



Empresarios con Valor

27 experiencias personales de empresarios de los Polígonos Empresariales de Son Castelló y Can Valero



Empresarios con Valor
27 experiencias personales de empresarios de los Polígonos Empresariales de Son Castelló y Can Valero



Empresarios con Valor

27 experiencias personales de empresarios
de los Polígonos Empresariales de
Son Castelló y Can Valero



ASIMA

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES DE MALLORCA



Coordinación técnica

Cheska Díaz

Redacción

Mª José Merino

Antonio Travería

Imagen e Ilustración

Merious Blyton

Maquetación

hastalastantas

www.asima.es

@ de esta edición

@ de los textos: los autores

@ de las fotografías: ASIMA

D.L.: xxxxxxxx

ISBN:

**“Hay hombres
que luchan un
día y son buenos.
Hay otros que
luchan un año y
son mejores. Hay
quienes luchan
muchos años y
son muy buenos.
Pero hay los que
luchan toda la
vida, esos son los
imprescindibles”.**

**Bertolt Brecht,
dramaturgo y poeta alemán.**

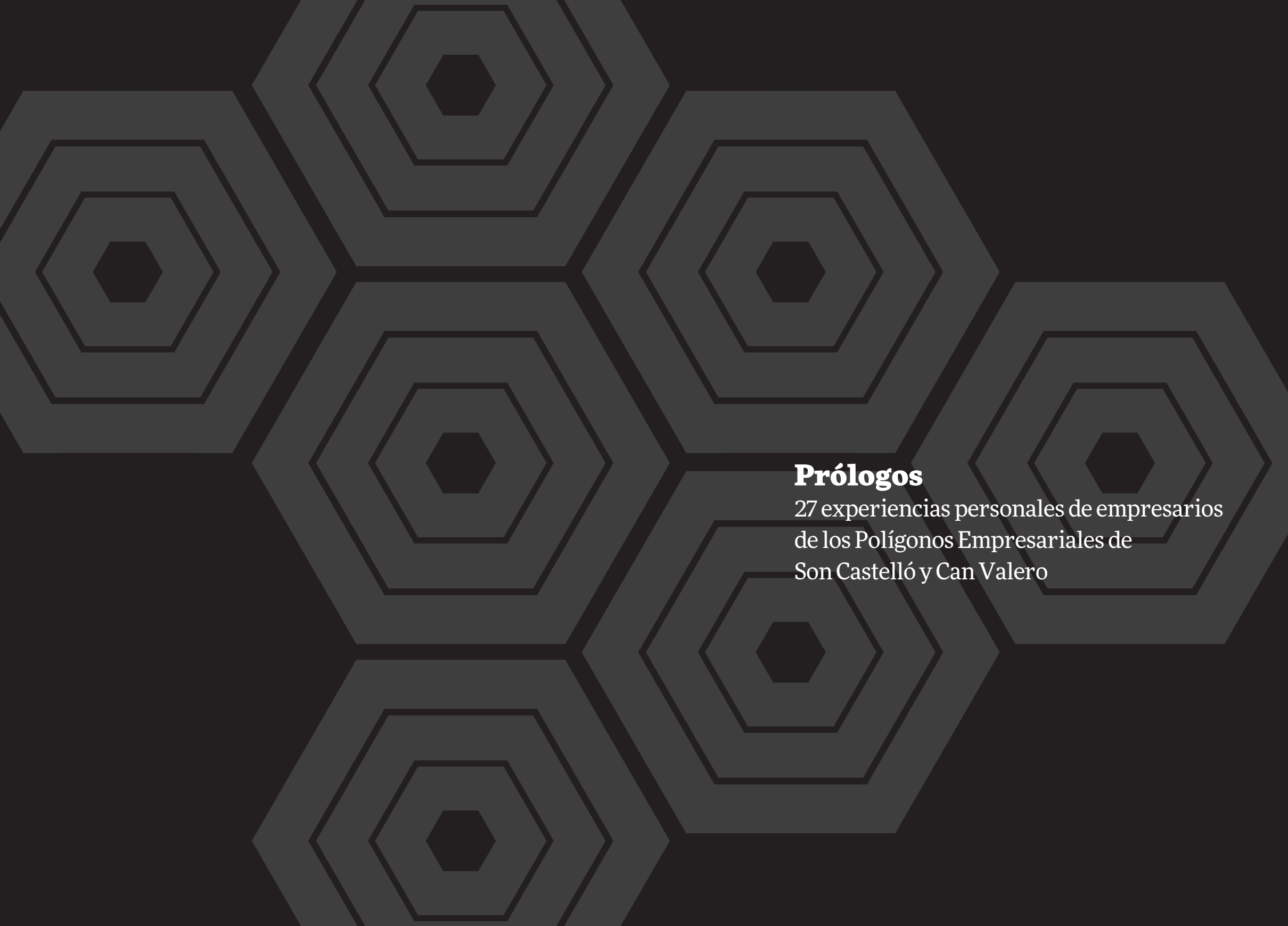
Índice

9 Prólogos

- 10 Francisco Martorell Esteban, presidente de ASIMA
- 12 Representante de la entidad patrocinadora
- 17 Representante empresarial en el panorama nacional

23 Entrevistas

- | | | | |
|-----|----------------------|-----|----------------------|
| 16 | Raimundo Beascoechea | 94 | Pedro José Pedrosa |
| 28 | Miguel Bordoy | 100 | Juan Carlos Ramón |
| 64 | Jordi Castañer | 35 | Jaime Roselló |
| 22 | Coloma Coll | 106 | Juan Carlos Rosselló |
| 166 | Margarita Dalbergh | 112 | Vicente Rotger |
| 40 | Gabriel Escarrer | 172 | Toni Rullán Hilger |
| 46 | Antonio Fontanet | 118 | Isaac Sánchez |
| 52 | Francisco Giménez | 124 | Gabriel Sampol |
| 58 | Mariano Juan | 130 | Hermanos Sbert |
| 70 | Alfonso Jurado | 136 | Juan Manuel Serra |
| 76 | Melchor Mascaró | 142 | Alejandro Sillero |
| 82 | Jesús Nieto | 148 | Joaquín Tejada |
| 88 | Amparo Oliva | 154 | Carlos Vert |
| | | 160 | Francisco Vidal |

The background of the entire page is a dark gray field filled with a repeating pattern of concentric hexagons. Each hexagon is composed of several nested layers, with the innermost layer being a solid dark gray and the outer layers being a slightly lighter shade of gray. The hexagons are arranged in a staggered grid, creating a complex, geometric texture.

Prólogos

27 experiencias personales de empresarios
de los Polígonos Empresariales de
Son Castelló y Can Valero



Francisco Martorell Esteban

Presidente de ASIMA

Nuestra responsabilidad, somos empresarios

Si tuviera que coger las letras del abecedario me quedaría con una E, en mayúscula de Empresario. La e, también de empuje, de enérgico, de empeño. Adjetivos que describen el trabajo del empresario para y por la sociedad. Desde ASIMA hemos decidido coger el testigo de realzar la figura del empresario, aquella persona que decide poner en marcha un proyecto empresarial, que arriesga su capital, que crea puestos de trabajo y bienestar social.

A lo largo de estas páginas, se podrán leer una veintena de experiencias, vivencias, triunfos y fracasos, aciertos y errores de empresarios que un día decidieron iniciar una aventura empresarial.

La imagen pública de los empresarios, no sólo en nuestra Comunidad sino en el territorio español y en muchos países europeos, no ha sido históricamente buena. A la iniciativa privada se le ve con cierto recelo e incluso siempre con connotaciones negativas e insensible a los problemas de la sociedad y que sólo piensa en beneficio propio.

En las crisis, muchos empresarios se han visto en verdaderos aprietos, con despidos, con hipotecas, con reestructuraciones e ingeniando para reinventar su negocio, innovar, resistir y perseverar. Esta ha sido la realidad del tejido empresarial de nuestras Islas conformado por pequeñas y medianas empresas que cada jornada laboral ha tenido que ver la mejor manera de sortear la ola, y que se ha esforzado para construir una buena reputación.

Somos los empresarios, y, en especial, desde la Asociación de Industriales de Mallorca los que queremos asumir nuestra responsabilidad para conseguir un mayor reconocimiento de nuestra tarea, contribuyendo a dar a conocer cuántos puestos de trabajo creamos, qué innovaciones aportamos, las dificultades a las que nos enfrentamos cada día para hacer que una idea se transforme en proyecto, etc. También, deseamos animar a los jóvenes a que asuman riesgos y constituyan empresas como una aventura que da muchas más satisfacciones que sinsabores y que una Mallorca, con un ADN emprendedor de raza, progrese y de oportunidades a todos los que se quieran sumar. Una buena conjugación de valores esenciales suele redundar en muy buenos resultados para el empresario y en la consecución de los objetivos trazados de la empresa.

Espero de corazón que este libro sirva de ejemplo para dignificar la noble imagen del empresario y dé a conocer que se esconde detrás de su valor y coraza.



José Luis Acea

Consejero delegado de Banca March

Confianza en el mundo empresarial

Desde Banca March recibimos con alegría y orgullo la invitación a participar en la iniciativa “Empresarios con valor” auspiciada por ASIMA, asociación pionera en España de la cooperación y el asociacionismo en defensa de los intereses empresariales. La contribución al progreso económico y social de Baleares y el carácter dinámico y emprendedor son rasgos definitorios que nos hermanan.

Desde su fundación en 1926, Banca March ha estado estrechamente vinculada a la empresa y los empresarios mallorquines. Son ya 90 años de camino conjunto, apoyando al empresariado en los momentos más difíciles, sorteando todo tipo de dificultades y compartiendo, cómo no, muchas alegrías: el éxito de las empresas mallorquinas también ha sido nuestro éxito.

Se hace difícil pensar en Banca March sin Mallorca o en Mallorca sin Banca March. Nuestra presencia en esta publicación no hace sino reafirmar el compromiso de nuestra entidad con Mallorca y su actividad empresarial, cuya realidad y necesidades conocemos y compartimos desde nuestra esencia como empresa familiar.

Como muestran distintos estudios, las empresas familiares representan más del 90 por ciento de las empresas en Baleares y aportan más del 80 por ciento del valor añadido generado por las sociedades mercantiles. En términos de empleo, representan cerca del 80 por ciento del empleo asalariado en la región. Estos datos ratifican de manera contundente la importancia de la empresa familiar en Baleares.

Pero, más allá de los números, estas palabras quieren ser un homenaje a todos los empresarios que con su esfuerzo y sacrificio han contribuido a la mejora de la sociedad. Muchas veces, de manera totalmente injusta, se olvida que tras una historia empresarial, con sus dosis de éxito y fracaso, se oculta una historia personal que habla de pasión y determinación, riesgo y responsabilidad, reveses y triunfos. En definitiva, una historia de valores personales.

En Banca March sabemos que el objetivo de las empresas es crecer para así hacer avanzar a la sociedad en su conjunto. Pero crecer y hacer crecer requiere de valores como compromiso, ambición, integridad, esfuerzo y exigencia. Los valores existen si las personas los ejercitamos y los vivimos.

Reiterar nuestro agradecimiento a ASIMA por la formidable labor que realiza en favor del progreso económico y social de Baleares.



José Luis Acea

Consejero delegado de Banca March

Confianza en el mundo empresarial

Desde Banca March recibimos con alegría y orgullo la invitación a participar en la iniciativa “Empresarios con valor” auspiciada por ASIMA, asociación pionera en España de la cooperación y el asociacionismo en defensa de los intereses empresariales. La contribución al progreso económico y social de Baleares y el carácter dinámico y emprendedor son rasgos definitorios que nos hermanan.

Desde su fundación en 1926, Banca March ha estado estrechamente vinculada a la empresa y los empresarios mallorquines. Son ya 90 años de camino conjunto, apoyando al empresariado en los momentos más difíciles, sorteando todo tipo de dificultades y compartiendo, cómo no, muchas alegrías: el éxito de las empresas mallorquinas también ha sido nuestro éxito.

Se hace difícil pensar en Banca March sin Mallorca o en Mallorca sin Banca March. Nuestra presencia en esta publicación no hace sino reafirmar el compromiso de nuestra entidad con Mallorca y su actividad empresarial, cuya realidad y necesidades conocemos y compartimos desde nuestra esencia como empresa familiar.

Como muestran distintos estudios, las empresas familiares representan más del 90 por ciento de las empresas en Baleares y aportan más del 80 por ciento del valor añadido generado por las sociedades mercantiles. En términos de empleo, representan cerca del 80 por ciento del empleo asalariado en la región. Estos datos ratifican de manera contundente la importancia de la empresa familiar en Baleares.

Pero, más allá de los números, estas palabras quieren ser un homenaje a todos los empresarios que con su esfuerzo y sacrificio han contribuido a la mejora de la sociedad. Muchas veces, de manera totalmente injusta, se olvida que tras una historia empresarial, con sus dosis de éxito y fracaso, se oculta una historia personal que habla de pasión y determinación, riesgo y responsabilidad, reveses y triunfos. En definitiva, una historia de valores personales.

En Banca March sabemos que el objetivo de las empresas es crecer para así hacer avanzar a la sociedad en su conjunto. Pero crecer y hacer crecer requiere de valores como compromiso, ambición, integridad, esfuerzo y exigencia. Los valores existen si las personas los ejercitamos y los vivimos.

Reiterar nuestro agradecimiento a ASIMA por la formidable labor que realiza en favor del progreso económico y social de Baleares.

The background of the entire page is a dark gray field filled with a repeating pattern of concentric hexagons. Each hexagon is composed of several nested layers, with the innermost layer being a solid dark gray and the outer layers being a slightly lighter shade of gray. The hexagons are arranged in a staggered, honeycomb-like grid.

Entrevistas

25 experiencias personales de empresarios
de los Polígonos Empresariales de
Son Castelló y Can Valero

Raimundo Beascochea Inchaurreaga

INMAPLAST (Industria Mallorquina de Plásticos)

“El pequeño y mediano empresario ha sacado sus ahorros para no cerrar la empresa y mantener los puestos de trabajo”

Quién le iba a decir a Raimundo Beascochea (Bermeo, 1938) que cuando recaló en Mallorca, allá por la década de los 60, de manera totalmente circunstancial para hacer un par de meses de mili, se quedaría para siempre.

Jefe de máquinas de la Marina Mercante de la Escuela Náutica de Bilbao, inició su andadura laboral en petroleros americanos, recorriendo mundo entre máquinas en los cinco continentes.

Pero Raimundo al final echó el ancla en Mallorca. Aquí fue donde conoció a su esposa y se casó. Conjugarse los viajes por medio mundo con hacer crecer una familia no era tarea fácil, por lo que decidió abandonar una profesión muy demandada y con una gran proyección económica y de futuro, por estar cerca de los suyos.

Como buen vasco, fuerte y exigente, decidió reinventarse para iniciar una nueva andadura profesional, y se decantó por el mundo del plástico, construyendo los cimientos allá en 1966 de lo que hoy es INMAPLAST (Industria Mallorquina de Plásticos). Según confiesa Raimundo, “tenía claro que a partir de esos momentos tenía que ‘aprender a aprender’, y empezar a formarme en nuevos ámbitos como dirección financiera, comercial, recursos humanos, además de realizar un Master en Dirección Empresarial”. En este

nuevo camino, y con una humildad sobresaliente, Raimundo sabía que tenía que hacer un gran esfuerzo por hacer una apertura de su mente para estar atento a un nuevo sector que se abría ante sus ojos, pero según caminaba se dio cuenta que “cuanto más sé, sé menos de lo que creía que sabía”.

Casualidades de la vida encauzaron a este hombre a un sector muy novedoso gracias a unas máquinas que adquirió de un socio de un cuñado suyo que se dedicaba a realizar planos con horarios y distancias del mundo. Lo que él vivió en sus propias carnes de jefe de máquinas recorriendo los diferentes países, marcó la brújula de su nuevo destino. Tomó una de las máquinas para empezar a producir film de polietileno.

Aunque hoy parezca imposible de creer, el plástico era un material muy novedoso por aquel entonces, que iba a cambiar nuestros hábitos de conducta y sobre todo de consumo al permitir conservar más los alimentos, disminuir costes de transporte de las mercancías y por lo tanto abaratar el precio final y bajar los costes energéticos del transporte.

Raimundo, con madera de emprendedor, empezó a gestar lo que hoy es una empresa que acaba de cumplir los 50 años: INMA-PLAST. Empezó a gestionar y fabricar el film de polietileno para dos empresas de la Isla que hacían bolsas de plástico. Pero a los dos años, explica que “ya nos vimos en la necesidad de ampliar el negocio e hicimos nosotros mismos la impresión de bolsas y la producción”. De aquí arrancó otro de nuestros cometidos, de lo que hoy “nos sentimos orgullosos que es suministrar envases y embalajes a toda la industria, hostelería, cárnicas y comercios de Baleares. Somos la única empresa del sector radicada en las Islas”.

“Hemos podido hacer cosas inverosímiles y muy diferentes ya que el cliente nos buscaba para obtener la mejor forma de envolver su producto. No es lo mismo hacer una bolsa para una boutique de lujo, que un portatrajes, que láminas para hamburguesas o mace-
tas para plantales. Nos han pedido fabricar cosas tan originales como un cubre-bicicle-



“Siempre hay opciones para emprender, lo que hace falta son ganas y fuerza de voluntad para seguir adelante a pesar de los posibles fracasos”

tas, globos publicitarios de gran formato o fundas para los asientos del campo de fútbol o un artista que siempre venía a vernos para idear su próxima exposición, ya que le encantaba los efectos de este material”, explica Raimundo.

Parece mentira, pero si hoy miramos alrededor, estamos envueltos en plástico. Sin embargo, hace 50 años, como él reconoce, era iniciar un viaje hacia lo desconocido porque empezaba a despegar el mundo del polietileno. “Mi formación había sido técnica y bajo el punto de vista empresarial no tenía experiencia. A raíz de crear la empresa tuve que luchar bastante. En primer lugar, conocer el sistema de transformación, los diferentes productos de plástico que había, cuál era el más idóneo y al mismo tiempo ver qué podíamos hacer con él. Al final, nos decantamos por el film de polietileno y así empezamos esta singladura”.

Así que este jefe de máquinas de la Marina Mercante, encendió motores, su nuevo buque iniciaba un nuevo horizonte a marcha forzadas, trabajando y estudiando al mismo tiempo.

De esos primeros años, Raimundo disparó fotogramas en blanco y negro impregnados de horas de esfuerzo y dedicación, sin ver a su familia, aunque lo más placentero es que dormía siempre en casa. “Como todo empresario que empieza son muchas horas detrás de ello sin desfallecer, intentando sacar la empresa adelante como fuera, aunque siempre me quedaba la tranquilidad que si después de haberlo intentado, no lograba sacarlo adelante, podría retomar mi antiguo oficio porque me seguían llamando”.

Los inicios de la empresa arrancaron en una nave en Sa Indioteria. En 1979, el entonces primer director de ASIMA, Javier Macías, le ofreció unos solares en el Polígono Empresarial de Can Valero, donde instalaron su nave hasta hoy. “En aquel momento vi que el proyecto ASIMA se estaba convirtiendo en una acción positiva al ser los primeros polígonos industriales en España, que calaron con éxito y que han supuesto un gran revulsivo para Mallorca”. Paralelamente, también Raimundo tuvo palabras de agradecimiento para el primer Instituto Balear de Estudios de Dirección Empresarial (IBEDE), “que desarrolló una labor muy brillante en la formación de los directivos y empresarios”.

“Estoy satisfecho de lo que he hecho y de lo que he contribuido a la sociedad con mis recursos y mis posibilidades”

De espíritu inquieto y “mente abierta”, como él mismo se define, siempre mostró una gran disposición a innovar y a adquirir nuevos conocimientos. Unos ingredientes que sumó al talento de sus hijas y otros colaboradores que decidieron embarcarse en otros proyectos empresariales como la creación la empresa de diseño de calzado R-Mutt (1995); AEBSA (1997), dedicada al suministro de placas solares para ahorro energético y regeneración de las aguas, y en 1998 Toby & Minino, una división de INMAPLAST, que recibió diferentes distinciones y premios en Palma y Barcelona.

Aunque estas empresas se han quedado en el camino, lo que Raimundo y su equipo se ha llevado ha sido una gran maleta de aciertos y errores que han aplicado a INMAPLAST que cumple medio siglo de vida.

Confiesa que la crisis vivida en los últimos años, “nos ha hecho atravesar momentos difíciles, con cambios en el mercado; además de sobrevivir a una dura campaña contra el plástico por parte de las grandes superficies”.

Sin embargo, estos contratiempos han sacado a la luz el verdadero valor del empresario: “Hace tiempo ya que los empresarios están desprestigiados y eso es debido a que se ha etiquetado a mucha gente con esta palabra sin serlo. El empresario no es aquel que aprovechándose de sus amistades consigue una serie de prebendas sin más, es aquel que crea algo para el bien de la sociedad en su conjunto y que tira para adelante a pesar de las dificultades y obstáculos. Los otros son oportunistas”.

Raimundo afirma que en los momentos de dificultad por los que el país ha atravesado durante la crisis económica de estos últimos años, “el pequeño y mediano empresario ha sacado sus ahorros para no cerrar la empresa. Hemos perdido dinero y, de esa manera, muchas se han salvado de echar el cierre y han podido mantener los puestos de trabajo”.

Y lo que para él es más importante, “hemos creado una riqueza que es de aquí, se queda aquí y se distribuye aquí, cosa que no ocurre con las grandes superficies. El 90 por ciento de la gente empleada en este país pertenece a las pequeñas y medianas empresas”.

Hace 15 años que Raimundo Beascoechea se jubiló y pasó el testigo a sus hijas, “como todo padre quiere que se incorporen a la empresa porque el día de mañana será de ellas. Me esforcé porque cursaron estudios empresariales y se les fue sugiriendo que se sumaran al proyecto. Hoy está al frente de INMAPLAST mi hija Inés”.

Asegura que “les he dado pocos consejos a mis hijas, si acaso alguna sugerencia. La incorporación de mis hijas a la empresa familiar me aportó muchísimo, yo era de la vieja escuela, a pesar de mi formación ellas han contribuido con unos objetivos nuevos. Gracias a ellas, la empresa se renovó y aumentó

su gama de productos a otros materiales más demandados hoy como el papel, etc., por lo tanto ha sido muy positivo”.

Un emprendedor nato como él, capaz de dejar un trabajo seguro y muy bien remunerado para pasar a ser empresario cree que “siempre hay oportunidades que se deben buscar”. “Tanto en la España de hace 50 años como en la actual hay opciones para emprender. Puede que en aquel entonces hubiera más posibilidades, más campos para desarrollarte y más oportunidades para todo el mundo, pero hoy también hay opciones, lo que hace falta son ganas de emprender y fuerza de voluntad para seguir adelante a pesar de los posibles fracasos”.

Sin embargo, bajo su punto de vista, uno de los mayores hándicaps con el que se encuentran los jóvenes en la actualidad es la competencia existente, “es mucho mayor de la que teníamos antes nosotros en nuestra época”.

Si hay algo que echa en falta en las nuevas generaciones es que “los padres hemos sido demasiado blandos en la educación de los hijos. Hemos querido darles todo lo que en nuestra juventud no tuvimos y debido a ello han nacido pensando que tenían que tenerlo todo y que nada cuesta un esfuerzo”.

Al hilo de esta reflexión, recuerda una conferencia con el filósofo José Luis López Aranguren, “nos hablaba a los padres y nos decía que nosotros somos de la posguerra y siempre recordamos lo que no hemos tenido y queremos protegerlos tanto que compramos una bici que no tuvimos nosotros y para que no se caigan le ponemos dos ruedecitas, eso es un error porque han de saber que cuando no estemos nosotros si se caen se van a hacer daño y hay que saber reaccionar, buscar soluciones. Creo que eso es lo que está ocurriendo actualmente con la juventud”.

Tampoco se muestra demasiado partidario del exceso de las nuevas tecnologías al alcance de niños y jóvenes, “es algo positivo, por supuesto, pero estamos llegando a un punto en el que como sigan así, dentro de poco no sabrán hablar, habrá una falta de comunicación directa”.

Sin embargo, la comunicación sí ha existido durante los 50 años en el equipo de Raimundo. “Lo que se hizo fue con buena intención, estoy satisfecho de lo que he hecho y de lo que he contribuido a la sociedad con mis recursos y mis posibilidades”.





Miguel Bordoy Borrás

Trablisa

“La sociedad no es consciente del papel de los empresarios. Si no los hubiera, no habría trabajo ni bienestar”

Miguel Bordoy nació en Palma en 1945. Fue, confiesa, el niño mimado de la familia: por ser el pequeño (tiene dos hermanas mayores) y por ser precisamente el único varón. El hecho de tener como padres a dos profesores le llevó a leer y escribir con prontitud. “Antes de empezar a estudiar en La Salle, a los ocho años, ya me defendía en esas artes, gracias a mis padres. Sin embargo, tengo que decir que, posteriormente, tuve un sentido del estudio muy práctico, en el sentido de que sólo me atraía aquello que creía que me podía resultar útil de alguna manera”, confiesa.

