los riesgos, por lo que esta Federación tiene la vocación de ser una herramienta útil para aprovechar las primeras y minimizar las segundas.

Desde nuestra Federación vamos a apoyar a las empresas para que estén a la vanguardia de la economía, y estimularemos a todas a que sean partícipes del desarrollo de nuestra economía.

¡Ahora es el momento!

Índice

- A) ¿Qué es Fremm en la actualidad?
- B) Principios inspiradores de nuestra misión y visión.
- C) ¿Cuál es la misión de Fremm?
- D) ¿Cuál es la visión de la “nueva era” Fremm?
- E) Valores Fremm.
- F) Líneas estratégicas.
- G) Objetivos.
- H) Plan de acción.
- I) Plan de acción: Cuadros.
- J) Información general.
- K) Conclusiones.

A) ¿QUÉ ES FREMM EN LA ACTUALIDAD?

Fremm es la federación más potente de la Región de Murcia y una de las más importantes en España:

- Representa el 10% del PIB regional.
- Genera 85.000 empleos, entre directos, indirectos e inducidos.

Ha cumplido cuatro décadas dedicada a:

- Dotar de herramientas empresariales eficaces a las “empresas Fremm” para crear en la Región:
 - Riqueza,
 - Empleo, y
 - Bienestar para sus ciudadanos.
- Defender los intereses del sector metal de la Región de Murcia en todos los ámbitos:
 - Regional,
 - Nacional, e
 - Internacional.

Cuenta con un Centro de Capacitación de referencia internacional, que genera oportunidades de trabajo y formación a los ciudadanos, y provee a las empresas de personal altamente cualificado.

B) PRINCIPIOS INSPIRADORES DE NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN

En la base del edificio empresarial de FREMM y de todas y cada una de nuestras empresas asociadas deben promoverse los siguientes PRINCIPIOS transversales para ser respetados y practicados por todas las áreas, funciones y personas.

Nos debe guiar la EXCELENCIA, obtenida cuando las personas y las organizaciones dan *lo mejor de sí mismos*. Creemos que la CALIDAD, en su sentido más amplio del *buen hacer* (empresarial, profesional, ético, de respeto a las personas y a la naturaleza, de responsabilidad, compromiso, cooperación, etc.) es el cimiento de cualquier organización.

La SOSTENIBILIDAD es el deseo que tiene la familia humana de limitar las consecuencias de sus actividades sobre la naturaleza: hacer duradero lo bueno que tenemos y reducir los daños que producimos. FREMM y sus organizaciones deben producir un Desarrollo Sostenible en sus aspectos económico, tecnológico, ecológico y social, respetando los valores y principios éticos que aseguren la "satisfacción de las necesidades presentes sin comprometer las del futura", con la visión de futuro de "dejar un entorno mejor para el desarrollo de las próximas generaciones".

Entendemos la RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC), como la asunción voluntaria de las preocupaciones económicas, sociales y medioambientales en todas nuestras operaciones y en las relaciones con nuestros interlocutores y grupos de interés. La RSC debe formar, cada vez más, parte de las estrategias que contribuyan a realizar el objeto social de la organización.

- La práctica de los principios de la calidad, del desarrollo sostenible y de la responsabilidad empresarial debe implantarse en nuestras organizaciones por medio de un enfoque integrado en la gestión rigurosa de los procesos y actividades desplegados en la producción de nuestros productos y servicios.

C) ¿CUÁL ES LA MISIÓN DE FREMM?

Nuestra misión nace para poner en valor el “asociacionismo” como apoyo para que las empresas del Metal sean más competitivas, y para aprovechar la fuerza de la unión, representando y defendiendo al sector en la Región. Esta representación y defensa de sus intereses se ha extendido a lo largo de los años al ámbito nacional e internacional.

Pero nuestra federación se ha hecho muy grande y tenemos que aprovechar todas las potencialidades que este hecho representa, mirando *más allá*, para ser **líderes** del desarrollo de nuestra región, promoviendo el desarrollo económico y social a través de la Industria, y mejorando la rentabilidad y sostenibilidad de nuestras empresas, así como el bienestar de nuestros conciudadanos.

D) ¿CUÁL ES LA VISIÓN DE LA “NUEVA ERA FREMM”?

Este plan estratégico está concebido posicionar a la Federación y a la Industria que representa, a la **vanguardia** de la economía regional, nacional e internacional, introduciéndolas de lleno en la “Era Digital”. Nuestras empresas tienen que ser más estables y rentables, sacando el máximo rendimiento a los recursos empleados, de una manera eficiente y al mismo tiempo responsable, convirtiéndonos así en ejemplo para otras empresas, para la Administración, y en definitiva, para toda la sociedad.