Uno de los recuerdos más cariñosos que guarda como un tesoro (se dibuja una sonrisa en su cara) es pasar largas temporadas de su infancia en la finca de Lluçmajor. “Ahí campaba a mis anchas, y el hecho de *bajar* a Palma suponía para mí una especie de castigo”. Es aquí donde se convierte hoy en guardián del legado de su padre, una importante colección apodada “Biblioteca y museo cervantinos” en su finca de Mina (Lluçmajor) donde hay 752 ediciones del Quijote en 50 idiomas o dialectos diferentes, 124 biografías de Cervantes, 624 obras de antología, crítica y escritas por Cervantes, 16.000 artículos periodísticos, música cervántica, calendarios, felicitaciones, bustos, cajas de cerillas, tabaco, vinos, pendientes, dijes y una vajilla de Talavera, entre otros. “Mi padre era un erudito y, sobre todo, una buena persona que hacía favores a todo el mundo”.

Miguel Bordoy reconoce que nunca se sintió presionado para seguir el camino profesional de sus padres, si bien asume que siempre un joven se ve influenciado, en mayor o menor medida, por sus profesiones. “En todo caso,

la auténtica vocación la detectas en cuanto empiezas a vivir tu propia vida, o al menos así fue en mi caso”.

Aunque eligió la rama de ciencias, y optó por estudiar arquitectura técnica, sus ansias emprendedoras le llevaron, con sólo 21 años, a fundar y dirigir una empresa de construcción. “Llegué a tener una docena de trabajadores. Recuerdo que construimos dos hoteles y que, en primera instancia, solamente nos pagaron medio... Ésas son lecciones que te sirven de mucho en la vida”.

Lejos de caer en el desánimo, siguió con la construcción y la promoción de chalés, y obtuvo mucho éxito, confiesa. “La clave para vender era que la vivienda fuera del gusto de las señoras, porque eran ellas quienes tomaban la decisión de comprar o no la casa”. Aún en el ámbito de la construcción, Bordoy también trabajó en la rehabilitación de casas de campo, en un “ejercicio no exento de cierto romanticismo”.

Toda una vida enfundado en el traje de empresario, de vocación, siempre ha tenido una visión privilegiada. Firmeza, contundencia, honradez y humildad son sus mejores señas de identidad.

Bordoy siempre ha sido un apasionado de la gestión, la dirección empresarial y el hecho de prestar un servicio a la sociedad. Para ello, siempre ha estado bien atento a la evolución de la economía, a sus vaivenes...

Recuerda que “en los años sesenta, se produjo el despegue del turismo en Mallorca y en el conjunto de Baleares. Todos estábamos ligados a ese mundo; directamente (hoteleros, restauradores...) o indirectamente, a través de empresas satélite del turismo. Yo, tras diez años en la construcción, decidí salirme de la órbita de lo que era el entorno turístico, para evitar los sometimientos de las inclemencias del turismo, que vivía unos tiempos de dientes de sierra muy marcados en sus resultados. Esta situación me resultaba incómoda e insegura. Entonces decidí montar algo diferente”.

Así, constituyó en 1975 la empresa Trablisa una de las compañías de seguridad privada más antiguas de España. “Para que te toque la lotería tienes que comprar un décimo, y yo compré un décimo de una nueva gestión empresarial. Creé Trablisa con ahínco, con esfuerzo y con una dedicación absoluta... y hasta hoy”.

“Tuve un sentido del estudio muy práctico. Sólo me atraía aquello que creía que me podía resultar útil de alguna manera”

A través de su amplia experiencia como empresario, Bordoy conoce los secretos, los entresijos de la labor empresarial, no siempre bien valorada o reconocida por la sociedad. “Yo soy un empresario de vocación –asevera-. El empresario la necesita, puesto que mantiene una lucha constante a lo largo de su carrera profesional y porque en realidad existe la llamada soledad del directivo, muchas veces uno se encuentra ante barreras que hay que superar con prudencia, con riesgo y con sabiduría. Esa sabiduría se adquiere a lo largo de los años sobre la base de las distintas aventuras vividas. La experiencia es una asignatura que no se puede enseñar en la universidad y que es indispensable”.

Bordoy se puso manos a la obra y estaba convencido de que trabajando duro y con responsabilidad podría llevar lejos a Trablisa, pero no sabía hasta qué punto exacto. “Al inicio, uno podía plantearse proyectos a corto plazo, para medio año o un año, pero en la actualidad uno trabaja para el día a día, ya que la dinámica empresarial te exige una atención constante para virar el rumbo, no en la dirección de la empresa, pero sí en la ejecución del trabajo diario. A veces, uno cree que se ha acercado lo suficiente al horizonte y no se plantea ir más allá, pero la inercia te obliga y no puedes detenerte, tienes que seguir. En caso contrario, uno pone trabas al desarrollo de la empresa, y eso no es bueno, evidentemente”.

Esta “mina” de Miguel Bordoy ha crecido sin cesar. Así, tras prestar durante años sus servicios únicamente en Baleares, Trablisa hoy está presente también en la Península. “Como consecuencia de la inercia del desarrollo profesional, los mismos clientes te lo exigen de alguna forma, lo analizas y lo aceptas. De esta manera, estamos en Madrid, Cataluña, Andalucía...”.

Trablisa se ha convertido en un grupo empresarial que cuenta con una plantilla de 3.500 trabajadores y mejora sus cuentas de resultados año tras año. Ofrece todos los productos de seguridad, sin ninguna excepción, con toda la gama de servicios: transporte de fondos, servicios auxiliares a la banca, vigilancia, instalaciones de sistemas de alarmas y central receptora, prevención contra incendios e, incluso, atención a personas mayores. Es decir, todo lo relativo a atención al cliente en materia de seguridad en su más amplio sentido.



“La experiencia es una asignatura que no se puede enseñar en la universidad y que, sin embargo, es indispensable”

En el mundo de la empresa, el factor riesgo siempre está presente. La economía tiene sus ciclos y hay que saber adaptarse o responder a los tics que marca. Han sido muchas las empresas que se han quedado en el camino (por múltiples causas), pero bajo el trasfondo de la última y durísima crisis económica y financiera. “La verdad es que en Trablisa no hemos notado la crisis en la contratación de servicios sino en el cobro de esos servicios”.

Persona entusiasta y empresario comprometido, Bordoy se vale de su fecunda experiencia en la empresa, para lanzar algunos mensajes claves para aquellos emprendedores (jóvenes o no tanto) que quieran prosperar en su idea de negocio. “En primer término, les diría a esas personas que quieren emprender que deben tener la vocación empresarial muy arraigada; en segundo lugar, que no se ofusquen; que se fijen unos límites de inversión económica; y finalmente, el convencimiento de que su empresa puede tener éxito. Uno tiene que ser el primer convencido de ello, por una sencilla razón: para convencer al cliente uno tiene que estar plenamente convencido de lo que ofrece”.

En este sentido, considera que hay dos tipos de emprendedores: el emprendedor “tutelado” y el emprendedor “desbocado”, en su propia terminología. El primero –sostiene Bordoy– cuenta con la ventaja de la experiencia de su valedor; en tanto que el segundo, que no tiene esa prerrogativa y correrá mayores riesgos.

Por tanto, Miguel Bordoy traslada en su día a día toda su experiencia personal y vital a su hijo, que está llamado a ser el cabeza visible de Trablisa; eso sí, pero tendrá que saltar un listón colocado a mucha altura.

¿Qué papel debe jugar el empresario en la sociedad? Miguel Bordoy siempre ha sido un fiel defensor del papel del empresario. Se resigna afirmando que la sociedad no es consciente del papel de los empresarios. “Si no hubiera empresarios, no habría trabajo, riqueza ni bienestar. Cuando hablamos de empresarios, en ocasiones se habla en la opinión pública de un grupo de empresarios de élite, y quizás sea verdad que algunos se han podido prostituir (comprando a políticos, por ejemplo), pero la gran masa de empresarios la forman personas honradas que luchan cada día para llevar adelante el negocio y a sus empleados”.



“En 1975, creé Trablisa con ahínco, con esfuerzo y con una dedicación absoluta... y hasta hoy”

En ese sentido, defiende que es necesario un tejido empresarial, y éste tiene que estar protegido. Defensor del asociacionismo, ha dejado su impronta en ASIMA, donde sus 15 al frente de la presidencia no fueron producto de una casualidad. También preside la Asociación Balear de Directivos desde 1998.

Hoy es el presidente de honor de una ASIMA que transformó desde diferentes pilares siguiendo la gestión de una verdadera empresa, creando una estructura y construyendo nuevas oficinas. Se siente muy orgulloso de que hoy ASIMA sea una organización viva, proactiva, participativa e implicada con todos los agentes sociales y las distintas administraciones. Entre sus huellas se encuentra la construcción de la Escoleta ASIMA, el primer centro educativo de 0-3 años en un polígono industrial para la conciliación de la vida familiar y laboral; la puesta en marcha de la Fundación ASIMA y su intensa labor hacia la sociedad, con campañas solidarias para ayudar a los más desfavorecidos, la apertura de la Comisaría de la Policía para incrementar la seguridad en nuestros polígonos, la consecución de la devolución del Ayuntamiento de Palma del antiguo Parque de Bomberos, que será en el futuro un Centro de Formación Profesional y un espacio socio-cultural, entre otros.

La figura de Miguel Bordoy es sinónimo de apertura de nuevos caminos, de superación de grandes desafíos, o de inyección de dinamismo e ilusión para lograr cotas más altas de progreso y bienestar.

“Uno tiene que ser el primer convencido del éxito de la propia empresa”

Jordi Castanyer Puig

Depur Clor

“No había sábados, domingos, festivos o vacaciones que valieran cuando el trabajo obligaba...”

A la pregunta sobre el porque de la mala imagen de los empresarios en nuestros días, que inicia la entrevista, lo primero que hace Jordi Castanyer (Sóller, 1942) para responderla es mostrar abiertamente sus manos, cuya piel aparece arrancada por productos químicos con los que ha trabajado desde su adolescencia. “Esto ya no tiene remedio. Quiero decir con ello que el mundo empresarial nunca es fácil, y menos en una pequeña empresa familiar como la nuestra”, razona.

Castanyer no se formó en la misma medida que sus dos hermanos, pero sí que estudió contabilidad e idiomas... “Los idiomas han sido muy importantes en mi vida. De hecho, mi esposa es holandesa...”, dice pícaramente. Recuerda igualmente haber aprendido a escribir en redondilla y con tinta china.

El caso es que, una vez acabado el Bachillerato, con 16 ó 17 años, ya se incorporó a la empresa familiar. Una empresa que empezó con sus padres, Tomeu y Margalida, él mismo y Joanet, el primer empleado de la casa. Cabe apuntar que un sobrino de Joanet le tomó el relevo, y hoy trabaja como chófer en Depur Clor.

El padre de Jordi Castanyer, Tomeu, era técnico electrolítico, y eso marcaría el futuro del primogénito de la familia. Sus dos hermanos se dedicaron a estudiar, mientras que él, en un acto de responsabilidad, prefirió estar al lado del progenitor. “Mi padre sólo no hubiera podido con todo”, relata.

Las dificultades no faltaron. Había que acceder a la financiación externa, y ésta estaba por las nubes. “En los años sesenta, efectivamente, los créditos bancarios estaban por encima del 14 por ciento, lo que es tanto como usura”.

Tomeu Castanyer había montado una empresa electrolítica en Sa Pobla y, de hecho, los inicios de Depur Clor estaban encaminados a seguir en ese ámbito profesional, pero el *boom* turístico propició un encarecimiento de la sal, de la electricidad y del transporte de mercancías, lo cual hizo virar la estrategia de los Castanyer hacia otra especialización: la cloruración con gas. Se abastecían de 1.000 kilos de gas para la obtención de 25.000 o 50.000 litros de lejía.

Formado en Bélgica, el padre de Jordi Castanyer tenía una visión preclara para los negocios. Montó la jabonería La Roqueta, la primera de Mallorca y de las primeras de España. Después, vendría la marca de lejía El Parado, aún hoy en el mercado. Los Castanyer, en la misma línea, fueron pioneros en la Isla en poner la lejía en envases de plástico.

Fue en 1966 cuando la empresa Depur Clor de los Castanyer se trasladó a lo que hoy es Son Castelló. Al ser una industria peligrosa, con tratamiento de productos químicos, era conveniente y recomendable salir del centro de la ciudad y ubicarse en el incipiente polígono.

La Administración les hizo saber que estarían exentos del pago del impuesto de erradicación, pero “cuál fue nuestra sorpresa cuando nos llegó un equipo del Ayuntamiento para cobrar con efectos retroactivos por aquel mismo concepto. Le dije al inspector que iba a pagar, pero que



“El mundo empresarial nunca es fácil, y menos en una pequeña empresa familiar como la nuestra”.

me sentía robado y estafado”. Jordi Castanyer también recuerda que se les quería hacer pagar por la entrada y salida de carruajes, aunque finalmente no se llevó a la práctica ese gravamen.

Asimismo y posteriormente, en Depur Clor fabricarían detergentes especiales para lavar las botellas de leche. Trabajaron para la Asociación General Agraria Mallorquina (AGAMA) y para la marca catalana Letona. En todo caso, el principal cliente de la empresa eran los hoteles de Mallorca para la depuración de sus piscinas, sin olvidar los encargos particulares.

En un primer momento, la vivienda familiar de los Castanyer estaba en el primer piso del edificio que albergaba la empresa. “Eso hacía que siempre estuvieras localizado y que no pudieras dejar de atender cualquier demanda de los clientes, independientemente del momento en que ésta se produjera. En una empresa familiar como la nuestra había que hacer muchos esfuerzos, ha habido que luchar mucho siempre. No había sábados, domingos, festivos o vacaciones que valieran cuando el trabajo obligaba...”.

Trabajando arduamente y codo con codo junto a su progenitor, Jordi aprendió muchas cosas de él. “Uno de los consejos que me dio mi padre fue no engañar nunca al cliente, brindarle la máxima calidad y seriedad y todo nuestro asesoramiento y, sobre todo, darle las gracias por confiar en nosotros. Eso es algo de lo que adolecen hoy en día muchas empresas, sobre todo pequeños comercios”, se lamenta. En cualquier caso, recuerda Jordi hacer el reparto de productos en una moto y un remolque.

Cuando se le inquiriere por el número de empleados de la empresa en la actualidad, responde con un “no lo sé con exactitud, porque yo ya no pago nóminas”. Dicho esto, hace recuento y da la cifra: diez trabajadores, entre los cuales incluye a su hijo Jordi, quien, con 43 años, es el administrador de la empresa.

“Llega un momento –comenta Castanyer– que debes dejar que sean los jó-



“Uno de los consejos que me dio mi padre fue no engañar nunca al cliente, brindarle la máxima calidad y seriedad y, sobre todo, darle las gracias por confiar en nosotros”

venes los que tengan sus fallos y sus glorias. Es la manera de aprender”. Se le nota en el rictus de su rostro el orgullo por haber vinculado a la tercera generación de los Castanyer con el negocio.

“Hoy, las empresas del ramo poco o nada tenemos que ver con lo que fuimos antaño, en el sentido de que básicamente somos envasadores; de lo que es producción propia, poca cosa”. En todo caso, sí existe, en su opinión, un denominador común entre el pasado y el presente, y es el hecho de centrar la mayor parte de su trabajo en los meses de temporada alta. “Así, no cabe duda de la importancia de la meteorología en nuestro negocio. Si tenemos mucha lluvia en verano, nos resentiremos de un modo inequívoco”.

En un momento de la conversación, Castanyer rescata un ejemplar del libro *ASIMA, la historia de un sueño* (1964-2014) para mostrar una fotografía de un mapa de los terrenos que, con los años, se convertirían en lo que es hoy el Polígono de Son Castelló. “Hacia los años 1966 ó 1967, el Polígono todavía no estaba urbanizado, no había calles, sólo cuatro estacas de madera, pero nosotros ya estábamos aquí. En esta calle (Gremio Zapateros), estábamos un herrero, el señor Llinás, y junto a nosotros otra finca en la que se producían almendras y había vacas”.

Jordi Castanyer recuerda la inauguración de Son Castelló por parte del ministro Solís, en 1967, y “la arenga que nos soltó a todos los presentes. Aquello no nos gustó nada a algunos y, de hecho, ni yo ni mi padre fuimos a la comida posterior”. Sí tiene, en cambio, buenas palabras y buenos recuerdos de los principales impulsores del Polígono: Ramón Esteban, Damián Barceló o Jeroni Albertí, entre otros. “Ellos se quemaron las cejas para conseguir los permisos pertinentes de Madrid para convertir aquel proyecto en una realidad. Era un proyecto magnífico sobre la mesa, pero tenía que materializarse, y no todo el mundo lo creía factible”, reconoce.

“De hecho –añade– ASIMA es un caso excepcional porque es el resultado de la única unión de los empresarios mallorquines. El problema que tenemos en esta tierra es que cada uno funciona como una república independiente”.



“El de ASIMA era una proyecto magnífico sobre la mesa, pero tenía que materializarse, y no todo el mundo lo creía factible”

De ASIMA, Jordi Castanyer guarda un recuerdo muy entrañable hacia la figura de la que fue secretaria de la casa, Josefina Bustos. “Siempre se acordaba de los nombres de todos nosotros y sabía encontrar solución a todo. Era un encanto”.

Hombre dinámico y deportista, Castanyer compartió su afición por el remo en el Real Club Náutico de Palma con el también empresario de Son Castelló, Alberto Llodrá. “Cuando había reuniones de ASIMA, todo el mundo estaba callado, como compungido, excepto él y yo, que no dudábamos en preguntar todo aquello que queríamos saber”.

Haciendo análisis de los empresarios de Mallorca, Jordi Castanyer asevera: “Somos fenicios, muy comerciantes. Y eso tiene sus puntos buenos y sus puntos malos, como casi todo en esta vida. El hecho es que de cada diez mallorquines que se van al extranjero, nueve triunfarán con toda probabilidad, mientras que de cada diez peninsulares que hacen lo mismo, sólo uno triunfará”.

Finalmente, con un análisis claro de lo que debería ser la política, Jordi Castanyer asume que ése nunca podría haber sido su mundo porque “para mí, lo blanco es blanco y lo negro es negro, y en la política priman los grises”.

“Hoy, las empresas del ramo poco tenemos que ver con antaño, básicamente somos envasadores; de producción propia, poca cosa”

**Coloma Coll Bibiloni**

Automóviles Coll

“En esta empresa lo más importante es la palabra dada, es algo que hemos mantenido a lo largo de los años”

Un gran retrato de don Pep Coll preside la sala de reuniones en la sede de Automóviles Coll en Gran Vía Asima. Coloma Coll recuerda a su padre, fallecido en 1995, con gran respeto y cariño. El patriarca, que inició el negocio familiar allá por los años 40, sigue estando muy presente en el día a día de esta empresa familiar a la que ya se ha incorporado la tercera generación.

Mujer menuda, elegante, ha heredado el ímpetu, la entrega, la constancia y, sobre todo, la seriedad en el trabajo que le inculcó su padre. “Él siempre decía que lo importante era mantener la palabra dada. Este principio de actuación es el que hemos continuado en la empresa a lo largo de los años”.

A Coloma Coll se le ilumina la mirada cuando recuerda a su padre, “yo estaba muy identificada con él, teníamos mucho feeling”. Era una persona austera que construyó su negocio con tesón y que le enseñó todo lo necesario para conducirlo con mano firme cuando él faltara.

Contrariamente a lo que muchos puedan pensar, pese a ser hija única, Coloma nunca fue una niña consentida, y siempre ha valorado la actitud de su padre “que para obtener cualquier cosa debía habérselo ganado antes”.

Fue de admirar lo que consiguió y sonríe mientras evoca tiempos pasados y es que han transcurrido más de 20 años desde que don Pep falleció, pero aún está muy presente en el día a día de su hija y de la empresa.

Puede decirse que Coloma Coll aprendió el negocio desde la cuna. Fue en 1946 cuando todo empezó con el garaje que su padre montó en la calle Arturo Rizzi. Recuerda que “teníamos coches en custodia porque entonces no había tantos garajes como ahora y un coche era un artículo de lujo, también se realizaba la limpieza y engrase de los mismos”.

Era el momento en el que el turismo empezaba a despuntar en la Isla y don Pep Coll, hombre emprendedor y “gran comercial”, como recuerda su hija, vio la oportunidad ofreciendo sus servicios a hoteles como el Maricel, Bahía, Bendinat y a Viajes Meliá, que en aquella época iban a recoger a sus clientes al aeropuerto en coche con chofer y guía. “Teníamos coches de lujo americanos, que empleábamos para ese tipo de servicio y también para bodas, comuniones y excursiones”.

El negocio fue prosperando y pronto se amplió con la incorporación de una línea de autobuses que unía el Ensanche de Palma con La Soledad y con la compra-venta de coches usados, “eso lo obligaba a desplazarse muy a menudo a Barcelona y a Madrid asistiendo algunas veces a subastas para poder adquirir los vehículos más interesantes y solicitados. Todo esto propició que contactara con empresarios de automoción de Barcelona y, posteriormente, gracias a los contactos obtenidos, le ofrecieron la distribución de SIMCA francesa, que pronto pasaría a ser Barreiros, el fabricante en España”.

Durante todo ese proceso, Coloma vivió de primera mano todos los cambios y la evolución del negocio, por lo que fue adquiriendo conocimiento del sector de automoción sin darse apenas cuenta de ello.

Es en 1966 cuando nace Automóviles Coll con el nombre con el que lo conocemos hoy. En el medio siglo de existencia de esta reputada empresa, han



“Mi padre murió en el 95 y aún hoy es mi tarjeta de visita. Soy hija de ‘en Pep Coll’”

sido concesionarios de Chrysler, tras comprar la marca estadounidense los derechos comerciales de Barreiros; más tarde en 1978 de Talbot cuando ésta adquiere Chrysler y Barreiros y, a partir de 1984 de Peugeot, cuando absorbe Talbot.

Estos cambios no han hecho más que acrecentar el éxito de una empresa que este pasado mes de abril celebró el 50 aniversario, efeméride que vivieron con una jornada de puertas abiertas a la que asistieron más de 500 personas. “Fue una jornada muy agradable, por la asistencia de tantos conocidos, empresarios, amigos y clientes (incluso de los que compraron los primeros SIMCA 1000, algunos muy mayores ya), y eso supone un gran reconocimiento a esta empresa”.

El ser mujer en un sector liderado por hombres, de hecho fue la primera mujer concesionaria de SIMCA, no ha supuesto ningún esfuerzo adicional para Coloma, tal vez porque, como ella misma admite, “siempre he estado involucrada en el negocio, desde pequeña, no recuerdo desde cuando porque siempre he estado”.

Agradece a su marido, Francisco Forteza, el apoyo y la colaboración durante todos estos años, “me ha ayudado mucho, aunque sus negocios no tenían relación con el sector de automoción, y además ha sido el iniciador de otras líneas de negocio hasta formar lo que hoy es el Grupo Coll”.

Asegura que la clave del éxito ha sido seguir la senda marcada por su progenitor y estar rodeada de un equipo excepcional. “No me ha costado nada mantenerme al frente de la empresa porque siempre he estado acompañada por magníficos profesionales”. Y esa es una de las cosas de las que Coloma Coll se siente más orgullosa, de haber sabido mantener ese espíritu de empresa familiar a lo largo de los años, de tener un trato muy cercano con los empleados, aproximadamente un centenar.

Sin ir más lejos, Antonio Grúa, Rogelio Fernández, Juan Andreu (en Manacor), los hermanos Juan y Toni Mulet, personas de máxima confianza



“No me ha costado nada mantenerme al frente de la empresa porque siempre he estado acompañada por magníficos profesionales”

de la empresa, “que han vivido toda la evolución del grupo, hoy en día algunos ya no están, otros están jubilados y otros dando paso a una nueva generación, pero manteniendo siempre el espíritu de empresa familiar”.

Ese cambio generacional del que habla Coloma incluye a sus tres hijos, que hace ya un tiempo han ido tomando las riendas de la empresa, Pep Joan, Aurora y Ana, aunque ella no se ha retirado de la primera línea ni piensa hacerlo: “Yo sigo viniendo prácticamente cada día, igual que mi padre, que vino hasta el final, era algo que necesitaba, yo también tengo esa necesidad. Soy muy activa”.

Esa tercera generación, ayudada por los consejos de Coloma Coll y del resto del equipo, ha sido la encargada de dar un paso más en la modernización de la empresa. En el año 2004, 20 años después de convertirse en Automóviles Coll, realizaron las obras de adaptación de las instalaciones de Palma y Manacor en lo que han denominado *Blue Box*, un nuevo concepto que refuerza la imagen de marca y ofrece al cliente espacios más funcionales. Por otra parte, en el año 2010 ampliaron su oferta con el centro Peugeot Profesional, con el objetivo de dar una mejor orientación y servicio a las empresas y autónomos, además incorporamos al negocio la venta de Peugeot Scooters.

Con una trayectoria empresarial llena de logros, para Coloma Coll el papel del empresario en la evolución económica de la sociedad es “vital ya que cumple con un doble papel, por una parte proporciona puestos de trabajo que hacen posible que se mejore la situación laboral y, por otra, reactiva la evolución del consumo” y valora de manera muy positiva el papel que desempeña ASIMA en su apoyo al tejido empresarial, “nuestra relación siempre ha sido muy fluida y aporta una gran ayuda a los empresarios del Polígono, efectuando las gestiones en beneficio de los asociados y consiguiendo que esta Asociación sea una de las primeras y mejores gestionadas. La ayuda a los empresarios asociados ha ido mejorando con el tiempo creando infraestructuras (aparcamientos, escoleta-guardería, etc) y actualmente obras sociales para ayudar a los más necesitados”.