Aspira a que los miembros de Fremm sean **protagonistas** de los tiempos actuales de “globalización”, utilizando todas las herramientas, propias y a su alcance, ahondando en la internacionalización.

No cabe duda de que por este camino no sólo se beneficiarán nuestras empresas, sino el conjunto de los ciudadanos de nuestra Región, hecho que habrá que **comunicar** de manera eficaz.

También aspira a que **todas las empresas del Metal** de la Región tengan la SUERTE de pertenecer a nuestra federación, aprovechándose así de las ventajas de ser parte de FREMM.

Este plan pretende ser totalmente **operativo**, obviando información genérica que se puede recabar en links (que se indicarán), como el entorno de la economía regional, nacional e internacional.

E) VALORES FREMM

Los valores de la federación son la guía de nuestras decisiones. Es esencial interiorizarlos de manera que surjan de manera natural:

Excelencia: “Dar lo mejor de nosotros mismos”, promoviendo como principio transversal “la calidad” en su sentido más amplio del *buen hacer*.

Liderazgo: La federación debe ser ejemplo para las empresas y la sociedad en general.

Eficiencia: Optimización de todos los recursos disponibles.

Eficacia: Efectividad en el cumplimiento de nuestros objetivos.

Respeto: En nuestras exposiciones y en el trato a los demás.

Transparencia: La información relevante estará al alcance de cualquiera de los miembros de Fremm.

Responsabilidad Social Corporativa: Implica una *gestión sostenible* que centra el objetivo de las empresas en “aportar valor” de forma equilibrada y continuada. No nos circunscribimos a nuestro bienestar y el de nuestros trabajadores, sino que aspiramos a mejorar el del conjunto de la sociedad.

Respeto al libre mercado: La *competencia responsable* ha demostrado ser un motor eficaz para el beneficio de las empresas y de la sociedad en general.

F) LÍNEAS ESTRATÉGICAS

“Hacia dónde nos dirigimos”.

1. Expansión 360°:

a) Capilaridad:

- I. Incrementar la presencia física y virtual de Fremm en la Región: Nuevo Centro de Cartagena.
- II. Creación de nuevas asociaciones que aporten valor a la economía e incorporación de asociaciones afines.
- III. Incrementar número de empresas asociadas a Fremm.

b) Apostar decididamente por la **Internacionalización** de la Federación y las empresas de la Región.

F) LÍNEAS ESTRATÉGICAS

“Hacia dónde nos dirigimos”.

2. Región Referente 4ªRI:

- a) Fomentar el incremento del **peso de la Industria en el PIB regional** (>20%PIB) incidiendo en la competitividad de la Industria regional.
- b) Involucrarnos y generar **sinergias** con todo el ecosistema económico para un desarrollo industrial de vanguardia.
- c) Explorar todas las **tecnologías 4.0** para implementar las adecuadas en Fremm y en las empresas, a través de una **vigilancia tecnológica**, con la visión de que son un medio → En el centro están las **personas**.
- d) **Excelencia empresarial** de Fremm y sus empresas. Hacer hincapié en los nuevos paradigmas de **Gobernanza**. La 4ªRI implica una innovación abierta que exige nuevas relaciones, tanto jerárquicas (*Redarquía*), como en la toma de decisiones de las empresas, orbitando alrededor del objetivo de consolidar un desarrollo económico sostenible y fuertemente innovador, al mismo tiempo que se generen unas relaciones humanas saludables y eficientes.
- e) Demanda de **Infraestructuras** clave para el desarrollo industrial de la Región: Desarrollo de las ventajas competitivas de la Región, en especial de su localización estratégica: desarrollo de la Industria logística y de ensamblaje. Desechar de una vez por todas los complejos y las visiones cortoplacistas.

F) LÍNEAS ESTRATÉGICAS

“Hacia dónde nos dirigimos”.

3. Sostenibilidad 360° - Economía Circular:

- a) Dirigir la federación hacia una **Sostenibilidad económica, social y medioambiental** y alentar este objetivo en las empresas.
- b) **Autosuficiencia energética** regional, entendiendo por tal, la menor dependencia energética posible: Aprovechar las ventajas competitivas energéticas de la Región cuidando el impacto ambiental, así como la optimización en la distribución.
- c) Apostar por una movilidad sostenible con un compromiso real con el medio ambiente, huyendo de “dogmas ideológicos”: **neutralidad tecnológica**.

F) LÍNEAS ESTRATÉGICAS

“Hacia dónde nos dirigimos”.

4. Expansión de la Formación 360°:

- a) Creación de un entorno formativo de vanguardia (“Campus Fremm”) y expansivo (internacionalización).
- b) Impulsar sinergias con todo el ecosistema educativo.
- c) Incrementar la formación a todos los agentes integrantes de la empresa.
- d) Apoyo a la incorporación al mercado laboral: facilitar la conexión de oferta y demanda de empleo.

F) LÍNEAS ESTRATÉGICAS

“Hacia dónde nos dirigimos”.

5. Comunicación de vanguardia:

- a) Comunicación de nuestros valores (empresas de excelencia, innovación, calidad, compromiso social, riesgos laborales, uso responsable y eficaz de la tecnología, libre mercado, etc.).
- b) Hacer de Fremm una marca atractiva y útil para la sociedad, que estimule la entrada de las nuevas generaciones de empresarios y directivos en la Federación, y la incorporación de socios.

G) OBJETIVOS

“Qué caminos vamos a seguir y qué resultados queremos”

1. Expansión 360°:

a) Capilaridad:

I.

1. Elaborar plan para construcción de un Centro emblemático y transformador en Cartagena centrado en la colaboración público-privado.
2. Programar visitas periódicas a distintos ayuntamientos, convocando a los asociados de la zona para exponer proyectos, necesidades, reivindicaciones, etc.: Firmar Convenios de Colaboración.
3. Aprovechar los medios telemáticos para reuniones transversales con los distintos gremios.
4. Realizar reuniones de Fremm (Ejecutiva, Directiva) en distintos emplazamientos.
5. Desarrollar un plan estratégico para la expansión en Hispanoamericana.

II.

1. Abrir espacios de colaboración con asociaciones que permitan una aportación de valor mutuo: Ej. Cinemur.
2. Desarrollo en colaboración proyecto Caetra: Aemin.

III.

1. Realizar plan de acción comercial centrado en la fidelización para incorporar a todo el sector metal y afines.

b) Internacionalización:

- I. Trabajo conjunto con el INFO, Cámara de Comercio y organismo que tiene que ser una parte más de nuestra estructura (y nosotros de la suya) en materia de internacionalización, para la implantación y desarrollo de las empresas de la Región.
- II. Aprovechar la implantación de la formación de Fremm en Hispanoamérica como trampolín para las empresas, facilitándoles el trabajo para hacer negocios en esas regiones.
- III. Fomentar la implantación de las TIC's en las pymes y su migración a procesos digitales, en particular la movilidad y el comercio electrónico, para favorecer su desarrollo, competitividad e internacionalización.

G) OBJETIVOS

“Qué caminos vamos a seguir y qué resultados queremos”

2. Región Referente 4ºRI:

a) Industria Regional.

- I. Crear un Plan Industrial 4.0 en colaboración con el Gobierno regional y otros actores relevantes: incrementar el peso de la Industria en el PIB regional (>20 %) incidiendo en la competitividad de la Industria regional (ajustar peso del sector energético en la evaluación).
- II. Garantizar en la medida de lo posible los suministros de inputs de las empresas: captar y desarrollar industrias clave.
- III. Clasificación por sectores para marcar objetivos concretos.
- IV. Desarrollo de herramientas para valorar evolución del peso industrial: boletín de coyuntura del metal.
- V. Estímulo a la Innovación en el sector:
 - a. Tecnológica: de producto y de procesos.
 - b. No tecnológica: organizativas y de comercialización.

b) Sinergias.

- I. Involucrarnos y generar sinergias con todo el ecosistema:
 1. Establecer relaciones con la Red Fraunhofer de Investigación aplicada y empresas punteras en el desarrollo de la Industria 4.0.
 2. Fundación Excelem con Centros tecnológicos, sobre todo el del Metal:
 - a. Aprovechar todos los fondos nacionales y europeos para el desarrollo de la automatización de las empresas de la Región.
 - b. Automatización-Robótica:
 - i. Educativos.
 - ii. Institucionales.
 - iii. I+D+i
 - iv. Empresariales.
 3. Coordinación con Consejerías de Empresa e Industria, Cámaras de Comercio, Universidades y resto de AAPP.
- II. Integración del sector de fabricación regional reforzando la imagen de "sector", para ofrecer bienes y servicios al exterior y a las empresas de la propia Región.
 1. Apoyarnos en nuestra herramienta Difremm y en Afamur.
 2. Desarrollo de Difremm (explorar otros nombres: Fremm conecta) → crear plataforma digital que integre el todo el sector para ofrecer bienes y servicios como Región 360º: **Plataforma digital Fremm-conecta** del sector.
 3. Acudir a ferias nacionales e internacionales como sector: caso industrias en IBI.
- III. Smart Cities: colaboración con Ayuntamientos.
- IV. Expansión de la Domótica en el sector de la construcción: trabajar con Frecom y Universidades (Ucam).

c) Transformación tecnológica.