Coloma Coll es discreta, modesta, no le gusta alardear de los éxitos obtenidos, pero echando la vista atrás no puede más que sentirse orgullosa y satisfecha del resultado cosechado a nivel profesional, desde que todo empezara

“Me siento orgullosa del resultado obtenido, ahora sólo espero que la cuarta generación pueda continuar con el negocio familiar, tal y como lo está haciendo la tercera”

hace 70 años, y personal, gracias a la gran familia que ha logrado formar. Ahora, con la tercera generación actual al frente del Grupo Coll, confiando que la cuarta generación continúe con el negocio familiar.

Sin duda alguna, Coloma Coll se ha convertido en la correa de transmisión de su padre en la empresa. Desde muy pequeña, ya conocía todos los entresijos del negocio familiar. Al ser hija única, siempre estuvo muy ligada a sus padres, y recuerda “como hacían vida de mesa de camilla, con los informativos de RNE de fondo”. Es más, durante las vacaciones ya le gustaba estar por la oficina molestando más que ayudando, pero a la vez iba aprendiendo. Aprovechaba que mi padre se traía cosas del trabajo a casa, y nuestras conversaciones siempre giraban en torno al negocio, momentos de los que guarda gratos recuerdos.

El espíritu familiar se respira por los cuatro costados en esta empresa. No sólo es un indicativo muy importante que la gran mayoría de sus trabajadores se jubilen en la misma empresa en la que iniciaron su andadura laboral, sino el trato que Coloma Coll tiene con sus colaboradores. El acento paternalista lo ponía su padre, y ella lo ha mantenido durante estos años. “Cuando paso por los distintos departamentos, aprovecho para hablar con todos, incluso muchas veces de temas personales”.

El empleado es el principal activo de una empresa para Coloma Coll, que explica con cariño, que ellos saben que pueden contar con nosotros para lo que necesiten, formamos una gran familia.

Pero que su padre es un referente en su vida es una realidad. “Mi padre murió en el 95, y hoy sigue siendo mi guía, intento mantener sus cualidades como su seriedad y buen hacer”.

Ahora, una de las máximas alegrías de Coloma Coll es poder sentar a comer a todos los suyos, disfrutar de estar juntos, especialmente de sus seis nietos. Eso sí a pesar de que cueste, “está prohibido hablar de coches”, en una familia que lo lleva en la sangre.





Margarita Dahlberg Coll

Dahlberg SA

“No hay empresarios sin trabajadores, ni trabajadores sin empresarios. Una empresa es un equipo”

Kjell Dahlberg era un capitán sueco de yate que, en 1958, debía llevar un velero de Estocolmo a San Remo. En ese trayecto, la embarcación se averió y tuvo que detenerse en Palma para ser reparada. No era una cosa menor, y Dahlberg tuvo que permanecer en la Isla durante un año. En ese período, conoció a una mallorquina, Rosa Coll, a la que se llevaría a su país de origen y a la que convertiría en su esposa. La pareja estuvo un año en tierras suecas, pero decidieron que su futuro juntos tendría mejores expectativas en Mallorca, con lo cual regresaron a la Isla, ya para quedarse, crear su propia empresa y su propia familia.

De esta manera, y casi a la par, en 1961 nació la primogénita, Margarita, y una compañía pionera en la reparación y mantenimiento de yates en Mallorca. Por la dificultad en la pronunciación de su nombre, muchos clientes y amigos llamaban a Kjell, Miguel “El sueco”.

En 1966, la familia aumentó con el nacimiento de la segunda hija, Rosa. También iban en aumento los encargos a la empresa, en la que ambas hermanas habrían de involucrarse años después. Sea como fuere, la pequeña Margarita mostró desde un principio inquietud y pasión por el mundo de los barcos. Ya los pisaba cuando aún usaba chupete. Le gustaba arreglar cosas, desmontarlas y volverlas a montar, con especial habilidad para ello.

Su padre, muy enfocado en la mecánica de los barcos, le aconsejó que estudiara electrónica, porque ahí veía un futuro claro. Así, haciendo caso a su

progenitor, Margarita cursó su solicitud para estudiar esa rama de Formación Profesional en el colegio San José Obrero. En primera instancia se la denegaron por ser mujer y porque –le dijeron– “no iba a encontrar trabajo”, pero ella (haciendo frente a la adversidad, como anticipo de lo que sería su vida profesional en años venideros) logró cambiar esa decisión en base a dos argumentos: por un lado, porque sí tendría trabajo, en la propia empresa familiar, y, por otro, porque cumplía con el requisito de contar con buenas notas en matemáticas y física.

Su padre la ayudó, pero quien tuvo que argumentar para salirse con la suya en ese episodio fue la propia Margarita. “Recuerdo que mi padre siempre aplicaba la misma filosofía conmigo: ‘¿Para qué te voy a dar el pescado?; el día que yo no esté no sabrás cómo pescarlo. Entonces, será mejor que te enseñe qué caña y qué cebo puedes usar, y así podrás conseguir el pescado por ti misma’”.

Así, Margarita pudo formarse en electrónica por espacio de cinco años (de 1974 a 1979). No fue una etapa fácil, puesto que tuvo que hacer ver a compañeros (todos chicos) y a profesores que ella estaba ahí no para pasar el rato ni como un divertimento, sino para aprender y obtener el título. “Los estudios eran muy completos. La Formación Profesional en esos tiempos estaba muy bien estructurada, y salíamos con una formación global muy aceptable. Tristemente, en los últimos años la FP se ha ido desprestigiando”. Además de la parte académica, Margarita Dahlberg aprendió (y así lo subraya ella) cómo manejarse en las relaciones humanas. Esos conocimientos no los obtuvo de ningún libro, sino de sus experiencias diarias y cotidianas.

Por ejemplo, en un mundo de chicos, ella ya empezó a evidenciar dotes de liderazgo. De algún modo, ejercía de portavoz del grupo ante el cuadro de profesores ante cualquier reivindicación que plantear. “Puedo decir que esa etapa de mi vida fue muy productiva. Y aunque entonces no lo veía así, con la perspectiva del tiempo sí puedo decir ahora que fue una etapa feliz para mí”, confiesa.

A todo ello, la empresa que su padre había fundado en 1961 había ido haciéndose un nombre y abriendo un abanico importante de empleos en el sector náutico. Él había abierto la veda. Con la puesta en marcha del Club de Mar, en 1972, Dahlberg montó en sus dependencias varios talleres de reparación

Suscribo una frase que leí: “No te preocupes de cuidar a tus clientes, cuida a tus trabajadores, que ellos se encargarán de cuidar a tus clientes”

y mantenimiento de embarcaciones. Llegó a contar con 30 trabajadores autónomos.

Pero pasados unos años, y tras un desencuentro, Djell Dahlberg decidió por volver a trabajar en su propio taller, sin quizás tanta presión y más a su manera. El taller en cuestión estaba en la calle Nicolás de Pax, en el centro de Palma.

Y ahí se incorporó Margarita, en 1980, tras haber pasado medio año formándose en Inglaterra, en la fábrica de la prestigiosa firma B&G, que la dotó de conocimientos técnicos muy avanzados y que a ella, ni que decir tiene, le vendrían muy bien. Obtuvo, además, el certificado de Servicio Técnico Oficial de la compañía. Fue la primera mujer en obtenerlo.

En 1984, con la incorporación de la hermana menor a la empresa, ésta se constituyó en Sociedad Anónima, en el mismo momento en que se dividió en dos grandes áreas: por un lado, Margarita se ocuparía de la parte electrónica, mientras que Rosa haría lo propio con el área de saneamiento. También ese año, el marido de Margarita se sumó al departamento técnico de la empresa.

“Mi padre no esperó a ser muy mayor para hacer el traspaso de poderes –relata Margarita Dahlberg– sino que lo fue haciendo efectivo poco a poco, para culminarlo en 1989. Dicho esto, cabe reseñar que él estuvo viniendo a la empresa cada día, hasta pocos meses antes de su fallecimiento, en 2015”.

Un punto de inflexión importante en el devenir de Dahlberg SA fue la obtención, en 2003, de la ISO 9001 para todos los departamentos de la misma. “Fuimos de las primeras empresas de nuestro nivel en obtenerla, ello nos permitió estandarizar los protocolos de trabajo y ganar en eficiencia. Aún hoy trabajamos de acuerdo con los estándares fijados en aquel momento”.

No menos importante fue el cambio de sede de la empresa. Se produjo en 2006, y significó mudarse al Polígono de Son Rossinyol. Fue en un momento en el que las expectativas eran inmejorables, la empresa tenía 17 trabajadores contratados, y suministraba a la práctica totalidad de los astilleros de España. De hecho, el 70 por ciento de facturación de la empresa procedía de



“Nunca nada será como antes, pero tampoco la crisis puede durar eternamente, y nos hemos preparado para estar en primera línea cuando llegue el momento”

la Península, y el 30 por ciento de Mallorca. En los ejercicios de 2003, 2004 y 2005, Dahlberg SA llegó a facturar un millón de euros anualmente...

Pero la crisis lo truncó todo... “A nosotros nos llegó en 2006. Fue muy curioso. Teníamos toda la cartera de pedidos de los astilleros a pleno funcionamiento. En julio, les suministramos esos pedidos con toda normalidad. En agosto, cerraban por vacaciones, y en septiembre, cuando retomaron la actividad, nos cancelaron todos los pedidos para el resto del año”, rememora Margarita.

Dahlberg SA se encontró con una nave recién adquirida y el almacén absolutamente lleno. Fueron momentos duros, de noches de insomnio y de lágrimas. Las entidades financieras habían bloqueado el crédito y la solución a la situación era de todo menos fácil. “Nunca pensé en cerrar la empresa, pero sí que hubo momentos en que pensaba que no podríamos hacer frente a todas las deudas contraídas”, admite.

A grandes males, grandes remedios, dice el refrán. En Dahlberg SA, hubo que mover ficha para salir adelante. “Las decisiones que tuvimos que tomar, que fueron muy duras en su momento, fueron también acertadas porque nos han permitido seguir adelante con el mismo nivel de calidad de siempre. Ahora parece que se está activando la línea de saneamiento, lo cual indica que las cosas van a mejor”.

Hubo que reestructurar la empresa, rebajar salarios y redefinir la estrategia para dar salida a esa dura situación. “En el ámbito de la electrónica, no pudimos trabajar a escala nacional como era nuestro deseo, puesto que la firma B&G había sido absorbida por una multinacional como consecuencia de la globalización. Entonces, tuvimos que potenciar la empresa como un centro muy potente de reparación”.

Y de todo, también de los malos momentos o de los más duros, se pueden extraer conclusiones importantes para el futuro. “Ahora todo está mucho más medido, mucho más analizado; en estos años hemos aprovechado para formarnos, sobre todo en cuestiones tecnológicas. Siempre hemos tenido claro que nunca nada será como antes, pero tampoco la crisis puede durar eternamente, y queríamos prepararnos para estar en primera línea cuando llegara el momento”.



“Muchos pequeños empresarios tenemos nuestro patrimonio y el de nuestros padres hipotecado y como aval de la empresa”

A propósito del trabajo en el seno de una empresa, y de la relación entre empresarios y empleados Margarita Dahlberg hace una lectura muy clara. “Entiendo que la empresa es un equipo. No hay empresarios sin trabajadores, y no hay trabajadores sin empresario. Leí recientemente una frase que suscribo: No te preocupes de cuidar a tus clientes, cuida a tus trabajadores, que ellos se encargarán de cuidar a tus clientes”.

Por otra parte, Margarita Dahlberg comenta que “ser empresario no es para nada fácil. Muchos pequeños empresarios tenemos nuestro patrimonio y el de nuestros padres hipotecado y como aval de la empresa. Como todo se vaya al garete, nos quedamos todos en la calle. Muchas veces eso se olvida, y no debe hacerse”.

Pensando en la llegada de la tercera generación a la empresa que fundó su padre, Dahlberg afirma: “Yo tengo dos niñas y mi hermana, un niño y una niña. La idea es que a medida que puedan se vayan incorporando a la empresa para, llegado el momento, pasarles el relevo al frente de la misma. De momento, trabajando en la distancia (y eso es el futuro) mis hijas ya nos están ayudando”.

A día de hoy, con Margarita y Rosa al frente, la empresa Dahlberg SA vende, repara y hace el mantenimiento de todas aquellas marcas a las que representa. A los clásicos departamentos de electrónica y saneamiento, añadieron en 2014 el de balsas. La tercera generación (a pesar de su juventud) ya apunta maneras, aunque de momento sea “trabajando desde la distancia”, para ir ganando peso en la compañía.

Inquieta y acostumbrada desde jovencita a liderar proyectos y grupos de personas, Margarita Dahlberg no se ha conformado con trabajar y batallar en su empresa, sino que además planteó en el seno del sector náutico la creación de una asociación que defendiera sus intereses. Así, preside desde 1984 la Asociación de Empresas Náuticas de Baleares (AENIB): “El empresario individual, en un momento determinado, se da cuenta de que no puede batallar porque hay demasiadas cosas a las que hacer frente por uno mismo. Tiene que asociarse e integrarse en un colectivo que defienda sus intereses”.

“El empresario se da cuenta de que no puede batallar porque hay demasiadas cosas a las que hacer frente por uno mismo. Tiene que asociarse e integrarse en un colectivo que defienda sus intereses”

**Gabriel Escarrer Juliá**

Meliá Hotels International

“Los empresarios son claves para que podamos tener una sociedad próspera. Una sociedad tiene la altura que tienen sus empresarios”

El mundo del turismo le interesó desde muy joven. En una Mallorca en la que en los años 50 se empezaba a gestar lo que una década más tarde desencadenaría el llamado 'boom' turístico, Gabriel Escarrer (Porreras, 1935) fijó su atención en un negocio que muy pronto convirtió en su pasión.

No imaginaba aquel niño, “el extranjero”, como le llamaban por aquel entonces sus amigos, “por mi conocimiento de idiomas, que debo agradecer a la visión e interés de mis padres, mis ojos azules y mi pelo rubio”, que llegaría a convertirse en un empresario referente en el sector turístico a nivel internacional, contribuyendo de manera decisiva a que la industria turística se transformara en el motor económico de las Islas Baleares y éstas en un codiciado destino turístico en todo el mundo.

Con cuatro años se trasladó junto a su familia desde su Porreras natal a Palma. Recuerda esos primeros años en la ciudad, cuando “tomé contacto con el incipiente fenómeno turístico. Tuve la fortuna de ir a vivir a una zona entonces residencial de Palma, el Terreno, justo frente a grandes hoteles históricos como el Victoria, y como era un chico inquieto y observador, el negocio turístico me interesó desde muy joven, y ya siendo un chaval de 17 años quise dedicarme a ello”.

Sus comienzos fueron en la antigua agencia de Thomas Cook en Palma, “donde pude aprender los fundamentos del negocio y practicar los idiomas que había aprendido, y poco a poco fui teniendo claro que yo quería dedicarme a esto y crear mi propia empresa. Sin imaginar hasta dónde llegaría en este empeño, comencé por convencer a mis padres de que, una vez más, me apoyaran, y con la intervención del párroco de nuestra iglesia conseguí convencer también a una feligresa, propietaria del hotel Altair de Son Armadams, de que me lo alquilara. Yo tenía 21 años y muy poca experiencia que aportar, pero conseguí que me avalaran y creyeran en mi proyecto, y nunca les defraudé”.

Fruto de esa ilusión inicial y de la constancia que Gabriel Escarrer puso en ese sueño, logró forjar una de las más importantes y reconocidas empresas turísticas a nivel mundial. “Mis comienzos pueden parecer algo románticos, pero puedo asegurarle que todo fue bastante duro, pues aunque tuve esos apoyos iniciales, resultaba bastante más difícil ganarse la confianza de los bancos para que financiaran nuestros proyectos. Creo que mi tesón y la confianza que siempre he tenido en mí mismo y en nuestro proyecto, me ayudaron a conseguirlo”.

Como muestra de esa dedicación admite que nunca ha escatimado horas al trabajo, más bien al contrario, “siempre le he dedicado a la empresa todo el tiempo que ésta ha necesitado, incluso sacrificando un tiempo personal precioso. Nunca he tenido un límite de horas, había que pagar muchas nóminas y estirábamos la jornada laboral al máximo, muchas noches los problemas me han quitado el sueño”.

De esos primeros tiempos guarda el recuerdo de anécdotas entrañables como el de “una pareja que se formó gracias a nosotros, cuando, debido a un “over-booking” en un hotel de Palmanova, tuvimos que reunir en una misma habitación –en camas separadas por un pequeño biombo– a un hombre y una mujer que no se conocían de nada, pero ninguno de ellos quería renunciar a su reserva. La pareja terminó en matrimonio, y siempre nos han guardado mucho cariño y gratitud por haberles ‘reunido’ de aquella manera”.



“Mis comienzos pueden parecer algo románticos, pero fue bastante duro, resultaba bastante más difícil ganarse la confianza de los bancos para que financiaran nuestros proyectos”

En el plano familiar evoca momentos muy especiales de “cuando mis hijos eran pequeños y cuando regresaban los lunes al colegio, en vez de hablar de dónde habían ido de excursión o a esquiar etc, contaban a sus compañeros los hoteles de su padre que habían estado visitando, y ¡les encantaba! Creo que es así como les inculcamos la pasión por este trabajo”.

Desde sus inicios hasta el año 1984, Gabriel Escarrer mantuvo su empresa dentro del ámbito nacional, fue ese año cuando dio el salto a la escena internacional con la apertura del Meliá Bali, en Nussa Dua, “un destino turístico que nosotros arrancamos en la llamada *isla de los Dioses*. Una experiencia que describe como “una auténtica aventura” y de la que guarda muchos recuerdos y anécdotas. “Se trataba de abrir un hotel en las antípodas de Mallorca, a donde entonces se tardaba un día entero en llegar, y llevando prácticamente todo el equipamiento y mobiliario necesarios para su construcción en barco desde Mallorca y otros puertos muy lejanos”.

Esa primera experiencia en el ámbito internacional no pudo salir mejor, “de la apertura de Bali guardamos un recuerdo extraordinario, pues no solo era el primer hotel internacional, sino también un hotel magnífico que treinta años después sigue acumulando premios a la sostenibilidad, a la calidad y armonía con el entorno. En Bali, aprendimos a respetar y a fusionarnos con las culturas y tradiciones locales, y a este respecto guardamos una anécdota fantástica, puesto que durante el proceso de construcción hubo que trasladar un templo donde se desarrollaba el culto a uno de sus dioses, y antes de poder trasladarlo, nuestra gente estuvo tres días completos con sus noches haciendo oraciones y plegarias. Lo cierto es que todo ello trajo un karma muy positivo al hotel y Bali es aún hoy un referente internacional”.

Bali abrió el camino al Caribe, México y la República Dominicana, al igual que otros hoteleros mallorquines, y en 1990 Meliá también entró en Cuba, siendo la primera cadena internacional en firmar la gestión de un hotel. “Nuestra entrada en Cuba fue también una apuesta importante, pues por aquellos años muchos nos tildaron de locos, pero hoy sabemos que hicimos



“Siempre le he dedicado a la empresa todo el tiempo que ésta ha necesitado, incluso sacrificando un tiempo personal precioso. Nunca he tenido un límite de horas”

lo correcto, y estamos enormemente satisfechos de haber podido formar parte, junto con nuestros socios cubanos, del desarrollo turístico de un destino único y con un gran futuro”.

Tras convertirse en líderes reconocidos en hoteles vacacionales, dieron un paso más “impulsando nuestros hoteles urbanos, entrando en las principales ciudades de Europa: Londres, París, Berlín, etc. y hasta hoy no hemos dejado de crecer. Estamos ya en 44 países y seguimos abriendo nuevos mercados para nuestras marcas hoteleras, y ganando presencia en los principales destinos urbanos y vacacionales del mundo”.

El camino hacia el éxito es duro y no está exento de riesgos y problemas, Escarrer admite que “momentos complicados los ha habido y muchos, una empresa como la nuestra no se levanta sin esfuerzo, y tampoco es fácil mantenerse durante 60 años con éxito continuado y en posiciones de liderazgo. Pero debo decirle que siempre he creído en esta compañía, y en que podríamos asumir los retos, por ejemplo, cuando adquirimos una cadena como Hotala o sobre todo Meliá, que parecían más grandes que nosotros, y fue difícil, pero a la vista está que lo conseguimos”.

Otro reto fue, sin duda, la salida de la compañía a Bolsa, “lo vivimos como un salto cualitativo importantísimo, imagínese a una empresa familiar que entraba en un mundo de máxima exigencia, en cuanto al rigor y a la transparencia requeridos, que además nos ponía en el escaparate, ante los medios y ante la sociedad, de una manera en la que nunca habíamos estado”.

De ese momento, recuerda la “presión, porque hasta entonces Meliá era algo así como un ‘tesoro oculto’ para los inversores, y a partir de entonces fuimos una



“Momentos complicados los ha habido y muchos, una empresa como la nuestra no se levanta sin esfuerzo, y tampoco es fácil mantenerse durante 60 años con éxito continuado y en posiciones de liderazgo”

‘casa de cristal’ con una gran exposición al mercado, pero también con muchísima ilusión, porque sabíamos que era un movimiento que permitiría a nuestra compañía cobrar músculo financiero y crecer haciendo aquello que mejor sabemos hacer: abrir y gestionar hoteles por todo el mundo”.

“Aparte de tener visión y contar con un gran equipo”, Gabriel Escarrer no alberga ninguna duda en relación a las claves que han hecho de su empresa lo que hoy es, “pienso sinceramente que el hecho de mantenernos como una compañía de amplia base familiar, con sólidos valores y una visión de crear valor para sus accionistas y para la sociedad a largo plazo, frente a posibles intereses especulativos, ha influido en nuestra estrategia, nos ha protegido y nos ha hecho más fuertes”.

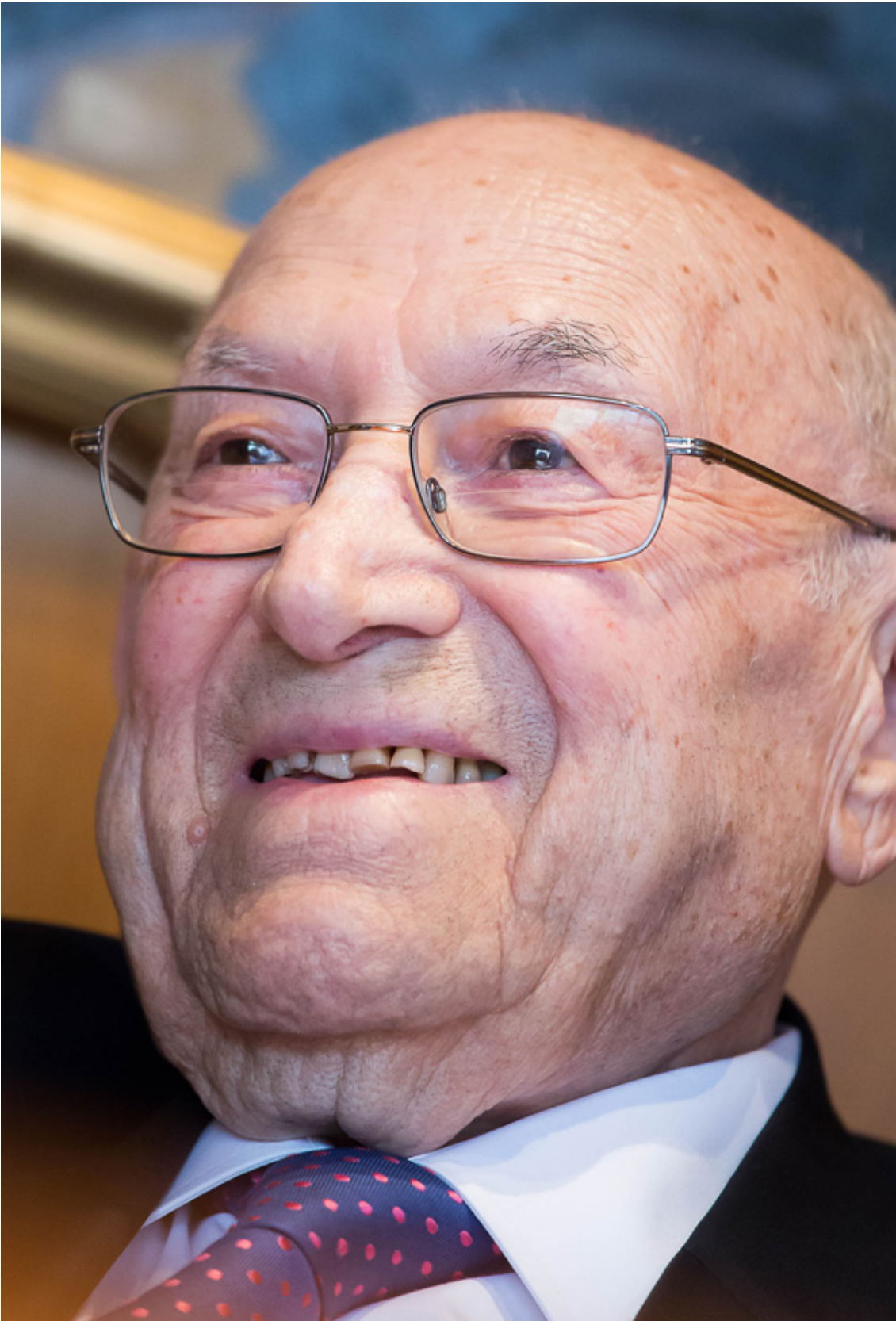
Guarda un recuerdo especial de los inicios de ASIMA, especialmente “la gran ilusión que todos teníamos, el carácter pionero de la Asociación, que en muchos aspectos fue pionera y visionaria como muchos de los empresarios que la formábamos. La FUNDACIÓN ASIMA, por ejemplo, muestra muy adelantada de lo que hoy conocemos como responsabilidad social corporativa, o la creación del primer Instituto Balear de Estudios de Dirección Empresarial, el IBEDE, donde yo mismo cursé en su día un programa Master en el que coincidí con grandes figuras académicas y con grandes amigos empresarios”.

Empresario desde edad muy temprana reivindica el papel de éste en la sociedad: “Es el individuo que asume riesgos de manera proactiva con el fin de crear riqueza y empleos, que es lo que proporcionan las empresas a la comunidad. Los empresarios no sólo son útiles, sino que son absolutamente claves para que podamos tener una sociedad próspera. Desde mi amplia experiencia puedo decirle que una sociedad tiene la altura que tienen sus empresarios”.

“El turismo es nuestra principal fuente de riqueza y a veces, a nuestros políticos les ha faltado altura de miras para aunar esfuerzos con los empresarios en aras de los objetivos comunes; creo que está en juego el bienestar de nuestra sociedad, y por ello hay que evitar a toda costa el divorcio que existe desgraciadamente en ocasiones, entre el sector público y el sector privado”.

Así, reclama a los gobiernos “un claro apoyo a la empresa y a los empresarios, porque es la mejor manera, si no la única, de hacer progresar nuestra economía e incrementar el número de empleos”.

La vida de Gabriel Escarrer ha estado entregada al trabajo, a su familia y a su gran pasión, el turismo. Si echa la vista atrás se considera un hombre afortunado, “la vida me ha bendecido tanto en lo familiar como en lo profesional, y doy gracias por ello. Sin embargo, le diré que siempre he creído que la suerte no te encuentra, sino que hay que buscarla y trabajársela”.

**Antonio Fontanet Obrador**

Grupo Fontanet

“Jamás pensé en arrojar la toalla, yo solo no hubiera llegado hasta aquí, ha sido gracias a los trabajadores”

Setenta años después de que Antonio Fontanet Obrador (Felanitx, 1919) iniciara su negocio vendiendo abono, cereal... a los payeses y comprándoles el excedente que generaban, en unos años muy duros de posguerra, el Grupo Fontanet, con más de 300 empleados y empresas dedicadas a la fabricación de harinas, piensos, cafés, explotación avícola, porcina, vacuno, etc, es uno de los mayores holdings empresariales de las Islas Baleares.

Hombre austero y parco en palabras, Antonio Fontanet, presidente del grupo y aún en activo, ya está a primera hora de la mañana en su despacho ubicado en Piema, en el Camino Viejo de Bunyola, enfundado en su traje impecable y leyendo la prensa del día. Cuando se le pregunta cuál es el secreto para alcanzar tal éxito, le resta importancia, “dicen que he tenido mucho éxito, pero cualquiera que hubiera hecho lo que yo hice habría obtenido los mismos logros que yo”.

Esas palabras dan una muestra del carácter de este hombre hecho a sí mismo, que a sus 97 años no piensa ni por un solo momento en retirarse, “pienso seguir dedicándome a mi empresa mientras viva y vengo a diario. Yo disfruto de venir, del negocio, saber cómo está, la situación de los clientes, qué se compra, qué se vende...”, afirma con rotundidad.

Y es que desde que con 27 años, tras 7 años de servicio militar y de combatir en la Batalla del Ebro, en la Guerra Civil, iniciara el negocio en su Felanitx natal, no ha hecho otra cosa más que trabajar. “Justo al acabar la guerra faltaba de todo y la cuestión era tener mercancía para vender. Pan, aceite, harina, se pasaba hambre y el que no se espabilaba no comía. Era difícil comprar mercancía porque escaseaba, pero venderla no y eso es justo lo contrario de lo que sucede ahora. Así que si tenías género para vender era fácil iniciar un negocio”.

El cierre del puerto de Portocolom allá por la década de los 50, debido al poco calado que tenía y que no podían atracar buques de gran tonelaje, le obligó a trasladarse a Palma y ese fue el momento en el que empezó a incorporar más empresas y a crear el grupo que hoy en día es referente de éxito, “en ese momento, al instalarme en Palma, me dieron permiso para exportar, compré todas las fábricas de pienso de Mallorca y fui ampliando el negocio”. Un negocio que aún hoy sigue creciendo porque en estos momentos comenta que “estamos construyendo una fábrica de harina en el Polígono de Son Morro”.

Trabajador infatigable, aún continúa cotizando como autónomo, algo que considera normal “cotizo desde el primer día que empecé, como trabajo y estoy activo creo que me corresponde pagar y pago. Me gusta cobrar lo que puedo, pero también cumplir con mis obligaciones, aunque sea con el Estado”, comenta entre risas.

Fábrica de Harina en Felanitx, Productos Fontanet, Harinas de Mallorca, Pienso Piema, Auxam, Comercial Isleña, Graninvest, Café Rico, Matisa, son



“Tengo la misma ilusión que cuando empecé, aunque con más años”

algunas de las sociedades que Antonio Fontanet ha ido creando e incorporando al grupo a lo largo de sus 70 años de historia, gracias, como reconoce, “a las personas de confianza que me han ayudado a llegar hasta aquí, yo solo no hubiera llegado a ningún sitio”. En este sentido, admite que para alcanzar metas en cualquier empresa “necesitas establecer una relación de confianza con determinadas personas que te ayuden a llevar la empresa. Yo he sabido delegar y llevarme bien con todos los encargados que he tenido, en toda mi vida he tenido un disgusto con ninguno de ellos”.

Antonio Fontanet fue construyendo su grupo empresarial en pleno boom turístico, sin embargo, nunca se le pasó por la cabeza dedicarse a ello. Él prefirió mantenerse fiel a sus orígenes y continuar como había empezado, vinculado al sector agrícola y ganadero. “Quizá me equivoqué de sector”, pero no se arrepiente de lo hecho, está orgulloso de sus logros empresariales, creando puestos de trabajo y dando ocupación a centenares de familias.

Este hombre práctico para el que las claves de todo buen empresario pasan por tener “una gran visión de futuro, paciencia, esfuerzo” nunca se arredró ante los problemas, “jamás pensé en arrojar la toalla, la mayoría de las cosas que he logrado han sido positivas, lo que no ha funcionado, lo he eliminado”. Y eso lo ha conseguido aplicando el lema que le ha acompañado desde sus comienzos, “siempre se puede mejorar” y “manteniendo la misma ilusión que cuando empecé, aunque ahora tengo más años”.

Ante la crisis, prefirió siempre “bajar márgenes de beneficio para mantener a sus trabajadores”, cuyas antigüedades rozan los 25 y 30 años, y bastantes, de 40, que no han conocido otra empresa que la suya.

Con la experiencia que le otorga más de 70 años al frente de uno de los grupos empresariales más grandes de las Islas Baleares considera que iniciarse hoy en día en el mundo de los negocios no es fácil, “hoy viene justo trabajar y ganar algo con una empresa, los márgenes son justos. Como sobra de todo es muy difícil, si alguien tiene coraje de emprender un negocio pues adelante, pero no es fácil hacer clientes y lo que puede suceder es que te dejes la piel



“Aún cotizo como autónomo, como estoy activo creo que me corresponde pagar”

en el intento. Así como cuando yo empecé era fácil porque faltaba de todo y si sabías comprar y eras buen comerciante salías adelante sin problemas, ahora el problema es que sobra de todo”.

En 2016, fue nombrado Empresario del Año por CAEB, reconociendo así su perseverancia, constancia, su labor en pro del

“Pienso seguir dedicándome a mi empresa mientras viva y voy a trabajar a diario, estaré aquí hasta el final.”



asociacionismo y su compromiso social, un galardón que este hombre sencillo y poco amigo de eventos recogió con emoción y gratitud.

Y es que además de crear un grupo empresarial de éxito, Antonio Fontanet participó en los inicios de la creación de ASIMA hace ahora 50 años: “Fue un gran acierto de aquellos empresarios que decidieron empezar a construir lo que fueron los primeros polígonos de España y yo siempre les apoyé”. 50 años más tarde, se congratula de que “ASIMA sea una organización viva y proactiva en la sociedad”.

Siempre ha estado comprometido socialmente ayudando a colectivos desfavorecidos y compartiendo, tanto a través de donaciones a particulares, como a entidades sociales como la Cruz Roja, Cáritas, Can Gazà y otras de su localidad natal, parte de lo que le ha dado la vida.

Confiesa que “no tiene mayores aficiones que el trabajo”, durante 70 años ha estado dedicado en cuerpo y alma a su negocio y no ha tenido tiempo para distracciones. Admite que siempre se ha cuidado, ha sido metódico y medurado con las comidas y se mantiene en forma, aún hoy camina 20 minutos cada día en una cinta que instaló en su casa.

A sus 97 años no ha dejado de pensar ni un solo día en cómo puede mejorar sus empresas, “sigo tomando las decisiones que son necesarias junto con los jefes”. De cara al futuro admite que “me sabría mal que el grupo se deshaga cuando yo no esté. He tenido compradores, pero qué iba a hacer ¿retirarme? No, yo estaré aquí hasta el final”.

Y le dejamos en su despacho, al pie del cañón un día más, rodeado de los recuerdos de toda una vida dedicada al trabajo y donde un gran cuadro de la finca agrícola y ganadera que posee en Lluçmajor preside la sala recordándole los orígenes payeses a los que ha sido fiel toda su vida.



Francisco Jiménez Pérez

Representaciones Costabella

“Un negocio para el empresario es su vida, forma parte de uno; la recompensa no es más que el resultado del trabajo”

Decidido, emprendedor, perseverante, inconformista... Son adjetivos que definen el carácter personal y empresarial de Francisco Jiménez Pérez, director general de Representaciones Costabella.

Nacido en Talavera de la Reina en 1955, Francisco es el segundo de cuatro hermanos, y él, el único varón. Su padre y su madre trabajaban en una empresa de fermentación y elaboración de tabaco del municipio, pero lo cierto es que las expectativas de progreso para la familia no permitían soñar con un futuro mucho mejor... Eran tiempos duros, difíciles, nada sobraba. En casa, le inculcaron que no se debía comprar aquello que no se podía pagar al momento y que uno debía ser honesto y trabajador.

Ya de niño, Francisco Jiménez sabía que no podría seguir estudiando. De hecho, tampoco le entusiasmaba. Sin embargo, sí tenía ilusión, y muy prematura, por montar una tienda. Era –creía él– una forma de progresar, de ser alguien en la vida. “A los 12 años al finalizar el curso escolar, llegué contento a casa y le dije a mi madre que había encontrado trabajo. Recuerdo el anuncio en una perfumería-droguería: ‘Se necesita muchacho de los recados’. Mi madre se puso contenta, o eso pensé”.

Fue el primero de sus empleos, porque luego siguieron sucesivamente el de camarero (“añadiendo agua al vino y sirviendo chatos y cañas”), y aprendiz de electricista (“aprendí poco, porque a menudo nos encontrábamos incluso sin material para poder trabajar”).

En 1970, hubo un cambio drástico de vida, puesto que la familia al completo se trasladó a Mallorca para labrarse un futuro mejor. En la Isla, el trabajo campaba a sus anchas, en contraste con la región de nacimiento de Francisco. Su padre pudo comprar un coche gracias a un aval del maestro de obra con el que trabajaba. Todo empezaba a cambiar... y para bien.

Ya en Palma, el joven Jiménez empezó a trabajar enseguida, nuevamente como electricista, en la empresa Francisco Benito Delgado. Entre otros trabajos, en la ampliación del cableado del Dique del Oeste o poniendo apliques en los primeros pisos sindicales de ASIMA, en Sa Indioteria.

Posteriormente, vino una etapa en la que fue aprendiz de yesero. Uno de sus primeros trabajos fue en el primer bloque de viviendas sindicales de Son Roca para posteriormente aprender el oficio en la empresa del maestro Tomás Pons. “Pero el trabajo de los yeseros era a destajo: tantos metros hacías, tantos metros cobrabas; era una faena muy dura e intensa físicamente”.

Al cumplir los 20 años, ingresó en el servicio militar como voluntario en el ejército de Aviación en Son Sant Joan. Aprovechaba los permisos y cualquier tiempo libre para trabajar haciendo unos remates y así ganar unas pesetitas, ¡que siempre vienen bien!.

El carácter inquieto y dinámico de Francisco Jiménez le comportó mucho movimiento, mucho cambio, en poco tiempo, pero él lo asumía con naturalidad. “Si no te mueves, nadie te viene a buscar a casa”, razona. Recuerda que “era difícil adaptarse a una sociedad y cultura diferentes, la mallorquina, con su idiosincrasia y su manera de *fer ses coses*, pero con trabajo, perseverancia y seriedad, poco a poco te ibas ganando su confianza”.



“Si no te mueves, nadie te viene a buscar a casa”

A marchas forzadas, se estaba formando en la denominada “universidad de la calle”. En 1977, entró en el mundo de las ventas a través de una compañía de venta piramidal. Hizo presentaciones de negocio en el Hotel Victoria y pronto se dio cuenta de que aquello no funcionaba. Y empezó a vender con un mayorista de droguería. Se movía en un Seat 850 y ya ganaba un salario razonable.

Un año después, en 1978, montó una delegación de fábrica, ubicada en Castellón, en las naves Poima del antiguo Polígono de la Paz (hoy conocido como Can Valero), en el cual almacenaba productos de limpieza, con Bartolomé Sastre de administrador, “un prohombre, un señor muy serio, bien posicionado y muy honesto”. Francisco comerciaba con esos productos varios de menaje y limpieza y hacía absolutamente de todo: descargaba los contenedores a mano, vendía, repartía, cumplimentaba los albaranes... En el 1981, se incendió la fábrica.

Poco después, en 1984, constituyó una sociedad con un compañero, Gabriel Durán, que dio nombre a la empresa, “porque vendía mejor que el nombre de Francisco Jiménez. Es así”. Pero la aventura duró apenas dos años.

Francisco se quedó con la mayor parte de la plantilla (diez trabajadores) y le cambió el nombre a la empresa por el de Representaciones Costabella (“busqué un nombre que sonara bien”, confiesa), y se mantiene hasta nuestros días. “Como el negocio crecía y la nave se le iba quedando pequeña, tuve la ocasión de alquilar otra de las mismas características, pero tenía la misma problemática que la primera; ya que estaban en un primer piso y en bloques separados por una calle. Solucioné el problema ideando y haciendo construir un puente para enlazar los dos almacenes y poder duplicar el espacio de almacenaje, con un mejor acceso en las cargas y descargas; lo cual no era una cuestión menor. El puente, a día de hoy, sigue donde se construyó”.

Con el tiempo, la empresa fue progresando. “Antes era más fácil llegar a un cliente, a pesar de que siempre ha habido mucha competencia. En los últimos años, la globalización ha destruido buena parte del comercio minorista. Las centrales de compras, las marcas blancas... nos han hecho mucho daño a los distribuidores”.

“A mi llegada a Mallorca, trabajé como electricista en los primeros pisos sindicales que hizo ASIMA”

En 1995, tuvo la oportunidad de dar un salto clave y comprar un solar para construir la nave que alberga hoy la empresa, la cual pagó tras vender un solar de su propiedad, aunque en estas ocasiones no se pueda evitar recurrir a entidades bancarias.

Francisco Jiménez tenía una premisa muy clara en sus negocios, una clave: trabajar con dinero propio. “No me ha gustado depender del crédito ajeno. Creo que eso me ha ahorrado muchos problemas”, asevera. “Siempre he intentado trabajar con mi dinero, y siempre he cuidado la economía de mi empresa a diario. Lo he hecho y lo sigo haciendo, yo personalmente”, enfatiza. En este sentido, subraya que Representaciones Costabella goza de buena salud.

Es obvio, en todo caso, que los problemas y las dificultades nunca faltan en la trayectoria de una empresa. Y un momento de especial dificultad llegó en el año 2000, con el denominado y temido ‘efecto 2000’. “Sufrimos un problema importantísimo con el cambio en la instalación informática. Nos las vimos y deseamos para salvar aquella situación. Veía a los trabajadores, exhaustos, trabajando hasta las diez de la noche muchos días para sacar la faena adelante. Fue una auténtica pesadilla”.

Aquello, para su empresa, fue más duro que la crisis del 1992 o de 1995. Al ver las orejas al lobo, Francisco Jiménez decidió escindir en dos vertientes su empresa: por un lado, la nave; por otro, el apartado comercial. Además, y como quiera que le gusta moverse, explorar nuevos terrenos, se introdujo (allá por 2006) en el negocio de la promoción y la construcción de viviendas. “Aquella fue una incursión errónea, debido al momento en el que se inició”, lamenta.

Y añade que “un negocio para el empresario es su vida, forma parte de uno, la recompensa no es más que el resultado de tu trabajo, la consecuencia de hacer las cosas bien”. Lo que más valora en un trabajador (y tiene 16 hijos más algún autónomo) es que esté siempre que se le necesite, que sea constante, que se pueda contar con él. En todo caso, Francisco Jiménez, ante la disyuntiva de la imposición o el ejemplo, opta por lo segundo. Por ello, cada día a las seis de la mañana es el primer miembro de la empresa en llegar y en abrir las puertas y encender las luces.

“El único secreto para paliar los efectos de la crisis es la austeridad, el máximo aprovechamiento de los recursos y más implicación que nunca”

Por otra parte, explica que el único secreto para paliar los efectos de la crisis actual es “siendo austeros, aprovechando los recursos al máximo y con más implicación que nunca”.

De esta manera, bajo el liderazgo de un hombre hecho a sí mismo y batallador como pocos, la empresa Representaciones Costabella se dedica, hoy como antaño, a la representación y distribución de productos de alimentación y limpieza, a grandes clientes, en calidad de distribuidor por cuenta de las fábricas que llevan depositando su confianza en él, durante más de 30 años y como mayorista llegando a todos los rincones de la Isla. “La vida del empresario es así, te tienes que ir reubicando, readaptando a las necesidades y a los cambios”.

Siendo la empresa una de las grandes pasiones de su vida, a Francisco Jiménez le fascina también el paisaje de Mallorca, que conoce bien porque su principal afición para su poco tiempo de ocio es el senderismo. Paso a paso, Francisco ha llegado lejos: en la montaña y en el mundo empresarial.



“No me ha gustado depender del crédito ajeno. Creo que eso me ha ahorrado muchos problemas”

Mariano Juan Servera

Comercial Mariano Juan

“Yo he nacido para ser comercial. No me quiero morir en una butaca o en el sofá”

El lema de Mariano Juan Servera es “hacer las cosas bien”. Bajo esta filosofía empresarial y vital, es más fácil triunfar. Y se puede decir, con arreglo a los hechos, que este comercial de vocación ha triunfado en ambos estadios. Su vida comenzó en agosto de 1937; es decir, en plena Guerra Civil, siendo el octavo de diez hermanos.

Antes de la Guerra Civil, sus padres regentaban el Hotel Nacional en un Paseo Marítimo que nada tiene que ver con el que hoy conocemos. “Tenías acceso directo al agua del mar, era cristalina, maravillosa. Era fácil coger centollos y demás marisco”.

Huérfano de madre a los diez años, también perdió a una hermana de tifus. Eran años muy duros, muy severos. Con la Guerra Civil, el Hotel tuvo que interrumpir su actividad, para retomarla años más tarde, hacia 1946. En 1953, tenía 137 habitaciones, a las que se sumaron 40 anexos para dar cabida a todas las peticiones existentes. “Muchos de los clientes, del orden del 30 por ciento, eran representantes catalanes”.

Asimismo, allá por los finales de los cincuenta, los ingleses copaban muchas de las plazas existentes. “Era una clientela fiel, educada, con dinero y con clase, que desayunaba, comía y cenaba en el hotel. Los caballeros no se qui-

taban la corbata para entrar en el comedor ni tan siquiera en los meses de julio y agosto”, rememora Mariano Juan. “Entre todos, fomentábamos un ambiente muy agradable, éramos casi como una familia”. Se solía jugar a bridge, el té era poco menos que obligado y la orquesta del hotel no fallaba a su cita diaria. A todo esto, Mariano supo ver rápidamente la importancia de los idiomas como elemento para ganar terreno en los negocios.

“En el hotel no teníamos vacaciones. Los hermanos que permanecíamos solteros vivíamos en él y ayudábamos en aquello que nos mandaba mi padre. Cuando has mamado algo durante mucho tiempo, lo tienes más fácil”. En todo caso, después de trabajar sus buenas horas en el negocio familiar, y a pesar de su juventud, Mariano Juan hacía ya sus pinitos como comercial, vendiendo bolígrafos, muñecos de fieltro... Apenas dormía. “Siempre he sido muy inquieto”.

Su padre vivía por y para el trabajo, por y para la familia. “Recuerdo que solía decir: *‘S’ha de menjar poc i pair bé’*. De su progenitor, Mariano Juan aprendió muchas lecciones, del mismo modo que él las ha impartido a sus vástagos. Una de esas lecciones es no rendirse nunca.

En todo caso, con el denominado *boom* turístico en Mallorca de finales de los años cincuenta y principios de los sesenta, empezó el principio del fin para el Hotel Nacional. “Empezó a llegar turismo de *alpargata*, y el bufet lo rompió todo. Cambió por completo la relación con los clientes”. Finalmente, el Hotel Nacional cerraría sus puertas (esta vez sí, de un modo definitivo) en 1974.

Licenciado en Peritaje Mercantil, carrera que estudió en Barcelona, Mariano Juan firmó un “doble contrato” en 1962; es decir con sólo 25 años. Los dos de gran importancia en su vida. Por una parte, consiguió la representación para Mallorca de la empresa Porexpan (para el aislamiento de frío y calor), con gran acogida entre particulares y, sobre todo, en la moderna planta hotelera y de aquel entonces. De hecho, Porexpan es de aquellas pocas marcas que han dado nombre a un producto, al ser pioneros.

Por otra parte, se casó con Isabel Costa: “Una mujer maravillosa, que siem-



“Recuerdo que mi padre solía decir: *‘S’ha de menjar poc i pair bé’*”

pre me ha ayudado en mi desarrollo como empresario, ha sido un bastión imprescindible. Ha sido y es comprensiva ante mis largas horas de trabajo, siendo ella misma muy trabajadora y comprometida”.

En los negocios, Mariano Juan no cejaba en su intento de buscar nuevos retos, nuevas oportunidades; eso sí, siempre en el ámbito industrial. Así, en los albores de la democracia, en 1977, Juan volvería a ser un introductor de un producto que le tendría que dar mucho trabajo y mucho rédito desde el punto de vista empresarial: el polietileno reticulado o (en otras palabras) tubos de plástico para la conducción de agua fría y caliente, unos tubos que vendrían a sustituir al hierro y al plomo. Ese fue el espaldarazo definitivo para la empresa. “La demanda se hizo tan importante, que prácticamente no dábamos abasto”.

A día de hoy, estos sistemas de tuberías se instalan en Mallorca y en muchos países del mundo, sobre todo a empresas mallorquinas hoteleras, que saben del nivel de competitividad y solvencia de Comercial Mariano Juan, que así se denomina la empresa. En todo caso, Juan actúa como intermediario, aplicando una vieja máxima que siempre ha tenido en su cabeza: “Comprarás y venderás, pero jamás fabricarás”.

El hecho de que la materia prima sea de primerísima calidad le otorga, en opinión de Mariano Juan, una importante ventaja competitiva en un mercado cada vez más complicado y difícil, cada vez más globalizado. “Hay productos que se venden muy baratos, porque se han elaborado en países como China, donde la mano de obra es también muy barata. Pero luego hay que valorar la calidad del producto. El nuestro es un producto único, de calidad y seguridad, con 20 años de garantía”.

Comercial Mariano Juan tuvo su primera sede en la calle Pasqual Ribot, de Palma, y se trasladó al Polígono de Son Castelló a principios de los años ochenta, con varias naves que suman unos 2.400 metros cuadrados.

Cuando se le inquiera por el secreto del éxito empresarial, Mariano Juan, humilde y agradecido, se acuerda de los consejos que le dio su cuñado “de Olot”. Era uno de los cabezas visibles de la Banca March y le instruyó en el manejo del dinero. “Me dio un consejo fenomenal para mí: que montara un banco en mi casa, para no depender de dinero externo. Entonces, se funcionaba con letras de pago y me hizo ver las ventajas de no llevarlas enseguida al banco. “Todo el tiempo que las mantengas, son intereses que ganas”, me dijo”.

“Siempre he tenido en mi cabeza la frase: ‘Comprarás y venderás, pero jamás fabricarás’”

Además, le recomendó imponer el sistema de pronto pago. “Ganabas tiempo y dinero con esta manera de funcionar”. En definitiva, su pariente le hizo ver hizo ver que una cuestión primordial era contar con liquidez.