- I. OAP
 1. Todos los asociados tienen que conocer las posibilidades que ofrece la Industria 4.0 para la mejora de la competitividad de sus empresas de una forma clara y aplicable.
 2. Poner en valor el conocimiento actual de FREMM como **consultoría especializada** en transformación digital: Apoyo al diseño de estrategias de digitalización en las empresas.
- II. Explorar tecnologías presentes y emergentes que mejoren la competitividad de las empresas: **Vigilancia competitiva-tecnológica**. → Reducir el "Valle de la Muerte": conversión del conocimiento científico en competitividad.
- III. Aprovechar todas las ayudas a la digitalización europeas y nacionales para las empresas del sector metal.

G) OBJETIVOS

“Qué caminos vamos a seguir y qué resultados queremos”

2. Región Referente 4ºRI:

d) Excelencia.

I. **Gobernaza:**

1. Realizar un nuevo plan de recursos humanos en Fremm, que nos permita prepararnos para una expansión 360º y tenga en cuenta los nuevos paradigmas de la economía (Transformación tecnológica, sostenibilidad, etc.).
2. Divulgar en las empresas las nuevas estrategias de gobernanza utilizando Fremm como ejemplo.

II. Ejercer **liderazgo Fremm:**

1. Explorar toda la cadena de valor para detectar espacios de mejora en Fremm, con la mente puesta en la excelencia de servicio a las empresas: Mejora continua de la **calidad**.
2. Desarrollar la estructura interna de Fremm para que sea una referencia para las empresas.
3. Apoyo a las empresas para la incorporación de criterios de excelencia.
4. Desarrollo de "herramientas Fremm" para asociados y ofrecer servicios del Centro tecnológico del metal de I+D+i para las empresas → Apoyo y control de la Fundación Excelem para conseguir fondos para el desarrollo de las empresas.
5. Incrementar número de empresas asociadas a Fremm.

III. **"CERO accidentes laborales"** → Ahondar en la concienciación de empresarios y trabajadores a través de nuestra asociación Apremetal.

I. **Economía sumergida:**

1. Impulso de la "Mesa de lucha contra la economía sumergida": Involucrar a la Consejería de Empresa para que lidere la Mesa.
2. Desarrollo de una comunicación eficaz: Costes sociales (laborales, impuestos, competencia desleal, etc.) y riesgos de calidad (garantía). Comunicación: Exponer de forma clara a la sociedad y a las administraciones los costes sociales que acarrea la economía sumergida (laborales, impuestos, competencia desleal, etc.), y los riesgos en la calidad de los servicios contratados (garantía, formación de trabajadores, herramienta adecuada, horas extras aplicadas por tener los recursos precisos para prestar los servicios, etc.).

II. Exigir a las distintas AAPP que se cumpla la "**Ley de Morosidad**": poner de manifiesto el perjuicio de largos plazos de pago para la Pyme, que al final revierte en toda la economía. Reducir plazos de pago velando por el cumplimiento de la ley apoyándonos en las mesas creadas *ad hoc* en Confemetal.

e) Infraestructuras regionales clave.

1. Gorguel:

- a. Inducir a la declaración de "Interés estratégico nacional" por parte del Ministerio competente, para su aprobación en Consejo de Gobierno y elevación a Bruselas para evaluación del proyecto.
- b. Trabajar para su aprobación por parte de la Comisión Europea.

2. Corredor Mediterráneo.

3. ZAL.

4. Desarrollo de infraestructuras para conseguir mayor autonomía energética.

G) OBJETIVOS

“Qué caminos vamos a seguir y qué resultados queremos”

3. Sostenibilidad 360° - Economía Circular :

a) Sostenibilidad económica, social y medioambiental.