En paralelo a los negocios, también la familia de Mariano Juan creció. De su matrimonio, nacerían sus tres hijos, Tomeu, Pedro y Mariano, y los tres están a día de hoy en la empresa. “Lo cierto es que la armonía que hay entre ellos, que estén bien avenidos y que sean serios y responsables me satisface tanto o más, desde el punto de vista de padre, que el éxito que pueda tener la empresa”, asevera emocionado.

Tomeu se encarga de la informática y administración; Pedro, de los créditos y cobros, y Mariano, de compras y ventas. Es el menor el que, además del nombre, más ha heredado el carácter empresarial de su padre, a decir del propio progenitor. “He sido duro como padre, -confiesa- pero creo que mis hijos me lo han acabado agradeciendo. A la hora de tomar decisiones, lo hablamos y lo discutimos todo. Tengo una familia muy unida, y eso supone un orgullo para mí”.

También se siente muy satisfecho al ver que se acercan actualmente a su empresa para saludarle, personal que tuvo trabajando en el hotel. El valoraba y valora en sus empleados que sean honrados, trabajadores y serios. En la actualidad, la empresa cuenta con diez trabajadores.

La crisis, al estar la empresa fuertemente vinculada al mundo de la construcción, también ha afectado a Comercial Mariano Juan. “Creo que en mi etapa como empresario he pasado cinco crisis, pero debo decir que como esta última, por su dureza y duración, ninguna. Pero no queda otra que tira, tira, adaptarnos a la situación del momento y resistir”.

Más allá de las crisis, en los negocios (como en la vida misma), Mariano Juan ha coincidido con personas de todo tipo, desde auténticos señores a cretinos o sinvergüenzas. Recuerda, sin dar nombres ni detalles, circunstancias muy duras que le ha tocado vivir en el momento de reclamar, por ejemplo, el cobro de un trabajo hecho. “Creo que se puede ser buena persona y triunfar en los negocios, pero está claro que también hace falta tener carácter. Mi padre lo tiene”, apunta Tomeu, el hijo mayor.

Asimismo, hace falta arrojo, determinación, voluntad para el esfuerzo...

“Mi cuñado me dio un consejo fenomenal: que montara un banco en mi casa, para no depender de dinero externo”

Mariano Juan ha tenido esos valores a lo largo de toda su vida, y sigue haciendo gala de los mismos. “Yo he nacido para ser comercial. No me quiero morir en una butaca o en el sofá”.

Su tiempo de ocio, además de dedicarlo a esposa, hijos y sobrinos, Mariano Juan lo invierte produciendo aceite en una finca que tiene en Valldemossa. Su hijo mayor le retrata con una palabra. “Es así como le veis, un *nirvi*”.



“A la hora de tomar decisiones, mis tres hijos y yo lo discutimos todo. Tengo una familia muy unida, y eso supone un orgullo para mí”.

Alfonso Jurado Nigorra

Nissan-Nigorra Baleares

“La apertura de Nissan-Nigorra Baleares fue un impulso más sentimental que empresarial, un homenaje a mi madre”

“Recuerdo que era el niño que iba al colegio con más parches en los vaqueros”. A Alfonso Jurado Nigorra (Madrid, 3 de enero de 1960) se le dibuja una sonrisa en la cara cuando recuerda esos primeros años de infancia en su Madrid natal, los duros comienzos de su abuelo como jefe de taller de Citroën en el 47, en plena posguerra y, posteriormente, cuando su padre montó un taller de 250 metros cuadrados en el centro de la capital, en el cotizado barrio de Salamanca, el mismo lugar donde aún hoy él continúa al frente del negocio familiar, sólo que ahora abarca una superficie de 14.000 metros cuadrados.

Una sombra de nostalgia asoma a sus ojos azules cuando rememora esas noches de su niñez en las que su madre aprovechaba para remendarle los pantalones. “No había dinero para ropa, todo era para pagar las piezas necesarias para que el taller funcionara y la casa. En aquellos años todo se sacaba adelante con mucho esfuerzo, trabajando sábados y domingos, era una situación muy complicada, fue muy duro, pero yo lo recuerdo con mucho cariño”.

Ese tesón, esa pasión y entrega por el trabajo, es lo que ha llevado a la familia Jurado a poner una piedra tras otra en un negocio que a lo largo de casi 70 años de historia ha ido creciendo y consolidándose desde el pequeño taller inicial a una posterior concesión de Citroën y Peugeot, que mantuvieron durante años, hasta que en 1985 obtuvieron otra de Renault, momento en el que Alfonso Jurado ocupa la gerencia de la empresa y amplían las instalaciones abriendo un nuevo concesionario en la calle Alcalá.

El haber expandido la empresa familiar, ser el único concesionario Renault instalado en pleno centro de Madrid, en los barrios de Salamanca y Retiro, con unas instalaciones que a día de hoy ocupan un total de 20.000 metros cuadrados, es algo que llena de orgullo a Alfonso Jurado. Por ese motivo le ha hecho especial ilusión su reciente nombramiento como presidente de la Agrupación Nacional de Concesionarios Renault. “Es un reconocimiento a la labor desarrollada durante estos años”.

Una noche, hace aproximadamente 11 años, durante una cena de trabajo en París, alguien le comenta que el concesionario de Nissan en Palma está atravesando por un momento complicado. El corazón le dio un vuelco, “estaba muy reciente la muerte de mi madre, hacia un mes que había fallecido y se me removió todo”. A la mañana siguiente llegó al aeropuerto Charles de Gaulle para volver a casa y la decisión que tomó en ese momento marcaría el inicio de una nueva aventura empresarial para Alfonso Jurado.

Con gran emoción recuerda que ese día, cuando llegó al aeropuerto parisino, tenía dos opciones, “salía un vuelo directo para Madrid y otro para Palma y no me lo pensé dos veces. Cogí el avión a Palma, alquilé un coche y me puse a dar vueltas por el polígono hasta que encontré el concesionario de Nissan. Entré, me presenté al dueño y ahí empezó todo”.

Fueron nueve meses intensos, de duras negociaciones, “fue muy complicado negociar con la propiedad, que estaba en quiebra. Me apetecía mucho sacar ese proyecto adelante como homenaje a mi madre, mallorquina de origen, estaba todo muy fresco entonces”. El recuerdo de su madre le hace parar por un instante para a continuación añadir “bueno, sigue estando fresco, la pérdida de una madre es algo que tienes presente cada día”.

Admite que “fue un impulso más sentimental que empresarial, sentí que era el momento, aunque todo pasó por intensas negociaciones y por crear un plan de viabilidad porque no era cuestión de arrastrar y poner en peligro a la empresa que ya teníamos para crear una nueva”.

“Fueron muchas noches sin dormir”, recuerda Alfonso Jurado, “las negociaciones con Nissan fueron muy complicadas, me costó mucho trabajo ponerle Nigorra porque Nissan no entendía ese nombre. Nigorra es un apellido muy mallorquín y, además, era el apellido de mi madre”.

“De pequeño era el niño con más parches en los vaqueros, no había dinero para ropa todo era para pagar las piezas del taller”

Transcurridos once años desde aquella aventura, ahora se alegra cada día de haber tomado aquella decisión en el aeropuerto de París. “Se me llena el corazón cada vez que vengo a Palma, es un sitio amable, donde me reciben con cariño, porque aunque yo vivo fuera y he nacido en Madrid y –admite entre risas- aquí seré *foraster* hasta que me muera, este proyecto es muy ilusionante. Con la apertura de estas instalaciones el año pasado hemos ganado en imagen, en modernidad, en servicio al cliente”.

Y es que Alfonso Jurado mantiene un vínculo muy fuerte con Mallorca. Su tatarabuelo materno era el veterinario de una duquesa mallorquina que tenía tierras en Extremadura y hasta allí se trasladó a trabajar, “por necesidad, por hambre”, recalca. La familia ya nunca regresó a su amada y añorada Mallorca. Sin embargo, su madre siempre fue fiel a sus orígenes y supo inculcarles a los suyos su amor por *sa roqueta*.

“Siempre veníamos a Mallorca tres veces al año, en Navidad, Semana Santa y tres meses en verano. Imagínate lo que era venir a la Isla en los años 50 y 60. Cogíamos el 600 hasta Valencia, embarcábamos el coche, que entonces aún se subía al barco con una red, una aventura”.

Atesora buenos recuerdos y grandes amigos de los veranos de su infancia en Mallorca, “son como hermanos para mí” y su relación con la Isla sigue siendo intensa, “mi padre aún pasa un mes o mes y medio cada año aquí. Conservamos la casa de Sant Joan, el pueblo de mi madre; otra casa que compramos en Can Pastilla, en los años 60, que en aquel entonces estaba junto al mar y ahora se ha quedado junto a la iglesia, y otra al lado del hotel Maricel, que compré cuando me iba a casar con una mallorquina, pero –comenta entre risas- me dejó por uno de Mozambique”

Que Alfonso Jurado es una persona sencilla, cercana, se aprecia en el modo en el que va estrechando manos, repartiendo saludos entre empleados y los clientes que están en el concesionario. Acostumbrado a saber delegar es consciente de que la clave del éxito de su empresa es el equipo humano, 240 trabajadores en todo el grupo, de los que algo más de 60 están en Baleares “y creciendo”, apostilla.



“No me gustaría morirme pensando que he dejado de hacer algo por miedo, porque no me he atrevido o no he tenido tiempo”

“Un empresario solo no es nadie, no sirve para nada. Tú puedes ser estu-
pendo, pero solo no vas a ningún sitio. Yo me voy a Madrid, Sevilla, París y
estoy muy tranquilo, sé que mi empresa está perfectamente representada,
dirigida y, a lo mejor, el que sobra aquí soy yo”. Por eso es poco amigo de los
protocolos con sus empleados, “mi número de teléfono móvil lo tiene desde
la señora de la limpieza hasta el director y estoy disponible para hablar de
cualquier tema que surja o les pueda preocupar. Tal vez no solucionamos
nada, pero como no le cobro como psicólogo, la persona se queda más tran-
quila y yo hago mi trabajo, que la empresa funcione y esto vaya para ade-
lante, porque las empresas nunca son viejas, el que puede envejecer soy yo,
pero la empresa siempre se está actualizando”.

En este sentido, si hay algo que no le gusta en absoluto es que le bailen el
agua. Admite que en las reuniones de trabajo le gusta ser uno más “yo apor-
to mis ideas y dirijo, pero siempre y cuando ellos estén convencidos de lo
que se está decidiendo. Yo he venido a Palma a reuniones y me he ido sin
nada, me han tirado por tierra todo lo que traía, me he encontrado en el ae-
ropuerto de vuelta a Madrid un poco de-
cepcionado porque venía muy ilusionado
con mis ideas pero, al mismo tiempo, con-
tento de que haya personas que me digan
que no tengo razón. A mí la gente que me
aporta cosas es la gente que me dice no, la
que me dice sí y mueve el rabo como los pe-
rritos no me sirve para nada”.

Además de saber rodearse de un buen
equipo, apunta a otras dos premisas como
claves del éxito, tener una constancia casi
enfermiza, “yo nunca he ligado por guapo,
sino por pesado” y mirar siempre hacia
adelante. En este sentido afirma que no se
arrepiente de nada de lo hecho. “De lo úni-
co que me puedo arrepentir en esta vida es
de lo no hecho. No me gustaría morirme
pensando que he dejado de hacer algo por
miedo, porque no me he atrevido o no he
tenido tiempo. A mi gente siempre le digo
que se equivoque. Yo necesito gente que
tome decisiones y se equivoque, tienen
autonomía, permiso y todo mi cariño para
equivocarse todo lo que quieran”.

La crisis que se ha prolongado durante
años ha dejado a muchas empresas y a mu-
chos trabajadores cualificados por el ca-



**“A mi gente siempre le digo
que se equivoque. Yo necesito
gente que tome decisiones y se
equivoque”**

mino. Sin embargo, desde la experiencia acumulada a lo largo de los años,
anima a todas aquellas personas que deciden emprender, “aunque en las
circunstancias actuales hay que ser muy valientes”, remarca. Cree que con
constancia y sobre todo “con cabeza” es posible sacar un negocio adelante,
“es una manera muy digna de labrarse un futuro”, afirma.

Igualmente opina que la experiencia es
un valor añadido y nunca debería ser
un impedimento para que las empresas
contraten personal. Y él predica con el
ejemplo, esa misma tarde va a entrevistar
a una persona de 52 años para un puesto
vacante.

Con esa intensidad en su trabajo y sus idas
y venidas entre Madrid, Palma y el resto
de viajes por motivos laborales, siempre
ha sabido reservar un espacio para lo
personal. Casado y padre de una hija de 15
años, nada le llena más que verla feliz, por
eso entiende que su labor es la de “apoyar-
la para que en un futuro sea lo que ella
quiera, como si quiere poner una tienda
de ultramarinos. Yo soy feliz con lo que
tengo y me parecería muy egoísta por mi
parte querer imponer a una persona lo
que me gusta a mí”.

También tiene un hueco diario para dedicarse a él mismo, “nadar y caminar
para desintoxicarse” y a la cita a la que no falta ningún verano es a la del
Camino de Santiago. “Necesito mis 10 días de Camino de Santiago. Hago unos
20 kilómetros diarios a pie y me gusta ir solo porque no soy una persona de
ritmo constante. Me gusta pararme, a lo mejor había previsto llegar a un
sitio por la noche y llego al día siguiente porque me he parado a contemplar
un paisaje que me ha gustado”.

Persona comprometida, a Alfonso Jurado le gusta devolver a la sociedad par-
te de los beneficios que obtiene con sus empresas. “Nos gusta participar en
eventos deportivos, culturales, de ocio, en temas destinados a las familias”.

Su reto es seguir creciendo “porque las empresas no tienen edades, así que
mi proyecto es de futuro, seguir profesionalizando la empresa. Me voy muy
tranquilo cuando dejo Palma, porque tengo un equipo magnífico y aquí lo
hemos logrado. Cuando la gente se involucra en tu empresa, tú sobras”.

**“Un empresario
solo no es nadie. Yo
sé que mi empresa
está perfectamente
representada,
dirigida y, a lo
mejor, el que sobra
aquí soy yo”**



Melchor Mascaró Riera

Melchor Mascaró S.A.

“He trabajado mucho cada día durante las horas que hiciera falta, excepto los domingos. Eso sí, si tenía que ir a ver a algún cliente, iba”

“No es ingeniero, pero es ingenioso”. Es una frase que se ha aplicado muchas veces a Melchor Mascaró, uno de los grandes empresarios que ha dado Mallorca en los últimos años, especializado en el mundo de la construcción y en las grandes infraestructuras. De igual modo, una máxima que ha intentado aplicar a lo largo de su intensa actividad profesional fue siempre la siguiente: “Si una cosa tiene solución, la buscamos; si no la tiene, no vale la pena perder más tiempo ni preocuparse en exceso”.

Nacido en 1931 en Manacor, fue el menor de seis hermanos en una familia de *Fora Vila*, dedicada, por tanto, al campo. Un trabajo muy sacrificado, en el que escasean (si llega a haberlos) los días libres o de vacaciones. En todo caso, al menor de los Mascaró no le desagradaba aquella vida. De hecho, estuvo implicada en la misma hasta los 24 años.

Jovencito, con la formación mínima a sus espaldas, pero con un entusiasmo y una determinación que no abandonaría jamás en su vida, a temprana edad Melchor Mascaró adquirió junto a uno de sus hermanos Juan y a la suegra de éste un tractor-oruga, con cadenas. Así, por cuenta propia, empezó a trabajar con gran entusiasmo modificando fincas (arrancando árboles, labrando la tierra a gran profundidad...) durante ocho años, en fincas de Manacor y alrededores. Incluso llegó a diseñar (y usar, claro está) un gran arado basculante.

“En aquel tiempo casi no se veían tractores, de modo que la gente nos esperaba como si llegara un circo. Nuestro trabajo era visto como un espectáculo, y yo –la verdad- me lo pasaba en grande”, recuerda emocionado.

Para conducir semejante vehículo, Melchor tuvo que obtener un carnet especial, tras unos intensivos cursos para tractorista realizados en 1955 en Felanitx. El Ministerio de Agricultura los organizaba para fomentar y potenciar la agricultura. Era el denominado Plan Especial de Capacitación Agropecuaria. El caso es que empezaron pocos y acabaron menos... Entre ellos estaba Melchor Mascaró, que ya mostraba especiales habilidades para la mecánica. “Aprendí cosas en aquel cursillo que muchos mecánicos de profesión no sabrían jamás. En ese cursillo, por ejemplo, pude ver y estudiar el primer motor de mi vida”. Además, el aprendizaje en aquel caso estaba pagado, y bien pagado, a razón de 50 pesetas por día, cuando cualquier trabajo en *Fora Vila* no solía sobrepasar las 20.

“Lo que iba ganando, lo ahorrraba”, afirma. Ése, el ahorro, y la reinversión de los beneficios sería uno de los grandes pilares que harían de su empresa una de las referencias de Mallorca. Otro, sin duda, era el hecho de trabajar y trabajar sin desmayo. “Mi principal afición era el trabajo. Recuerdo que en alguna ocasión encadené dos jornadas de trabajo sin tiempo para dormir. La época de labranza se tenía que aprovechar debidamente. Empezábamos a trabajar a las seis y media de la mañana”.

En 1956, Melchor empezó el noviazgo con Antonia Martorell, que sería su esposa de toda la vida (contrajeron matrimonio en 1960) y madre de sus cuatro hijos: Antonia, María, Jaime y Juan.

En casa, la madre cosía y tejía jerséis y otras piezas de ropa a los niños para no gastar. La austeridad fue siempre un patrón de comportamiento en los Mascaró, tanto en la familia como en la empresa. “Mis padres han formado un buen tándem toda la vida”, afirma la primogénita, Antonia.



“En el año 55 hice un cursillo para tractorista, y además de formarnos, nos pagaban 50 pesetas al día”

Por su parte, Melchor Mascaró y su esposa se confiesan “orgullosos” de la unión que siempre ha mostrado la familia, en los momentos buenos, en los regulares y en los malos, que también los ha habido. “La unión hace la fuerza” ha sido el lema que define a la familia y a la empresa de Melchor Mascaró. La relación entre los hijos y sus padres es extraordinaria. “A pesar de estar juntos a lo largo de la semana en la empresa, mis hijos en fines de semana siempre hacen por coincidir”, afirma Melchor.

Desde un principio, la empresa empieza a hacer excavaciones y a adquirir maquinaria pesada, un hecho que, a futuro, siempre marcaría la diferencia respecto de la competencia en el sector. Era el factor diferencial de Melchor Mascaró SA.

En este contexto, Mascaró se decidió a comprar un segundo tractor. Era una época en la que todo escaseaba, y Mallorca, como isla, se veía desabastecida de muchas materias primas. Así las cosas, Melchor, acompañado de su motocicleta, se fue en barco hasta Valencia, y de ahí hasta Sevilla para comprar el vehículo. “Recuerdo que llovió mucho y que pasé un frío horrible, como nunca. En un momento dado, me bajé de la moto y me dediqué a correr unos cinco minutos para entrar en calor”.

Recuerda también que, al comprar el tractor, ya tenía obra contratada para amortizar la inversión o bien estaba a punto de conseguirla. Melchor Mascaró no dejaba nada al azar. De la misma manera que siempre ha estado a pie de obra, en los buenos y no tan buenos momentos.

Melchor Mascaró fue siempre exigente con él mismo y con sus hijos y empleados. Pero por muy mal que estuviera una situación o grave fuera un problema, él sabía estar, comportarse ante los suyos, nunca perdió los papeles. Para tratar a los empleados, en lugar de hacer una crítica directa, decía las cosas de un modo sutil, amable, para que el trabajador de turno rectificara. Y, normalmente, lo lograba.

Inteligente, emprendedor, audaz, valiente, tenaz, optimista... Él mismo reconoce, sin embargo, que la clave del éxito está en la constancia. “He trabajado mucho cada día durante las horas que hiciera falta, excepto los domingos... Eso sí, si tenía que ir a ver a algún cliente, iba”, matiza. Y su esposa, a su lado, concluye: “Como si eso no fuera trabajar...”. Nunca tomó vacaciones hasta casi los 60 años. Su vida ha sido su trabajo.



“Recuerdo que en alguna ocasión encadené dos jornadas de trabajo sin tiempo para dormir”

Entre sus múltiples recuerdos laborales, uno le permite reseñar que, en los años sesenta, se pagaba el sueldo cada semana y en sobres. Nunca Melchor Mascaró dejó de cumplir ese compromiso, ni tan siquiera en los peores momentos. Por ejemplo, cuando hubo de afrontar una dura crisis en los años setenta. Pidió un crédito de ocho millones, “y tuve que devolver 23”, pero nunca dejó de pagar una nómina. Ése, el del compromiso con todos los empleados, ha sido otra de las máximas de Mascaró.

Otro hecho da cuenta de la forma de ser de Mascaró en casa y en la empresa. Sus cuatro hijos, durante largo tiempo, tuvieron un sueldo inferior a los del resto del equipo directivo. Un momento clave en la vida de Melchor, que marcó un antes y un después, fue con la contratación del primer ingeniero, elección muy certera porque ambos se complementaron a la perfección: uno se ocupaba de los presupuestos y de toda la documentación necesaria para trabajar con la Administración y los clientes privados, mientras que el otro se encargaba de la producción. Con el tiempo se fueron incorporando más técnicos. La compañía fue creciendo y pudo presentarse (de forma individual o bien integrada en una UTE) a concursos cada vez más importantes por su importe económico.

Desde 1975, en todo caso, la empresa estaba constituida como Sociedad Anónima. Así, entre las obras acometidas por Melchor Mascaró SA individualmente o bien integrada en una UTE, destacan el Parc Bit, la depuradora en Maó-Es Castell (Menorca), la de Calas de Mallorca, Vilafranca, Artà, la ampliación de la de Pollença, Capdepera, el muelle del Port de Pollença, de Cala D'Or, del Club Náutico de la Colonia de San Pedro, el controvertido Palma Arena, las obras para la reapertura de la línea ferroviaria Inca-Manacor, además de un sinfín de urbanizaciones como Son Fuster, Son Ferragut, Ca's Capiscol, Cala Marmacen, los polígonos industriales de Son Rossinyol, Son Valentí, Marratxí, Manacor ...

En todo caso, siendo el mercado principal Mallorca, y realizando cualquier tipo de obra que surgiera en aquel momento, la empresa tuvo que ampliar sus ámbitos de actuación. “Había que estar atentos a todo”. Así, además de la construcción, abordó otro segmento del mercado, los servicios. Se inició en el mantenimiento de depuradoras y de carreteras, y la jardinería para el Ayuntamiento de Manacor, ya que en la empresa tenían experiencia en ese campo porque venían trabajando en el mismo en las diferentes obras.



“No supe lo que eran vacaciones hasta casi los 60 años”

Siguieron con la recogida de residuos, limpieza de calles, gestión de puntos verdes. Por otra parte, “al ser una empresa familiar, con una estructura muy plana, hemos sido lo suficientemente flexibles para cambiar con rapidez y adaptarnos a las necesidades del mercado”.

En su momento más álgido, la empresa Melchor Mascaró llegó a tener 1.000 empleados directos; en la actualidad, está en los 800. En los últimos años, como consecuencia de la durísima crisis económica, la actividad en la construcción es más competitiva y el precio ha sido el factor decisivo en cualquier obra, las dificultades para seguir adelante han sido muchas. Por ello, para Melchor Mascaró, es un gran motivo de orgullo haber podido mantener estos 800 puestos de trabajo a pesar de todas las dificultades, precisamente porque la compañía –en su forma de ver– es mucho más que eso, forma parte de la familia.

Antonia expone que una empresa como Melchor Mascaró que facturaba 100 millones de euros no puede disminuir exponencialmente su nivel de facturación en un corto período de tiempo, porque hay unos gastos predeterminados que se tienen que cubrir sí o sí. Así, uno se puede imaginar el ingenio que había que poner sobre la mesa ante la deuda que la Administración (o mejor dicho, de las distintas administraciones) contrajeron con la empresa. “Con la llegada de la crisis, tenían contraída una deuda con nosotros de 42 millones de euros”. Por ello, en los años 2007-2008 los responsables de la empresa tuvieron que buscar nuevos mercados. Por ejemplo, Uruguay o Túnez.

Con todo, a pesar de las mil y una dificultades atravesadas en los últimos tiempos, en Melchor Mascaró SA hay palabras para la esperanza. “Aún arrastramos la crisis, pero hemos sabido capear el temporal, que ha sido muy fuerte y duro. Ahora estamos inmersos en rehabilitación de hoteles, en construcción de viviendas de lujo... Luchando, como siempre”. Conscientes, eso sí, del peaje personal y familiar que han tenido que pagar se plantean el paso de la tercera generación de los Mascaró a la empresa con dudas. “Ya se verá...”.

Toda la familia es igualmente consciente, en todo caso, de que Melchor Mascaró Riera es un personaje único, irrepetible. A los 65 años, se jubiló oficialmente, aunque de hecho nunca ha dejado de estar pendiente de todo lo que se vivía en la familia y en la empresa. Todos resaltan en él su bonhomía y su carácter emprendedor. Un carácter que forjó la historia de un gran empresario, hecho a sí mismo, que llevó a su empresa a lo más alto, sin renunciar a sus orígenes.

“Al ser una empresa familiar, hemos sabido cambiar con rapidez y adaptarnos a las necesidades del mercado”

Jesús E. Nieto Carrió

Frigoríficos Mallorquines, Frima

“La constancia y la voluntad para aprender a diario son los elementos que te ayudan a tener éxito empresarial”

“Mi abuelo fue un militar destinado a Mallorca que falleció con solo 24 años. Mi padre iba a seguir su carrera, pero la Guerra Civil le rompió los planes. Así, llegado el momento de ganarse la vida, se introdujo en el mundo de los negocios, junto a unos catalanes, en nuestra planta baja del marinero barrio palmesano de Santa Catalina. Eléctrica Comercial Colominas se llamaba la empresa”. Así empieza relatando Jesús E. Nieto el vínculo familiar con Mallorca y con el mundo del comercio.

Nacido en Palma en 1941, Jesús es el menor de tres hermanos, “y el más tonto”, comenta jocosamente. “El mayor fue suboficial del Cuerpo de Bomberos; el mediano y más listo, funcionario del Ayuntamiento de Palma; y luego estoy yo, un empresario que tiene que luchar cada día para salir adelante”.

Recuerda asimismo una frase lapidaria pronunciada por su padre: “Tus hermanos no han tenido una carrera, pero tú la vas a tener. Tienes que ser algo en la vida”. Contaba Jesús unos 13 años.

De jovencito, su idea era convertirse en piloto de aviación, pero al ser dalónico no superó las pruebas de acceso. “En todo caso, yo quería ir vestido de uniforme”. Entonces, se formó para ser marino mercante de máquinas. En primer término, en Palma y, pasados los años y ya como cadete, en la Escuela Oficinal de Náutica, en Barcelona. En esa etapa, vivía junto a unos familiares en la popular avenida del Paralelo, y usaba a menudo el tranvía 55. “En un año completé dos cursos. Los estudios fueron muy duros, pero valían la pena porque el título que se obtenía tenía reconocimiento y validez en todo el mundo”. Así, Jesús E. Nieto, con 22 años, se convirtió en el más joven segundo oficial, destinado al barco Jaime I de la compañía Transmediterránea.

Una noche, en plena travesía entre Palma y Ciutadella, Jesús (que no estaba de guardia) se apercibió de un ruido extraño y advirtió de un grave problema técnico con el combustible que, de no haberse detectado, bien pudo ocasionar una catástrofe de incalculables dimensiones. Aquel suceso le hizo replantearse el futuro, y con 26 años, optó por presentar la dimisión. Es decir, decidió virar y dar un nuevo rumbo a su vida.

Y un día, mientras andaba por la calle, un amigo le comentó la posibilidad de trabajar para Frau Frigoríficos, cuya sede estaba en la calle Eusebio Estada. Le entrevistaron y le dijeron: “Si usted es la mitad de bueno que su padre, será un genio”. Le contrataron. Le tocó en suerte la “zona más difícil de Mallorca, la zona norte: normal, porque era el último en llegar”.

Después de tres meses de sinsabores y más penas que alegrías, Jesús estuvo a punto de tirar la toalla, pero un encuentro con el señor Llinás, un hombre importante de Cala Millor, dio la vuelta a la situación. “Me hizo varios pedidos de una tirada y me dijo que me animara”.

Poco a poco, Jesús fue escalando en la empresa. De comercial pasó a promotor; pasado año y medio fue ascendido a promotor; de ahí a jefe de Ventas, para seguir como director comercial y finalmente, apoderado de una compañía que tenía entonces 212 empleados. Pero llegaron vientos contrarios, y, “como miembro del Consejo de Administración, me enteré que la empresa cerraba. Pedí perdón a mis clientes por no abastecerles de productos y me fui”.

Tenía sobre la mesa varias opciones profesionales: el ámbito de los coches, los embutidos y en el mundo de la restauración empresarial. Pero ninguna de aquellos potenciales trabajos era lo suyo.

“Al empezar me dijeron que no duraría ni 15 días”

Su historia como empresario empezó un día al ver en el Polígono Son Castelló una nave en la calle 16 de Julio. Se decidió a alquilarla. Corría el año 1984 y las voces más agoreras le decían: “No durarás ni 15 días”. Pero él creó Frigoríficos Mallorquines, Frima, una empresa especializada en aire acondicionado, maquinaria para hostelería, restauración y alimentación. Una empresa que no ha dejado de progresar, de adaptarse a las cambiantes necesidades de los clientes, a las exigencias de un mercado cada vez más globalizado y difícil.

Recuerda como si fuera hoy que el primer pedido lo escribió “en la capota de mi coche. Fue a Joyería Calvo”. Lo cierto es que mientras muchas empresas caían, la suya mejoraba día tras día, a pesar de que el ejercicio de ser empresario comporta mil y una dificultades. “Ser empresario no es llegar y besar el santo, para nada es así. Y, como en botica, hay empresarios de todo tipo y condición”.

En ese periodo, participó en la constitución de la Cooperativa de Restauración de Mallorca (COREMA), pero “yo no he creído nunca en las sociedades con socios. No creía antes y no creo ahora”.

En los estudios se imparten muchas asignaturas, pero también en el día a día empresarial uno aprende. “Una lección que aprendí al principio fue que no se debe fiar a nadie, porque eso hunde a la empresa. Por un impago importante, tuve que vender patrimonio para pagar a todo el mundo. Otra lección importante es que no se trata tanto de vender mucho como de vender bien”.

A la hora de evaluar los valores que figuran en el decálogo de todo buen empresario, Jesús E. Nieto expone: “La constancia y la voluntad para aprender a diario son los elementos que te ayudan a tener éxito empresarial”, apostilla muy contundente. “La profesión se empieza desde la base. Pondré un ejemplo muy claro. Recuerdo que mi hijo no quería estudiar, y le tuve una buena temporada barriendo en la nave para que supiera valorar la importancia de las cosas”. Ese hijo se llama Miguel Ángel, y el día de mañana será el encargado de coger el relevo al frente de la empresa.



“Una lección que aprendí al principio fue que no se debe fiar a nadie”

Voluntad a prueba de bomba, esfuerzo permanente y espíritu de sacrificio no le han faltado nunca a Jesús E. Nieto. En este sentido, se lamenta de que en la actualidad estos valores brillan por su ausencia. “La gente, hoy en día (y hablo en general) no tiene espíritu de sacrificio. A partir de las siete de la tarde, nadie quiere trabajar, aunque se les pague horas extras; de los sábados, ni hablemos”, asegura.

A la pregunta, ¿qué mensaje daría a los jóvenes? Nieto lanza un guante: “Nunca dejéis un curriculum sin haber hablado con alguien. Nunca, nunca, le diré a una persona que quiera trabajar, que no”.

Otro elemento es la formación. “Necesitamos formación continua en la empresa, porque nuestro sector es muy técnico y avanza muy deprisa. Y en Mallorca faltan profesionales cualificados; por ejemplo, no menos de 4.000 frigoristas. Y lo mismo podríamos decir si hablamos de electricistas o de carpinteros...” La humildad sería otro componente clave, a su parecer. “Tenemos que asumir que todos cometemos errores, de lo que se trata es de no reincidir”.

Aún en la actualidad, Nieto aplica una de las lecciones de vida que le dio su madre siendo él joven. “Me dijo que había que distribuir los ingresos en tres montones: uno para vivir, otro para invertir y el tercero para lo que pueda venir”.

Haciendo acopio de todos estos parámetros del buen hacer empresarial, Frima fue ganando enteros, haciéndose un nombre y creciendo... “La empresa fue creciendo gradualmente. Más pequeños pedidos, alquiler; restauración de máquinas de segunda mano. Y venta de máquinas de todo tipo a todo el mundo: desde un colegio, hasta a un convento o la propia cárcel”.

En 2011, Nieto amplió el negocio con la adquisición de una segunda nave en Son Rosinyol. “No tengo un yate, no tengo grandes posesiones, lo que he ido ganando lo he ido invirtiendo en la empresa”. Y añade: “El patrimonio más importante que yo tengo es la



“Ser empresario no es llegar y besar el santo, para nada es así. Y, como en botica, hay empresarios de todo tipo y condición”

cartera de clientes. El dinero ni lo toco, no lo huelo, mi deseo es sólo tener lo suficiente a final de mes. Ya se sabe que un exceso de dinero habitualmente es fuente de problemas, con las herencias, con la familia. El dinero mata...”.

Positivo y optimista por naturaleza, Nieto opina respecto de la crisis actual en los siguientes términos: “No se puede detener uno ante la adversidad. En 1992 hubo un bache importante generalizado, y también supimos salir adelante. Es cierto, en todo caso, que lo único positivo de los tiempos actuales es que los intereses bancarios están muy bajos. En mi empresa pagamos sueldos dignos y complementos en función de la productividad global de la empresa”. Sea como fuere, él es feliz trabajando, convirtiendo los problemas en retos; y las dificultades, en oportunidades.

Ante ASIMA, este luchador infatigable apela a la unión: “Todos juntos podríamos comernos el mundo”. Sus mejores recetas para la Asociación y todo el conjunto de empresarios que lo engloban: “unión, comunicación, y que se hable más de nosotros.”

En definitiva, asegura Jesús E. Nieto que “un empresario tiene que serlo las 24 horas del día. Si no, no vale la pena”. En todo caso, él asume que ha sido (y sigue siendo) un “empresario fruto de las circunstancias”.

“No he creído nunca en las sociedades con socios. No creía antes y no creo ahora”.

Amparo Oliva Salmerón

Segur Market

“Los empresarios hemos sido el sostén de la crisis, y creo que no se nos valora lo suficiente. Si no hay empresa no hay vida”

Dicen que la vida de una persona se refleja en su rostro y lo que se lee en el de Amparo Oliva (Palma, 1968) son las huellas de las pruebas que el destino ha ido poniendo en su camino, situaciones que la han obligado a “hacer un viaje profundo hacia adentro”, a asimilar por qué en el momento más dulce de su carrera profesional y de su vida personal todo se vino abajo. Ahora transmite vitalidad, energía, positivismo y, sobre todo, ganas de aprender y de seguir avanzando en esta vida, a veces, tan cruel e injusta.

Amparo gestiona una cartera de más de 2.000 clientes al frente de Segur Market. Afirma que fueron “las circunstancias” las que la llevaron al lugar que hoy ocupa. “Yo trabajaba en banca y me gustaba la empresa privada, no tenía realmente una vocación de crear mi propio negocio”. A mediados de los 90 estudiaba Económicas y a la vez trabajaba en SegurCaixa, “allí conocí a Martín, que era comercial, e iniciamos una relación que acabó en boda”. Los cambios emprendidos por “la Caixa” y que culminaron con la desvinculación del área de seguros, les hizo dar el salto para montar su propia empresa. “Me ofrecieron pasar a la red comercial, pero como veía muy fácil convalidar mi título para ser corredor de seguros y Martín se lanzaba a montar su propia agencia, pensamos que lo mejor era apostar por eso”.

Al principio se instalaron en una pequeña oficina ubicada en el Paseo Marítimo que le compraron a Sara Montiel, “era el año 95 y Martín y yo nos casamos en el 96”. Allí empezaron a construir su negocio y su proyecto de futuro, “Martín era un cohete comercial, era muy buena persona, muy bueno en lo suyo y yo tenía un perfil más técnico, así que nos complementábamos muy bien”.

La empresa empezó a despegar, “crecíamos de manera estable, asentando lo que íbamos consiguiendo y con un trato personalizado al cliente”. Nació su primera hija, más tarde llegaría otra, y el volumen de trabajo en ese momento únicamente le permitió coger un mes de baja. Decidieron trasladarse desde el Paseo Marítimo al centro de Palma, incorporaron dos personas más a la plantilla y compraron la cartera de clientes de un matrimonio que se jubilaba.

Todo marchaba sobre ruedas en el plano profesional y personal, pero entonces en pleno auge, en noviembre de 2004, Martín tuvo un accidente de moto y falleció. Amparo no puede evitar emocionarse al recordar ese hecho que cambiaría su vida y la obligaría a sacar fuerzas de donde no había para ponerse al frente de la empresa. “Todo vino en un momento en el que el negocio crecía y yo me estaba repensando un poco mi evolución personal. Tenía dos niñas pequeñas y ganas de volver a la universidad, había estudiado Económicas y quería estudiar otra carrera, me había hecho un planteamiento de reducir mi jornada en la empresa y hacer más vida de familia”.

Cuando esto pasó, todos estos proyectos se truncaron, Amparo vivió momentos de indecisión, “el cabeza visible de la empresa, la persona más importante, se nos había ido”. Había que tomar decisiones y lo que ocurrió en ese momento es que Amparo junto con el resto de trabajadores decidieron seguir adelante, “todo el mundo se portó muy bien con nosotros, hubo gente que se ofreció a comprar la empresa, pero obviamente tenían sus propios intereses y las dudas de que nosotros pudiéramos seguir adelante con ello”.

Una vez tomada la decisión, Amparo se dedicó a visitar a los clientes para explicarles la nueva situación, “la gran mayoría confió en el equipo porque lo cierto es que trabajamos los cuatro, codo a codo, somos como una familia”. Pero la vida es una carrera de fondo que te va poniendo a prueba continua-

“La crisis nos ha obligado a reconvertirnos explotando nuestra faceta comercial, eso ha supuesto un doble trabajo para nosotros. Han sido años muy duros”

mente, así que “tras superar nuestra gran crisis vino la crisis económica, irrumpió la banca como competencia muy potente y la verdad es que han sido años muy duros, que nos han obligado a reconvertirnos explotando nuestra faceta comercial, que no la tenemos innata, y eso ha sido un doble trabajo para nosotros, que hemos tenido que potenciar a base de formación y de cursos, de trabajar duro. Aún nos queda recorrido porque este mercado va muy rápido y en ese proceso estamos. Ahora mismo estoy haciendo un trabajo de redistribución de los puestos de trabajo, incluido el mío, valorando nuevos horizontes y redefiniendo la empresa”.

Cada cierto tiempo necesita un “reseteo” porque como explica “en el momento en el que yo quería plantearme una nueva manera de colaborar con la oficina todo cambió y aquello se me quedó ahí. Incluso he llegado a pensar muchas veces si soy la persona que tiene que liderar este proyecto”.

Sin embargo, Amparo siempre mira hacia adelante, sabe cómo mantener las dudas y el desasosiego bajo control. “Cuando pasó lo de Martín tuve un viaje hacia adentro muy profundo, volví a mi etapa de yoga y meditación anterior, tuve un maestro de la India y empecé con el Tai Chi”. Hoy es profesora de esta disciplina.

Hace tres años, a raíz de la muerte de su padre, tuvo “un momento de bajón muy fuerte. Tuve un momento serio de duda, lo que sucede es que en plena crisis económica y con dos niñas que sacar adelante no puedes dejar un trabajo que te da de comer y lo que hice fue montar junto a mi actual pareja un centro de yoga, Tai Chi y meditación, al que también dedico un montón de energías, y que me ayudó a salir de la situación en la que me encontraba porque me metí de lleno en el proyecto”.

Al centro dedica todos los viernes por la tarde y los fines de semana, “promociono y participo en los cursos de fin de semana, acogemos en casa a los que vienen a dar los cursos y los lunes en un casal del Ayuntamiento de Palma tengo un grupo de 30 abuelitas y les doy Tai Chi. Es un mundo muy bo-



“Cuando falleció mi marido tuve un viaje hacia adentro muy profundo, volví a mi etapa de yoga y meditación anterior, tuve un maestro de la India y empecé con el Tai Chi”. Hoy soy profesora de esta disciplina”

nito y la gente mayor es una fuente de inspiración constante, es un ejemplo. Están libres de ataduras, no están obsesionadas en aprender rápido porque son personas que disfrutan el momento, que es algo que se nos olvida mucho a los europeos”.

Afirma que, “como buena géminis estoy acostumbrada a vivir y a adaptarme a los contrarios muy bien”, así que de vuelta al mundo de las cosas materiales analiza cuál es el papel de los mediadores de seguros en una sociedad cada vez más globalizada, “nuestro futuro está en que sepamos ofrecer algo más al cliente, en el trato, cómo comunicas las cosas o das un asesoramiento. Hoy en día, con Internet, mucha gente no te necesita para contratar un seguro, lo que le podemos aportar es un trato más personalizado. Por la experiencia personal que he tenido, quiero montarme mi modelo de negocio y creo que hay clientes para todos y puedo encontrar al mío porque nosotros donde somos muy buenos es en mantenerlo. Tenemos clientes que nos acompañan desde hace muchos años, ese es nuestro punto fuerte”.

Tener por encima de los 2.000 pequeños clientes es lo que les ha dado estabilidad en los momentos de crisis. “Lo primero que se llevó la crisis fue a los grandes clientes, si no hubiéramos tenido un montón de pequeños clientes no hubiéramos tenido esta estabilidad de negocio”.

El esfuerzo que durante estos años de dura crisis económica están haciendo los empresarios por mantener sus negocios y los puestos de trabajo no son siempre reconocidos. “Los empresarios hemos sido el sostén de la crisis, y no sé si a nivel político se nos valora lo suficiente porque no hemos tenido grandes ayudas y es que si no hay empresa no hay vida”. En ese sentido, asegura que pertenecer a una asociación como ASIMA es vital, “nos ayuda a tener identidad, voy a las reuniones y siento que formo parte de un grupo porque muchas veces estamos muy solos, agobiados por muchas cuestiones. Cuando alguien se siente parte de un grupo saca fuerzas de donde no las tiene y las cosas salen y si no te marcas objetivos, las cosas no salen. Es fundamental para tener identidad y mejorar nuestra marca”.

Ante el emprendimiento al que en los últimos años se están viendo abocadas muchas personas que perdieron su trabajo en plena crisis, Amparo aconseja “planificación, porque la ilusión y la actitud son muy bonitas y necesarias,



pero también hay que poner las cosas en valor porque fracasar y levantarte de una frustración es complicado, yo todo el tiempo me estoy evaluando, es importante que el que empieza se deje aconsejar”.

En este sentido, quiere reivindicar y “poner en valor la experiencia de la gente mayor. Es cierto que han vivido en otra época, pero tienen mucho que decirnos, sobre todo, por la actitud que tienen más reposada, los años te ayudan a calmar ese ímpetu que se tiene de joven. La crisis ha hecho que mucha gente mayor emprenda. Hay que aceptar las cosas que te vienen de la vida, hay que levantarse aunque cueste. Aprendes, pero, sobre todo, si hablamos de trabajo hay que buscar algo que te guste porque hay que dedicarle muchas horas, ponerle mucha ilusión, mucha actitud positiva, pero acompañada de un conocimiento”.

Amparo es una mujer en constante aprendizaje, “estoy haciendo un curso de medicina tradicional china, más para consumo propio que para hacer de terapeuta, y otro de Shiatsu”. Así que ante la posibilidad de retomar ese retorno a la universidad que quedó truncado en 2004, cuando tuvo que rehacer su vida de nuevo, no descarta nada, “a mí me hubiera gustado estudiar Exactas, y estudié Económicas por incorporarme al mundo laboral, cuando estudiaba ya trabajaba, hacía encuestas, siempre me ha llamado el dinero, fíjate que luego quise darle la espalda. Me hubiera gustado estudiar literatura, me gusta leer, no es que tenga mucho tiempo, pero sí estudiar algo para mí. Nunca es tarde”.

Después de mantenerlo cerrado durante años, Amparo ocupa ahora el despacho que fue de Martín y afirma que cada día, después de salir de la oficina, “me voy a mi casa tranquila porque hemos hecho las cosas lo mejor que hemos podido. Yo veo gente que sin tener nada, viviendo el día a día, son felices, el cielo provee, algo surgirá, ese agobio me lo he intentado trabajar. Nosotros tenemos un proyecto que está más o menos consolidado. Al final, si solo estás pensando en la crisis trabajas con miedo y eso lo reflejas”.

“Hay que aceptar las cosas que te vienen de la vida, hay que levantarse aunque cueste. Aprendes, pero si hablamos de trabajo, hay que buscar algo que te guste porque hay que dedicarle muchas horas”

**Pedro José Pedrosa**

Comercial Pedrosa

“Si he tenido éxito es porque he trabajado mucho, no he engañado a nadie y no he dejado de pagar ninguna deuda”

Pedro José nació en Palma en plena Guerra Civil, en 1938. Tuvo la desgracia de que su padre falleciera antes de su nacimiento, con lo cual no pudo conocerle. Fue el menor de dos hermanos. Su hermano, bastante mayor que él, trabajó varios años en el hoy desaparecido Bar Niza de Plaza España.

Su madre, por su parte, regentaba una tienda de comestibles en Palma y pasaba muchos ratos cosiendo ropa para sus dos vástagos. Pedrosa recuerda su infancia “tranquila, pero sin mucho dinero” y jugando a la peonza. El caso es que enseguida mostró inquietud por mejorar, por ser alguien en la vida.

Así las cosas, tras estudiar Peritaje Mercantil, “porque algo tenía que estudiar”, aprobó unas oposiciones para trabajar en el Crédito Balear. El sueldo sería de 200 pesetas al mes, “me acuerdo perfectamente”, confiesa. Pero en esas estaba, cuando un buen amigo suyo le comentó que existía la posibilidad de irse a trabajar con su padre a la República Dominicana.

Así, con apenas 19 años a cuestas, y ya licenciado del Servicio Militar (donde había dado clase a los reclutas más necesitados), Pedro José Pedrosa hizo las maletas por vez primera en su vida. “Es cierto, nunca había salido de Mallor-

ca hasta entonces. Recuerdo que en el viaje hice escala en Madeira, en Puerto Rico y de ahí a Santo Domingo”.

Firmó el contrato de trabajo apalabrado anteriormente y empezó a trabajar para la empresa Hilari Mayol, que comerciaba con todo tipo de productos (de limpieza, conservas...), excepto los perecederos.

Enseguida, Pedrosa se ganó la confianza del jefe y asumió responsabilidades importantes, como por ejemplo ocuparse del inventario de un buen número de tiendas o del cobro a los clientes, ya fuera en pesos dominicanos o en dólares. “Recorría un centenar de pueblos alrededor de Santo Domingo. Eran pueblecitos pequeños, con chabolas, y entre 50 y 100 habitantes cada uno”.

Tras pasar dos años en la República Dominicana, y con una buena y prematura experiencia profesional a sus espaldas, más unos importantes ahorros, Pedro José decidió regresar a Mallorca. Estuvo un par de años trabajando junto a unos primos suyos y luego ya en un negocio de limpieza, de un conocido, con un sueldo anual de 50.000 pesetas. También estuvo otro par de años.

A todo esto, Pedrosa se había casado y tenido dos hijas: Juana María y María Victoria. Finalmente, en 1972, optó por dar un paso al frente, avalado por su conocimiento del mundo de los negocios, concretamente en el sector de la limpieza (en el que empezó y sigue). Empezó con la fabricación y venta de detergentes en un local situado en la antigua Clínica Peñaranda, en Palma.

En 1974, Pedrosa compró la nave que ahora ocupa en Gremio Silleros y Albarderos del Polígono de Son Castelló. “Se la compré a Damián Barceló, uno de los grandes artífices de ASIMA”, recuerda, para alquilarla cuatro años y usarla ya como sede definitiva de Comercial Pedrosa desde 1978 y hasta la fecha.



“Con 19 años pude trabajar en el Crédito Balear, pero preferí irme a la República Dominicana con un contrato de trabajo bajo el brazo”.

En aquella zona del Polígono, recuerda Pedrosa, “apenas si había cuatro o cinco empresas en aquellos tiempos”. Sabiendo a quién compraba, qué productos vendía (los que ofrecían más margen de beneficio) y a quién los vendía, el negocio fue mejorando poco a poco. Casi todo aquello relacionado con la limpieza se podía encontrar en Comercial Pedrosa: detergentes, escobas, trapos...

Con 46 años, Pedro José Pedrosa enviudó para volver a casarse cuatro años después. En paralelo, fue propietario de un bar que estuvo junto a su empresa en el polígono unos 20 años.

Con la perspectiva que da el tiempo, Pedrosa afirma convencido que “he disfrutado mucho más yo trabajando de lo que lo harán las siguientes generaciones disfrutando del dinero ganado”. Justifica esta afirmación de la siguiente manera. “Nunca he concebido el trabajo como una obligación, sino como una devoción. Y he disfrutado mucho; he hecho muchos amigos en el negocio, y hablo tanto de empleados, como de proveedores y clientes”.

Entre los empleados, subraya el nombre de Vicente Pérez, que lleva en la empresa desde los inicios de la misma; es decir, 44 largos años. “Ahora ya no, pero antes conocía el nombre de todos mis empleados... Muchos tienen aquí a sus hijos también trabajando con nosotros, y eso te llena mucho”.

Lo cierto es que Pedrosa no se conformó con Mallorca ni con el sector de productos de limpieza. Por una parte, desde mediados de los años noventa, constituyó en Ibiza Representaciones Sant Antoni (dedicada igualmente y por completo a los productos de limpieza) y, por otra parte, “porque así vino dado” la empresa se especializó también en los productos tratamientos de aguas de piscinas, especialmente del sector hotelero aunque sin olvidar al cliente particular. Más recientemente (hace unos tres años), Pedro José Pedrosa adquirió el Hotel Club s’Illet.

Así, el conjunto de empresas que administra Pedrosa a día de hoy eleva la cantidad de empleados hasta más allá de la centena, de los cuales unos 60 siguen estando en la originaria Comercial Pedrosa del Polígono Son Castelló.