- I. Estimular la sostenibilidad en sentido amplio en las empresas a través de nuestra asociación Ambimetal.
 1. Crear un entorno global responsable: Concienciar en la imperiosa necesidad del cuidado del medioambiente.
 2. Incrementar adhesión de los trabajadores a sus directivos (y viceversa) mejorando el compromiso real con la mejora del ambiente laboral, así como las relaciones con los stakeholders.
 3. Mejorar la rentabilidad sostenible desarrollando visiones a largo plazo→Eficiencia en el uso de materias primas: Economía Circular.
- II. Divulgar entre las empresas el nuevo marco de referencia ESG (que se empieza a requerir a las compañías para acceso a la financiación):
 1. E→ Ambiental: eficiencia energética, huella de carbono, deforestación, biodiversidad y otras cuestiones sensibles para el medioambiente.
 2. S→ Social: reglamentos laborales, salarios-beneficios, diversidad en sentido amplio, derechos humanos, relaciones con la comunidad, privacidad y protección de datos, salud y seguridad, cadena de suministro y otras cuestiones de bienestar social.
 3. G→ Gobernanza: gobierno de las categorías E y S, además de las consideraciones de gobierno corporativo.

b) Apuesta por las fuentes energéticas de futuro:

- I. Perseguir la mayor autonomía energética posible aprovechando las ventajas competitivas de la Región→ mejorar el "mix energético" a través de fotovoltaica e hidrógeno:
 1. Solar: Lograr apoyo institucional para la generalización en su uso, sobre todo en autoconsumo empresarial y a nivel de vivienda.
 2. Hidrógeno verde: apoyo a través del asociacionismo y de la formación de profesionales e invertir en I+D+i junto a las AAPP.
- II. Alentar a las AAPP a desarrollar infraestructuras estratégicas (redes de distribución) para conseguir la optimización en la distribución de la energía.

c) Movilidad sostenible:

- I. Divulgar en todos los foros en los que tenga presencia Fremm la necesidad de mantener la neutralidad tecnológica para el desarrollo de una economía sostenible.
- II. Apoyo a los foros de movilidad eléctrica y fuentes alternativas (Hidrógeno verde, combustibles limpios, etc.).
- III. Explicar a la AAPP la necesidad de un Plan prever (bien diseñado) como forma más eficiente en el objetivo de descarbonización: cambio de vehículos contaminantes por vehículos más eficientes y más respetuosos con el medioambiente.

G) OBJETIVOS

“Qué caminos vamos a seguir y qué resultados queremos”

4. Expansión de la Formación:

a) Entorno formativo.

- I. Desarrollo de nuevas modalidades de formación para el Centro de Cartagena:
 1. Náutica.
 2. Naval.
 3. Energías renovables: Hidrógeno verde y solar fotovoltaica.
 4. Transformación Tecnológica.
- II. Hispanoamérica:
 1. Desarrollar un plan estratégico para la expansión por Latinoamérica.
 2. Misiones Cámara de Comercio.
 3. Expansión online de la formación.
 4. Crear plataforma de certificado de calidad, con requisitos-estándares de FREMM.

b) Sinergias Ecosistema.

- I. Acercamiento a todos los centros educativos:
 1. Incentivar la FP y FP dual a través de actividades en colegios y en actos educativos dando visibilidad a posibilidades que tienen los alumnos para hacer una FP o cursos de profesionalidad.
 2. Alentar la formación temprana en automatización a través de Excelem.
- II. Observatorio de formación:
 1. Investigar con las empresas y los distintos sectores las necesidades actuales y futuras de la economía.

c) Formación integral.

- I. Cursos para empresarios y directivos.
 1. Programar cursos y ponencias fundamentalmente dirigidas al proceso de digitalización y otras temáticas importantes para la gobernanza empresarial.
 2. Colaboración con otras entidades (ej. Enae) para el desarrollo de competencias empresariales.
- II. Incremento del número de alumnos.
 1. Promoción en institutos de las bondades del sector metal incidiendo en la consecución de un empleo de calidad.

d) Inserción laboral:

- I. Adecuación de los planes formativos a las necesidades reales de las empresas.
- II. Agencia de colocación:
 1. Modernización del departamento: actualizar la base de datos, elección de un software de gestión eficaz.
 2. Colaboración con otras agencias de colocación: Recruit.

G) OBJETIVOS

“Qué caminos vamos a seguir y qué resultados queremos”

5. Comunicación de vanguardia:

a) Valores Fremm.

- I. Realizar **Plan estratégico de comunicación** inspirado en nuestros valores como federación.
- II. Nos tiene que conocer todo el mundo y saber lo que hacemos, tanto interna como externamente: Tanto las empresas como la sociedad murciana en su conjunto tiene que aprovechar la gran herramienta que es Fremm y que tiene a su alcance. Impacto regional y nacional. Difundir nuestra Imagen de vanguardia.

b) Marca Fremm.

- I. Búsqueda de medios alternativos eficaces de comunicación que atraigan a los jóvenes e irradien una imagen de vanguardia → Asociación de cine, asociación de audiovisuales.
- II. Atraer a la Federación a las nuevas generaciones de empresarios y directivos, así como a nuevas empresas.

H) PLAN DE ACCIÓN

(interno)