“Antes conocía el nombre de todos mis empleados... Muchos tienen aquí a sus hijos también trabajando con nosotros, y eso te llena mucho”.

En el ámbito de la producción y distribución de productos de limpieza, Comercial Pedrosa cuenta como clientes en un 90 por ciento a hoteles, y el resto repartido entre hospitales, colegios y otras colectividades. “En ese terreno, sufrimos una estacionalidad tan acusada como el propio sector turístico, al que abastecemos. La temporada baja para nosotros está entre noviembre y febrero, pero no podemos cerrar porque los otros centros a los que servimos tampoco lo hacen, y nos debemos a ellos”.

Tras haber tenido unos años a su hija menor en el negocio, en los últimos dos años es su yerno, Tony Cursach, quien, en calidad de director general del grupo de empresas, lleva el día a día de las mismas. “Obviamente, aprendo muchas cosas de él, y espero que él también pueda haber aprendido alguna de mí”, confiesa Pedrosa. “Gracias a Dios, Tony sabe lo que se lleva entre manos...”.

Aún es pronto, pero en cualquier caso Pedro José Pedrosa no cree que, en su caso, se cumpla aquello de que la segunda generación de un negocio familiar es quien lo mantiene y que la tercera es quien lo cierra. “Falta mucho para ello; en todo caso, yo ya no lo veré. Ellos verán qué hacen cuando llegue el momento...”.

Hablando no ya de futuro sino de presente, Pedrosa admite que no han notado demasiado la crisis económica que ha azotado a la economía mundial en los últimos años. “Nosotros no podemos decir que estemos en crisis. Eso sería falsear la realidad. Quizás pudimos disminuir un 10 o 15 por ciento al inicio de la misma, nada descabellado. Ahora estamos en niveles de facturación superiores a antes de empezar la crisis.”

Y confiesa, en este sentido, que para aguantar los malos momentos empresariales, hay que saber ahorrar y reinvertir en la mejora progresiva de la empresa.



“He hecho muchos amigos en el trabajo, y hablo tanto de empleados, como de proveedores y clientes”.

Más allá de eso, afirma que el problema de la morosidad que, con mayor o menor gravedad, siempre ha estado presente para la mayoría de empresas, en los últimos años se ha paliado bastante, “al prácticamente desaparecer las letras o los cheques”.

Preguntado por si, como empresario de éxito que ha sido y es, se ha sentido objeto de envidia, pronuncia un lacónico. “No lo sé”. Para añadir acto seguido: “Si he sido envidiado, yo no lo he sentido, con lo cual el problema lo tiene el que envidia”.

Además del trabajo, Pedro José Pedrosa también ha tenido tiempo para ciertas actividades de ocio. “Pescar es algo que siempre me ha gustado”, confiesa, del mismo modo que cada día nada en la piscina.

Finalmente, a propósito de la política, Pedrosa se desmarca rápidamente. “Yo soy apolítico”, comenta. “Y trabajo para todos los clientes con independencia de su ideología”.

“He disfrutado mucho más yo trabajando de lo que disfrutarán las siguientes generaciones con el dinero ganado”.

Juan Carlos Ramón Pons

Hierros y Aceros de Mallorca, S.A.

“Detrás del empresario, hay una responsabilidad social. En nuestra empresa, hay 106 familias a las que no podemos dejar en la estacada”

Juan Carlos Ramón nació en Palma en 1959, en el seno de una familia formada por un padre catalán, una madre sevillana y un hermano mayor. Reconoce que no le gustaba especialmente el estudio, pero en todo caso a temprana edad ya vio que en el futuro seguiría los pasos de su progenitor, Jaime Ramón, en la empresa siderúrgica que éste había constituido.

Como anécdota, cabe significar que su padre, ya de bien jovencito, le instó a que estudiara para economista, y Juan Carlos, que entendió mal la palabra, repetía a todo el mundo que le preguntaba qué quisiera ser de mayor: “Yo quiero ser comunista”, ante el estupor general. En aquellos tiempos, esa palabra no era muy bien aceptada, por motivos obvios.

Su progenitor, en efecto, había constituido la empresa a finales de los años cincuenta con el nombre de Hierros y Aceros de Jaime Ramón Fiol, Sociedad en Comandita. En 1964, la compañía adquirió la denominación que aún hoy es vigente: Hierros y Aceros de Mallorca SA. “En casa, no se hablaba del trabajo. Yo escuchaba, eso sí, a mi padre mantener conferencias telefónicas (así se denominaban entonces) a propósito de la empresa, y aquello me llamaba la atención, me despertaba la curiosidad”, empieza recordando Juan Carlos Ramón.

Ramón no sabe a ciencia cierta el motivo por el cual su padre decidió dedicarse al mundo del metal. “Creo que fue siguiendo la recomendación de amistades de Barcelona, pero no lo sé cierto. Nunca lo hablamos específicamente”.

En cualquier caso, los inicios (como ocurre en la inmensa mayoría de proyectos empresariales) no fueron fáciles. En el caso de la empresa de Jaime Ramón (asociado siempre al 50 por ciento con Cristóbal Ferrer Pons; en la actualidad sus descendientes siguen en la misma línea) jugaba a favor el inicio del *boom* turístico en Mallorca, con la consiguiente demanda de metal por parte de la incipiente planta hotelera. En contra, dos elementos claros: por un lado, la dificultad de acceso a la materia prima, por escasez de la misma, y, por otra, una dura competencia.

“Mi padre y su socio se dedicaron en cuerpo y alma a su actividad, ésa fue la clave de su éxito”, apunta Juan Carlos. Ferrer, se dedicaba más a la parte de ventas y gestión interior, estando mayormente en Palma, en tanto que Jaime Ramón padre viajaba muy a menudo. Esa comunión entre las dos familias sigue plenamente vigente en la actualidad, y son Juan Carlos Ramón y Mariano Seguí Aznar, los dos consejeros delegados de la empresa.

Tras haber estudiado en Montesión, Juan Carlos cumplió el servicio militar, en Aviación, “sin ningún problema por mi parte”. Mientras tanto, ya estaba matriculado en Ciencias Empresariales, asumida la premisa de que debería seguir los pasos de su padre. “Lo cierto es que no me gustó nada la carrera. Era todo muy teórico y no le veía la utilidad. Quizás yo no estuviera suficientemente maduro para aprender lo que me enseñaban en ese momento, pero el caso es que no me sentía demasiado motivado. Le he dado valor más tarde, con el paso de los años”.

Acababa la carrera, con 24 años, llegó el momento de incorporarse a la empresa. “Pasé seis meses en cada uno de los departamentos, porque mi padre consideraba que era muy importante conocer todo de la misma,



“De jovencito mi padre me hizo saber que yo debía ser economista, pero lo entendí mal y cuando me preguntaban yo decía que quería ser comunista”

conocer las entrañas del negocio. El personal me trataba como a uno más, porque también así lo era él mismo. Empecé en el almacén, donde recuerdo haber recibido alguna reprimenda, para seguir en fontanería; luego en administración, posteriormente en compras y, finalmente, en dirección, de ello hace ya unos veinte años, tras verse mi padre afectado por un ictus. Puse toda la ilusión del mundo en cada uno de los departamentos y aprendí muchísimo. De hecho, no soy consciente de todo lo que sé, pero cuando me preguntan algo relacionado con cualquier cometido de la empresa, suelo saberlo”.

En todo caso, afirma, la siderurgia es un mundo en sí mismo, “con muchas peculiaridades”. El propio Juan Carlos Ramón enumera unas cuantas. “En primer término, recuerdo que se cerraban acuerdos simplemente de palabra, y a veces telefónicamente, sin ningún documento de por medio. A día de hoy, y eso es una bendición, el trato personal sigue siendo muy importante en este sector. En segundo lugar, la independencia financiera de los almacenes de acero en este país ha hecho que pocas hayan sucumbido a la crisis. Por otra parte, en nuestra empresa eso ha hecho que quizás no hayamos crecido tanto como podríamos haberlo hecho, al no salir de nuestro sector. Lo lógico es que ahora nosotros tuviéramos un par o tres de hoteles y varios locales alquilados. Hay que tener en cuenta que las promociones de la construcción nos han pasado por delante. Pero aplicamos aquello de ‘zapatero, a tus zapatos’. Finalmente, otra singularidad del sector, como decía mi padre, es que ‘la siderurgia es un negocio pobre para gente rica’. Se requiere mucha inversión en naves y en stock para obtener buenos rendimientos”. Por ejemplo, la superficie de las naves de la empresa, en Son Castelló es de 12.000 metros, repartidos en varios solares.

Una singularidad añadida es la relativa a los precios de la materia prima. “En el acero, antaño los precios no oscilaban mucho, pero desde que la chatarra cotiza se produce mucha fluctuación en los precios del metal. Eso, a escala mundial, lo mueven cuatro o cinco personas y todos bailamos al ritmo que ellos marcan. De esta manera, en la actualidad, casi cada día tenemos cotizaciones distintas por este motivo”.

Abundando en la crisis, que tan gravemente ha afectado a todos los sectores productivos y, de un modo muy especial en nuestro país, a la construcción, Juan Carlos Ramón hace la siguiente reflexión. “La veíamos venir, porque estaba claro que la burbuja inmobiliaria no podía durar siempre. Obviamente, nosotros estamos muy vinculados al sector de la construcción, pero

“Un buen consejo de mi padre que he trasladado a mi hijo fue: “Nunca dependas de los bancos”

al tener independencia financiera, tuvimos que recortar la plantilla, pero no más allá de un 10 ó 12 por ciento, a diferencia de otras empresas de otros sectores. Siempre subrayo, incluso a mi hijo, la importancia de no depender de la financiación externa”.

A día de hoy, la empresa cuenta con una plantilla de 106 trabajadores, tras el último impulso vivido a raíz de la última reforma de la planta hotelera de Baleares. “Para hacernos una idea, en 2005 ó 2006, vendíamos del orden de 60.000 toneladas de acero; ahora quizás estemos en la mitad”.

Con la mirada puesta en el presente, pero también en el futuro, considera que Mallorca ha llegado a un límite en lo que se refiere a la construcción. Ello tiene especial mérito, puesto que, como empresario que abastece a los constructores, podría abogar legítimamente porque la construcción no tuviera fin. “En honor a la verdad, debo admitir que me sorprende la cantidad de acero que se sigue consumiendo en Baleares. Tengo claro que aquí no puede haber un crecimiento continuo; tenemos que ser sostenibles. Si seguimos poniendo más acero, la Isla se hunde. No creo que esta dinámica tenga mucho más recorrido. ¿Dónde vamos a construir? No se puede”.

Jaime Ramón, el fundador de la empresa, falleció en 2015, si bien desde mediados de los noventa estaba parcialmente alejado del día a día. A día de hoy, siguen vigentes en la empresa sus valores y las enseñanzas que dejó a su hijo y sucesor al frente de la compañía. “De mi padre –sostiene Juan Carlos– me quedo con la ilusión, el empuje, las ganas y el tesón que puso en la empresa. Si una cosa repudiaba era perder el tiempo. Él consiguió una cosa que yo no he podido: a partir de los 50 años, dejar de trabajar por las tardes. Por otra parte, mi padre suplía su falta de conocimientos académicos con una intuición espectacular. Simplemente ojeando un balance, dictaminaba si estaba bien o si tenía errores”.

Todo lo que Juan Carlos aprendió de su padre se lo ha trasladado a su hijo (también Juan Carlos), que, con una amplísima y brillante formación, se incorporó a la empresa en octubre de 2016. “Él se ha formado –dice con sorna– para no cumplir con el dicho que dice que ‘la primera generación crea la empresa; la segunda la mantiene, y la tercera la hunde’. Tiene claro que el futuro de la empresa pasa por cierta diversificación, invirtiendo en otros sectores, para lo cual cabrá cambiar el chip. Yo mismo tampoco creo que podamos haciendo igual que ahora 30 años más”.

“La crisis, la veíamos venir, porque estaba claro que la burbuja inmobiliaria no podía durar siempre”

Con relación al papel que el empresario ha jugado y juega en nuestros días, Juan Carlos Ramón tiene las ideas muy claras. Así las explicita: “Los empresarios somos un eslabón más de la sociedad. Nos dedicamos a dar trabajo a las personas. En mi caso, una de mis máximas preocupaciones es abrir el negocio cada mes. Es decir, significa que hemos pagado los sueldos puntualmente (siempre el día laborable de cada mes), que hemos pagado a nuestros proveedores, etc. Detrás del empresario, hay una responsabilidad social. Detrás de nosotros, hay 106 familias a las que no podemos dejar en la estacada. Yo lo vivo y veo así, quizás por cómo he sido educado. Las cosas hay que hacerlas bien”.

Por otra parte, si un trabajador tiene algún problema, sostiene Ramón, que en su empresa prima el componente familiar por encima del criterio profesional. “Hay que procurar que los trabajadores estén bien atendidos, protegidos para que puedan rendir adecuadamente y a gusto”. A cambio, Ramón exige a sus trabajadores “sobre todo que sean profesionales. Odio la mediocridad, tener que repetir las cosas veinte veces para que se hagan”.



“Me sorprende la cantidad de acero que se sigue consumiendo en Baleares. No puede haber un crecimiento continuo; tenemos que ser sostenibles”



Jaime Roselló Soler

Roselló e Hijos

“El empresario es el que mueve el país, el que produce la riqueza. No es un dios, pero tampoco es un demonio”

Empezó a trabajar con 14 años vendiendo perfumería, junto a su padre. Comerciante nato, su lema es “todo se vende en el mercado”. Recorrió durante años los pueblos de Mallorca, Ibiza y Menorca, a los que se desplazaba una vez al mes, llevando aromas y fragancias cuando eran artículos de lujo y no todo el mundo podía acceder a ellos. Más tarde con una representación que tenía también se trasladaba a zonas del Levante peninsular.

Determinación, empeño, coraje son términos que definen a Jaime Roselló Soler (Palma, 1933), empresario hecho a sí mismo, colegiado como agente comercial en 1951, “fui de los primeros”, para el que lo más importante ha sido siempre la “seriedad en el trabajo, no engañar a nadie”, valores que aprendió tras largos años de trabajo junto a su padre, Manuel Roselló Calvo, que más tarde transmitió a su hijo, Jaume X. Roselló Llabrés, gerente de la empresa, y que ahora trata de inculcar a su nieto Marc.

Todo arrancó allá por 1958. Tras años dedicados a la venta de perfumería, Jaime Roselló y su padre se iniciaron en el sector de la construcción. Eran los años del *boom* turístico y Mallorca crecía a un ritmo trepidante. Admite que “no teníamos ni idea del negocio, pero si eres comerciante vendes cualquier cosa”.

Gracias a contactos que tenían en Barcelona les ofrecieron una representación de la casa Gravent y empezaron a entablar relaciones comerciales con arquitectos, contratistas, mayoristas... “Empezamos con Roselló e Hijo porque mi hermano estaba trabajando en Santo Domingo, luego regresó y estuvo unos años trabajando con nosotros. Pusimos un despacho en la Plaza del Olivar 36, donde teníamos una pequeña exposición. Al fallecer mi padre la empresa pasó a denominarse Roselló Hermanos y montamos una tienda en la calle Manacor, esquina con Capitán Vila, también con exposición”.

Fue en ese momento cuando a otra casa dedicada a la fabricación de persianas le interesó la compra de un solar en Can Valero, por aquel entonces conocido como Polígono de la Paz, para montar las persianas venecianas aquí en vez de traerlas de la Península. “La cosa fue creciendo, le compramos la nave de unos 100 metros cuadrados a la empresa, la tiramos e hicimos las instalaciones más grandes. Entonces ya le pusimos Roselló e Hijos y estamos trabajando desde entonces”. Ellos fueron la sexta empresa en instalarse en el Polígono.

Hoy en día, Roselló e Hijos son toda una referencia en el sector, una empresa especializada en el suministro e instalación de sistemas de protección solar y ahorro energético, como persianas enrollables y orientables, pérgolas, celosías, automatismos, cortinas interiores y exteriores, toldos y falsos techos de aluminio para la construcción y el cliente particular. Disponen de una superficie de unos 1.000 m² y son 12 empleados entre oficina y taller.

Ahora todo puede parecer muy fácil, que el éxito le ha llegado rodado, pero ha sido su constancia, las lecciones de la vieja escuela de comerciantes, estudiar las múltiples posibilidades que ofrece el mercado, lo que han hecho de este hombre un empresario de pura cepa, siempre defendiendo la calidad.

“En aquella época la mayoría carecíamos de preparación. Cuando nosotros empezamos con este negocio sólo había 8 arquitectos en Palma. Pero con fuerza de voluntad te vas formando. Trabajábamos las horas que fue-



“Para mí lo más importante ha sido siempre la seriedad en el trabajo, no engañar a nadie”

ran necesarias, eso no lo teníamos en cuenta, si nos llamaban a las 10 de la noche estábamos contentos y si lo hacían a las 8 de la mañana también”.

Destaca que lo importante era “hacer mucha política empresarial, entablar buenas relaciones comerciales y, al final, evaluar cómo había ido cada trimestre, fin de año y no mirábamos cuántas horas nos había costado llegar a ese objetivo”.

Confiesa que momentos de dificultad los ha habido, “pero nunca he pensado en tirar la toalla, siempre hemos tenido empuje para salir adelante”. Y en eso ha tenido mucho que ver el hecho de que “nunca hemos tirado el dinero, si ganábamos dos no gastábamos cuatro, hemos sido conservadores en ese sentido”, lo que en épocas de crisis les ha permitido mantenerse a flote.

A sus 83 años se muestra algo nostálgico de una época pasada en la que valores como confianza, respeto, responsabilidad, sinceridad lo eran todo. “Dar seguridad al cliente, no engañar a nadie y ser serio en el trabajo es lo que aprendí de mi padre y lo que yo he transmitido a mi hijo. Ahora la seguridad de hace 40 años no es la misma. A mí lo que me enseñó mi padre era una cosa recta y ahora veo en las generaciones jóvenes que esa palabra no se toma tan en serio, pero es que ha cambiado toda la sociedad”. “Hay una gran diferencia de la Mallorca de los años 50 a la de ahora, la gente era más sana. Han cambiado los valores de la gente, ya no damos importancia a determinadas cosas”.

Al ser una empresa pequeña tanto Jaime Roselló como su hijo han entablado una relación casi familiar con los trabajadores. “Eso es algo muy bonito. Uno tiene la familia propia y también hemos sabido crear una relación especial con la gente que trabaja aquí. Si necesitan algo o tienen algún problema acuden a nosotros. No seríamos nada sin ellos”.

Y en eso reside también la esencia de un buen empresario, además de hacer crecer su empresa. “El empresario es el que mueve el país, el que produce la riqueza. No es un dios, pero tampoco es un demonio”.

Jaime Roselló ha sabido aplicar con maestría ese don innato de comerciante a su empresa, confiesa que no era de los que se quedaban encerrados en el despacho “yo salía a vender mucho, ahora ya estoy jubilado”. Ese empuje que siempre ha demostrado es el que le ha mantenido con ganas de estar

“Cuando empezamos en el negocio de las persianas no teníamos ni idea, pero si eres comerciante vendes cualquier cosa”



siempre en alza dentro del sector de la protección solar y del ahorro energético. “El hecho de ser una pequeña empresa nos ha dado la ventaja de poder adaptarnos a dichos cambios de una manera eficiente para así orientar toda la estrategia empresarial a los nuevos tiempos. Buscamos soluciones comprometidas con el medio ambiente”.

Para una persona que ha creado una empresa de la nada, que ha ido aprendiendo los entresijos del negocio sobre la marcha, que ha puesto todo su empeño para que esa sociedad creciera y evolucionara acorde con los tiempos y poder dejar así un legado a las generaciones futuras, mantenerse lejos no es fácil.

Con 83 años asegura que “hace casi un año que aún venía todos los días por las mañanas. Estaba un rato y hacía algunas gestiones”. Una operación que le hicieron hace unos meses le mantiene alejado del despacho pero afirma con rotundidad que “cuando uno es empresario lo es para toda la vida, no hay jubilación”.

Su nieto es ya la cuarta generación, sólo tiene 12 años, pero observa a su abuelo con atención a cierta distancia, pendiente de sus palabras, volviendo a escuchar las historias que seguro le ha contado un sinnúmero de veces. Y éste mirándole con cariño asevera, “le digo que sea serio, que estudie, que adquiera una formación y que en un futuro él decidirá lo que quiere hacer

porque es su vida, no la mía”.

A Jaime Roselló le gusta leer, jugar al pinacle y el Mallorca. “Ahora nos da disgustos, pero ha tenido épocas buenas”. Aún así se mantiene fiel al equipo aunque ya no vaya al campo a verlo.

Ha cumplido con todos sus objetivos en la vida y ahora sólo alberga un deseo, “me gustaría que la empresa siguiera igual, ahora está encauzada, el nombre se mantiene y sería estupendo que esto permaneciera”.

“Cuando uno es empresario lo es para toda la vida, no hay jubilación”



Juan Carlos Rosselló Reynés

Socías y Rosselló

“Me siento responsable de la gente que trabaja aquí. Puedes ser el dueño, pero eso no te da derecho a hacer lo que quieras dentro de la empresa”

Cuando Socías y Rosselló se fundó en el año 1943, su padre, Juan Rosselló Roig, junto a su socio, José Socías Llabrés, abrieron La Industrial Agrícola Socías y Rosselló en el número 21 de la calle Manacor, un pequeño local desde el que estos dos hombres emprendedores levantaron un negocio que, hoy en día, es toda una referencia en Baleares.

Esta primera empresa especializada en la distribución de material de ferretería y maquinaria empezó a crecer rápidamente, lo que les obligó a trasladarse a un local más amplio en la misma calle Manacor. “Esta empresa

ayudó a industrializar Mallorca ya que traíamos maquinaria que vendíamos a los herreros, a los payeses... La financiábamos y también disponíamos de toda clase de herramientas de uso industrial y lo cierto es que todo esto ha funcionado muy bien hasta el día de hoy”.

Treinta años después, en 1973, fundaron Eléctrica Socías y Rosselló, a la que siguieron numerosas empresas que finalmente acabaron fusionándose en lo que hoy es Socías y Rosselló, con más de 250 empleados, una ubicación privilegiada en el Polígono de Son Castelló, ocupando una superficie de 40.000 metros cuadrados, tienda en Manacor, Ibiza y un amplio catálogo de servicios que abarca el suministro de material eléctrico, fontanería, sanitario, climatización, industrial y de construcción, iluminación, maquinaria, herramientas, cocinas, electrodomésticos, decoración...

“La creación de ASIMA fue una locura maravillosa. Mi padre fue de los fundadores”



Juan Carlos Rosselló se incorporó a la empresa con 16 años, “después me fui a estudiar a Barcelona pero al cabo de dos años volví porque no me gustaba. Después de hacer el servicio militar, me incorporé definitivamente. Éramos ocho personas y ahora ya superamos las 250”.

De aquella primera época, recuerda que “todo se sacaba adelante con mucho esfuerzo. Teníamos tanto trabajo que hacíamos lo que fuera necesario sin cuestionarnos nada. En aquel entonces, los clientes eran verdaderos amigos, teníamos una relación muy estrecha con ellos, incluso te invitaban a sus celebraciones familiares. Muchos de ellos venían a la tienda el sábado por la mañana y te invitaban a desayunar por lo que a veces íbamos hasta tres veces”.

Una de las anécdotas que ya forman parte de la historia de la empresa es como llegó a Mallorca la primera excavadora. Él y su socio, José Luis Socías, fueron a buscarla a Zaragoza junto al cliente. “Estábamos en pleno *boom* de la construcción y un cliente, que no conocíamos de nada, nos pidió una máquina excavadora. Decidimos irnos con él a comprarla. Cogimos un avión a Barcelona y al llegar no nos dejaban salir de la terminal, la policía registraba a todos los pasajeros, resultaba que se había fugado un preso de la cárcel de Palma, apoderado “El Torero”. Esto hizo que nos retrasara la llegada a Zaragoza. Cuando llegamos eran las diez de la noche. Compramos la máquina y el cliente quiso volver esa misma noche a Barcelona. El cliente conducía el coche e iba detrás del camión que llevaba la excavadora. El caso es que se durmió al volante y acabamos en medio del campo. Perdimos el camión y cuando llegamos al puerto de Barcelona, estaba esperándonos hacía horas”.

Con 73 años de historia a sus espaldas, Socías y Rosselló ha atravesado momentos difíciles, como muchas otras empresas, pero “nunca hemos pensado en tirar la toalla”. Recuerda especialmente la crisis del petróleo: “Entonces no había dinero, las empresas empezaron a transformarse, empezamos a vender productos que no teníamos y surgieron otros negocios. Nos reinventamos, como se diría hoy en día. No teníamos ni un duro, pero había que seguir luchando por todo esto y al final se solventó porque tanto los políticos, como los empresarios y trabajadores dieron el callo. Hoy en día es más difícil salir de la crisis, hay más intereses creados y la globalización ha propiciado que el mundo sea más complicado. Todo tiene que hacerse rápidamente y a lo grande”.

No hay duda de que la empresa ha evolucionado mucho, “nos hemos tenido que ir adaptando a las circunstancias para seguir creciendo y superar los obstáculos. Por ejemplo, nosotros nos suministrábamos en gran parte en el País Vasco, pero cuando empezaron los problemas políticos, las huelgas... No tuvimos más remedio que abrir nuevos horizontes y entonces nos fuimos a Alemania.



“Hoy en día es más difícil salir de la crisis porque hay más intereses y la globalización ha propiciado que el mundo se vuelva más complicado. Todo tiene que ser grande y rápido”

Empezamos a crear lazos con ellos para poder traer sus productos a Mallorca y, al final, adquirimos mucho material desde allí, siendo los pioneros. En aquella época era tarea difícil conseguir una licencia de importación”.

El negocio seguía creciendo y la calle Manacor se quedó estrecha, así que cuando surgió el proyecto de ASIMA no se lo pensaron dos veces. “Yo tenía entonces unos 20 años y viví todo el proceso. La creación de ASIMA fue una locura impensable (aunque maravillosa). Mi padre fue uno de los primeros fundadores”. Explica que “por aquel entonces todo se concentraba en las Avenidas, almacenes, bancos, talleres y con ASIMA llegó la gran solución: el traslado de toda esta industria a las afueras de la ciudad. Los comienzos fueron difíciles ya que ni siquiera existían carreteras para llegar allí”.

No duda ni un segundo en afirmar que si hay algo que siempre le ha motivado a seguir adelante con la empresa, “son las familias que dependen de ella, sintiéndose responsable de su bienestar. El empresario tiene que intentar que haya buena sintonía entre todos”. En este sentido, asegura que hay empresarios de todo tipo y que “actualmente estamos mal vistos, pero hay que tener en cuenta que nuestra función es dar trabajo, intentar que la economía crezca, seguir evolucionando y la única manera de conseguirlo es hacerlo conjuntamente con tu equipo. El empresario es la máquina que lo mueve todo. Pero se tiene que tener muy claro que aunque seas el propietario no tienes derecho a hacer lo que quieras dentro de ella”. También, opina que es muy importante el rol que desempeñan las mujeres, los consejos que pueden darte pueden influir a la hora de tomar decisiones. Las mujeres en nuestras empresas son muy valoradas”.



Actualmente Socías y Rosselló está dirigida por la tercera generación, el hijo mayor, Juan Carlos Rosselló Gual de Torrella; y la hija del que fue su socio, José Luis Socías, Esther Socías Gili. Con el extraordinario sentido del humor que le caracteriza comenta que se jubiló hace ya tiempo. “Me fui con sesenta y pico porque aquí no cabemos todos. Hay que saber irse, la transición se tiene que hacer con alegría. Somos afortunados de tener unos hijos que se

pueden incorporar a la empresa, que están bien formados, que les guste y que lo hagan bien. No sirve de nada que siga agarrándome a la silla”.

No tiene ningún cargo en la empresa, ni tan siquiera honorífico, aunque mantiene su despacho en el que guarda una bonita colección de coches en miniatura y al que acude un par de horas a diario, pero sólo “para leer la prensa, y hacer gestiones personales”.

La clave para saber retirarse a tiempo y disfrutar es “preparar el retiro, saber a qué te vas a dedicar después de la jubilación para que no resulte traumática. Salgo a caminar, viajo, juego a dominó con los amigos, voy al cine, pero lo que más alegría me da es estar con mis cinco nietos”. Si hay algo que echa de menos del pasado es la tranquilidad con la que se vivía en Mallorca.

“La función del empresario es hacer que la economía crezca, crear puestos de trabajo, seguir evolucionando y eso hay que hacerlo de manera conjunta con tu equipo”

Vicente Rotger Rebassa

Distribuidora Rotger

“Soy un firme defensor de la empresa familiar, incorpora muchos valores que debemos mantener”

Todo empezó con un kiosko de prensa ubicado en lo que hoy es la Plaza de la Reina regentado por su abuelo, Vicente Rotger Rosselló, hace noventa años. Hoy, Distribuidora Rotger es todo un referente a nivel nacional. Cuenta con 350 trabajadores, realiza 25.000 entregas diarias, distribuye 2.500 publicaciones, posee 1.000 puntos de venta de publicaciones y otras 2.000 para el resto de divisiones en las cuatro Islas y registra una facturación anual de 60 millones de euros.

Vicente Rotger (Palma, 1947) pertenece a la tercera generación de esta empresa familiar a la que ya se ha incorporado la cuarta, el director general es un sobrino y una de sus hijas es la responsable del área de libros. Mucho ha llovido desde que el abuelo abandonara su Alaior natal tras verse obligado a cerrar su negocio de monederos de plata debido a los impagos de los clientes alemanes a consecuencia de la I Guerra Mundial. “Mi abuelo exportaba gran parte de la producción a Alemania y cuando dejaron de pagarle, no tuvo más remedio que emigrar a Mallorca dejando a su familia en Menorca”.

El abuelo, luchador nato, pronto encontró un trabajo de friegaplatos en el kiosko de bebidas de la Plaza de la Reina, “cuando pudo tener su vivienda se trajo a la familia y se instalaron en la calle Apuntadores”. Eran tiempos difíciles y todos tenían que contribuir a la economía doméstica, así que su padre, con tan sólo 10 años, “ayudaba a una señora que tenía un kiosko de periódicos que estaba enfrente del de bebidas. Esta señora se jubiló y le dijo a mi padre que igual a la familia le interesaba quedarse con el negocio y así fue, ahí empezó nuestra relación con la prensa”.

Ese negocio empezó a crecer y pronto empleó a toda la familia, “mi abuelo, mi padre y sus hermanas tuvieron la oportunidad de coger dos kioskos

más en Palma, más tarde también se incorporó mi madre, y posteriormente mi padre tuvo la idea de empezar a ejercer las labores de distribuidor, era una manera de obtener unas condiciones más ventajosas en las ventas para los tres kioscos que regentaban. En aquel entonces en Mallorca había unos quince puntos de venta de publicaciones”.

Vicente Rotger relata cómo fueron los inicios del negocio por lo que su padre le contaba, “durante la República se vendían miles de ejemplares de periódicos, era el medio de comunicación del momento, porque la radio tenía un alcance muy pequeño. Llegaban en barco con tres días de retraso, pero aún así el interés por la prensa escrita era muy grande”.

Vivieron la Guerra Civil, “acusaron a mi padre de anglófilo porque vendía algunos periódicos ingleses”; la dura censura de los años de la dictadura; la llegada de los primeros turistas, momento en el que el negocio empieza a emerger con fuerza y la apertura que supuso la Ley Fraga para el mercado de las publicaciones. “En España había pocas revistas. Se importaban revistas extranjeras para los compradores españoles, como Paris Match, Life o las revistas femeninas italianas. Estaban bien editadas y tenían buenas fotos. Después empezaron a editarse cada vez mejores revistas en España, y con ello creció el interés en su compra.

El *boom* turístico supuso un espaldarazo para el negocio de los Rotger, “conseguimos recibir el Bild Zeitung el mismo día que se editaba, a las 6 de la mañana, gracias a un vuelo directo que lo traía desde Alemania, de manera que se distribuía antes que la prensa que recibíamos de Madrid y Barcelona”.

Los años 70 es el momento en el que Vicente Rotger, recién acabados sus estudios de Economía en Barcelona, se incorpora a la empresa. “Yo fui el primero de mi familia en estudiar una carrera universitaria. Era un chico de provincias que con 16 años desembarqué en Barcelona con mis dos maletas verdes y encontré una pensión para



“Los empresarios deben tener una mayor implicación en lo público. La sociedad civil tiene que defender los valores en los que cree y dar apoyo a los políticos para que vayan en esa dirección y exigirles si no lo hacen”

vivir en La Rambla de Canaletas, un sitio poco aconsejable para un chaval de esa edad. Eso era un triple salto mortal, yo aquí había estudiado en Montesión, y me lo había pasado muy bien, hice grandes amigos que aún conservo”.

Recuerda esos años fuera de casa con cariño, “estudiar Económicas fue importante, pero estar 5 años viviendo fuera de casa, buscándote la vida y abriéndote al mundo desde todos los puntos de vista, teniendo en cuenta que coincidió también con el intento de apertura política contra el régimen establecido, fue importante para mí. Yo me lo pasé muy bien. Al acabar la carrera pensaba que no trabajaría nunca con mi padre y con la empresa familiar y que no me establecería. Hice exactamente las dos cosas”.

“Acabé la mili y pensé que mi familia me había ayudado toda la vida y que dedicarle dos años de mi vida a la empresa familiar, sería lo mínimo. Cuando acabó el segundo año, decidí que podía estar un poco más, y ya me quedé toda la vida”.

Así pues, se incorporó con su padre “porque estaba muy desbordado, el negocio crecía a un ritmo muy fuerte”. Empezó repasando las facturas en administración, pero al tercer día, aburrido de ese trabajo monótono, se fue al puerto a ver como llegaban las revistas, “me dio la impresión de que el proceso era mejorable y eso era más divertido que estar en la oficina. Y así, poco a poco, me fui metiendo en lo que era la operativa del negocio”.

Sin duda alguna, la incorporación de Vicente Rotger al negocio familiar supuso una pequeña revolución. “El negocio crecía muy rápido y yo hice lo que hoy llamamos un plan de negocio, entonces estábamos en una travesía del Paseo Mallorca y planteé dos cosas que había que hacer en un futuro, una era irnos de Palma con unas estructuras que permitieran racionalizar todos los procesos logísticos, y la segunda era incorporar la informática, que a principios de los 70 ni se planteaba. Fuimos la primera distribuidora de España informatizada y una de las primeras de Europa”.

Se ríe al recordar lo que su padre siempre le decía: “Hay dos maneras de arruinar una empresa, una es contratar a un economista y la segunda incorporar un ordenador. Pero añadía, no te preocupes, si se da la primera condición necesariamente se dará la segunda”.

“Siempre aprecié ese componente de generosidad que tuvo la creación de ASIMA, gente que dedicó horas de su vida a desarrollar un proyecto bueno para la ciudad”

La cosa no paró ahí, “montamos distribuidoras en Menorca e Ibiza e incrementamos las líneas de negocio, distribuir prensa es caro porque tienes que cubrir todos los puntos de la Isla de dos a tres veces al día y había que incorporar líneas de negocio que fueran complementarias y compatibles. Empezamos con libros, papelería, libros de texto, más tarde la alimentación, y también incorporamos puntos de venta propios especializados en publicaciones”.

A finales de los 70 las dimensiones que había adquirido la empresa les obligaba a buscar otra ubicación y ahí entra en escena el Polígono de Son Castelló de ASIMA, “aunque se barajaron otras opciones, finalmente nos decidimos por éste por una cuestión de logística. Nuestros dos centros de suministro eran puerto y aeropuerto y la conexión con esos dos puntos era muy importante. El edificio actual lo inauguramos en 1977”.

“Cuando se creó ASIMA yo estaba en el colegio. Siempre aprecié, en una comunidad donde ha habido iniciativas individuales de mucho calado y valor, aunque somos muy poco dados a la actividad colectiva, ese componente de generosidad que tuvo la creación de ASIMA. Gente que dedicó horas de su vida a desarrollar un proyecto que fue bueno para la ciudad, que ayudó a descongestionarla, a oxigenarla. También fue muy importante, aunque no lo viví personalmente, la trascendencia que tuvo el Instituto Balear de Estudios de Dirección Empresarial (IBEDE)”.

En esa nueva sede ubicada en ASIMA instalaron el que fue el primer *cash and carry* de papelería y librería de Europa. “Me recorrí toda Europa para coger ideas y este servicio no existía ni en papelería, ni en librería, así que decidimos montarlo y esto nos ayudó mucho. Incorporamos la informatización, además de en nuestra actividad mayorista, en los puntos de venta detallistas, lo que significó un gran avance al poder disponer de las datos de venta on-line”.

El espíritu inquieto de Vicente Rotger ha propiciado que la empresa haya estado en constante evolución, “esto ha ido cambiando y más que tendrá que cambiar. Nunca he pensado en tirar la toalla, pero cuando me he sentido más condicionado ha sido en esta última crisis porque a la económica se sumaba la crisis del producto que dio origen a nuestra empresa, la prensa escrita, lo que significó readecuar los recursos a las nuevas necesidades y potenciar otras líneas de negocio”.

Así pues, explica que “a las líneas de librería y papelería se han unido servicios de reparto de todas las suscripciones de publicaciones; otro de reparto urgente y servicios logísticos, TIPSA; participamos en una empresa de desarrollos informáticos y otra de asesoría empresarial, y recientemente hemos incorporado la actividad de otras dos empresas ligadas a la alimentación, Areba, orientada a visitantes extranjeros, y otra dedicada al mercado nacional, Snack Market, aparte de las participaciones del grupo en turismo, inmobiliaria y en el sector primario”.

Vicente Rotger afirma que su papel ahora como presidente de la empresa es asegurar el futuro de la misma y facilitar la transición hacia la cuarta generación, “una empresa familiar tiene grandes ventajas, la empresa es mucho más que una vía para ganar dinero, es parte de tu obra, y si lleva tu nombre, aún más. Esto quiere decir ser conservador financieramente, es por eso que las empresas familiares han aguantado mejor la crisis y han tenido una menor pérdida de puestos de trabajo. Se establece una relación con el trabajador que no es simplemente el intercambio de un elemento de producción. Soy un firme defensor de la empresa familiar, incorpora muchos valores que debemos mantener”.

En cuanto al papel que los empresarios deben tener en la sociedad considera que es necesaria “una mayor implicación en lo público. La sociedad civil tiene que defender los valores en los que cree y dar apoyo a los políticos para que vayan en esa dirección y exigirles si no lo hacen”.



“Nunca he pensado en tirar la toalla, pero cuando me he sentido más condicionado ha sido en esta última crisis”

Toni Rullán Hilger

Rullán Navarro

“Tener un producto de primera calidad ha sido y es un factor imprescindible para prosperar en nuestro negocio”

Toni Rullán (Sóller, 1941) es el menor de cuatro hermanos. Su padre, mallorquín, había comprado una finca en la que cultivaba los típicos y apreciados naranjos del pueblo. Además de los propios, con un pequeño motorcito que también había adquirido, se ocupaba asimismo de terrenos ajenos, pero siempre en el municipio. Por si fuera poco, en sus ratos libres ejercía de guía para un grupo belga habitual de la zona, que se hacía llamar *Les irondeles* (las golondrinas). Por su parte, la madre, luxemburguesa, trabajó en una fábrica textil antes de ocuparse de la recepción en un hotel.

Con sus padres dedicados por completo al trabajo, Toni estudió en Sóller en el colegio San Felipe Neri, donde cursó el Bachiller. “Recuerdo que bajábamos a Palma a pasar la Reválida”, dice. “No me disgustaban los estudios y aplicaba la típica frase de ‘El saber no ocupa lugar’”. Rullán no fue un chico problemático en la escuela. “Si te portabas bien, no tenías problema. El problema venía si hacías gamberradas”.

Con ambición por mejorar en su vida, y aprovechando que tenía un hermano en Suiza, decidió hacer las maletas y trabajar en el país helvético. Estuvo nueve largos y fecundos años. Desde los 19 hasta los 28. Como dominaba el francés, ejercía de traductor en las conversaciones entre el director y los

muchos trabajadores españoles empleados en la fábrica que le había contratado. Eran tiempos en que la emigración desde nuestro país era un ejercicio muy habitual.

“Recuerdo que solía jugar a fútbol con los suizos, que, por cierto, eran muy duros. Pero un día me planteé que corría el riesgo de lesionarme, con lo cual podía estar impedido para trabajar. Ése era un lujo que yo no me podía permitir, y dejé de jugar”, rememora.

Al poco de regresar a la Isla, pero esta vez ya para quedarse, Rullán, ya con dominio del francés y el alemán, abrió un bar en Cala Major. En 1970, “una añada muy buena de vino”, se casó. “Mi mujer es de Navarra y venía a Mallorca huyendo del frío y porque aquí también tenía familia. En todas las decisiones que tomé siempre tuve su apoyo”. El matrimonio fijó su residencia en Palma. Entonces, Toni Rullán trabajó una temporada en la recepción de un hotel en el Arenal, en tanto que la familia se ampliaba: en 1975 nació su hijo, y en 1978 lo hizo su hija.

Mientras trabajaba como recepcionista, otro buen amigo le propuso que le ayudara en la comercialización de licores. Así las cosas, Rullán, siempre entusiasta y enérgico, hacía doble jornada: como recepcionista y como representante. “Aquello me gustó mucho, me lo pasaba bien, podía conocer a personas interesantes y encima se ganaba bastante dinero. Siempre digo que en aquello a lo que te dedicas, uno no debe hacer el tonto, sino aplicarse a aprovechar al máximo”.

Él se ocupaba preferentemente de los hoteles y restaurantes de la zona Manacor y Cala d'Or. “Amigos míos me decían que los representantes vivíamos muy bien, todo el día para arriba y para abajo, y yo no les decía lo contrario, pero les añadía que, al llegar a la empresa por la noche, tenías que llevar un buen número de pedidos bajo el brazo. Había que trabajar duro”.

Ese trabajo, que requería de un don de gentes que Toni Rullán ya poseía por aquel entonces, le funcionaba muy bien. En un momento dado, el dueño de la empresa que también era propietario de un hotel, le ofreció a Toni la posibilidad de quedarse con la empresa de distribución. Rullán no dejó pasar ese



“Mis amigos me decían que los representantes vivíamos muy bien, yo les decía que sí, pero que, al acabar la jornada, tenías que llevar un buen número de pedidos bajo el brazo”.

tren. “Haciendo el mismo trabajo de siempre, ganaría más dinero”, se dijo a sí mismo.

En aquel momento, ya estaba habituado a tratar con los responsables de los caldos de Ribera de Duero o Rioja. “A veces venían ellos, otras veces era yo el que viajaba para tratar con ellos. Yo tenía la distribución para toda Mallorca. Vendíamos mucho Rioja, también Ribera del Duero, también vino catalán. El vino mallorquín vendría más tarde. En todo caso, el hecho de tener un producto de primera calidad era factor imprescindible para prosperar en el negocio. Y nosotros distribuíamos no solamente vino, sino también cavas y licores”.

Nos situamos a mediados de los años ochenta. Rullán aún conserva hojas de control de ingresos escritas a mano. “Era un trabajo de chinos, pero me encantaba hacerlo”, reconoce. En esas hojas de cálculo escritas a mano, se aprecia, entre otras cosas, el hecho de que en enero se registraban muy pocas ventas, las cuales iban incrementándose con la llegada de la temporada turística. A título de ejemplo, en el año 1985, las ventas ascendieron a 41 millones de pesetas. La plantilla de la empresa la componían seis representantes y el propio Rullán a la cabeza.

Otra característica de la empresa de Toni Rullán era la puntualidad y el rigor en las entregas. “Eso era ley, sin eso nada valía”. Para ello, Rullán empezaba la jornada a las siete de la mañana y llegaba a casa para cenar. En todo caso, él confiesa que la clave del éxito de la empresa es “contar con un buen equipo de reparto y de comerciales; como dueño, hacer las cosas bien sin engañar a nadie y tener la capacidad de reinvertir año tras año el beneficio en la propia empresa, para seguir dando trabajo a todos los empleados”.

En 1991, Rullán inició su aventura en el Polígono Can Valero con Rullán Navarro. “Hice construir una nave muy alta para ganar espacio. Con la adquisición del local en el polígono, nos ahorramos un alquiler importante. En aquella época, de alquiler, se podía llegar a pagar mil pesetas por metro cuadrado, y eso era mucho dinero”. Aquel cambio de ubicación fue un espaldarazo para la empresa, un punto de inflexión incuestionable.



La empresa Rullán Navarro se constituyó en 1991, coincidiendo con su llegada al Polígono de Can Valero.

“Considero que empresarios y trabajadores se necesitan mutuamente. Los unos sin los otros no irían a ninguna parte”.

La constancia, el trabajo bien hecho, el buen servicio a los clientes ha permitido a Rullán Navarro no sólo mantenerse sino incluso crecer y mejorar. Hubo un momento en que hizo una incursión en Menorca e Ibiza, pero la idea no cuajó (“había muchos gastos”) y se abandonó. En la actualidad, la empresa Rullán Navarro cuenta con una plantilla de una veintena de trabajadores. Entre ellos, están los dos hijos de Rullán; es decir, la segunda generación: Toni y Silvina. Él trabaja en el departamento de logística y ella, en el departamento comercial y gerencia. Gracias al apoyo que siempre tuvo de su mujer, y a la continuidad de sus hijos, ahora está tranquilo sabiendo que la empresa que construyó perdurará en el tiempo.

Para Rullán, “el trabajo fue todo un entretenimiento a la vez que una manera de ganarme la vida”. Dice que no por el hecho de ser empresario uno debe verse o creerse superior a los demás miembros de la empresa. “Un empresario que ha sido educado como Dios manda se dará cuenta de que no es más que cualquier otro trabajador aplicado de la empresa. Yo, a mis trabajadores, más que empleados, los considero amigos. Considero que empresarios y trabajadores se necesitan mutuamente. Los unos sin los otros no irían a ninguna parte”.

Afirma orgulloso tener empleados que han desarrollado toda su vida laboral junto a él. “Por ejemplo, tenemos a uno que empezó como mozo, luego fue chófer y finalmente jefe de almacén”. Este mismo carácter humilde y senc-



llo le lleva a decir: “La ostentación, si no la sabes llevar, te acarreará muchos problemas”.

En su momento, Toni Rullán fue socio-accionista de Macià Batle, una de las referencias claras del vino mallorquín. “El vino de Mallorca ha ido ganando prestigio y calidad. Hoy en día, es prácticamente imposible encontrar una carta en Mallorca sin vino mallorquín. Todavía estamos en el *boom* iniciado años atrás. Los alemanes, por ejemplo, lo consumen mucho y se lo llevan a su país. Lo que hace falta, en mi opinión, es todavía mayor inversión, aunque se está en el buen camino”.

A la pregunta de si la crisis ha afectado muy gravemente a la empresa, la respuesta de Toni Rullán es tajante y rotunda: “No”. Y la explicación la siguiente. “Nosotros nos hemos podido mantener estables, por las claves a las que he aludido anteriormente: buen producto y buen equipo de profesionales a mi alrededor”.

Finalmente, preguntado sobre si el mundo vitivinícola tiene algo que ver con lo que mostraba del mismo la famosa serie norteamericana *Falcon Crest*, Toni Rullán lo desmiente categóricamente. “Las películas son eso, películas, aunque es indudable que a mí este negocio me satisface mucho”.

En cualquier caso, él –a pesar de no ser un gran bebedor de vino- atesora en el sótano de la sede de Rullán Navarro una vinoteca que haría las delicias de los aficionados al mundo del vino y los licores. Como si de un museo se tratara, Rullán tiene expuestos caldos y licores de todo tipo y condición, y de gran variedad de añadas.

“El vino de Mallorca ha ido ganando prestigio y calidad. Hoy en día, es prácticamente imposible encontrar una carta en Mallorca sin vino mallorquín”

Isaac Sánchez Martín

Sánchez Alimentación

“Alguien me dijo que tenía un mal panorama por delante. Contesté que ellos serían el elefante y yo una pulguita que se alimentaría con los restos que dejara el elefante...”

“Lo mío sería imposible llevarlo a cabo a día de hoy”. Quien esto confiesa es Isaac Sánchez, el fundador y artífice de Sánchez Alimentación, una de las empresas de referencia en el sector de la distribución de los productos de alimentación.

Nacido en 1941 en el pequeño pueblo abulense de San Esteban del Valle, en el seno de una familia dedicada al cultivo del campo, al cuidado de las tierras, Sánchez fue labrando su futuro desde jovencito. “A los 14 años, como no había posibilidades de seguir estudiando, empecé a trabajar con mi padre en un pequeño almacén de materiales de construcción que abrimos. Para hacer el reparto, el método de transporte era... ¡un burro!”, recuerda simpáticamente. A temprana edad vio y vivió cómo funcionaban los negocios, los tratos comerciales.

Pero, ¿por qué llega a Mallorca? La “culpa” la tuvo el servicio militar... A Isaac Sánchez le correspondió en suerte (nunca mejor dicho) Mallorca; en concreto, la zona aérea de Baleares. “Yo sólo había oído hablar de Mallorca como lugar donde la gente venía a disfrutar, por ejemplo, para las lunas de

miel”. Hasta los 21 años, Isaac no había estado todavía ni en Ávila, ni se había subido a un tren, menos a un barco, ni había visto el mar... Pero todo ello iba a cambiar gracias a la “mili”.

“Me subí a un tren hasta Valencia, la víspera de San José de 1963. Tuve oportunidad de ver las Fallas. Luego cogí un barco para cubrir la travesía entre Valencia y Palma. Y de ahí, a mi destino, Puerto de Pollença, donde debía permanecer hasta septiembre del año siguiente”. El caso es que le licenciaron antes (sobraba tropa) para alegría de todos sus compañeros y profundo disgusto de Isaac. “Yo estaba encantado con mi vida de entonces. Era feliz. De modo que no conté nada de mi licenciatura a mis padres y decidí quedarme en Mallorca, al menos hasta septiembre. Le dije al sargento, en el bus, que al llegar a Plaza España me preguntara si me quedaba en Mallorca o seguía camino, como todos, hasta el puerto. Y decidí que me quedaba. Ahí deshojé la margarita”.

El caso es que se bajó del bus para quedarse en Mallorca (eso sí: no podía suponer entonces que sería para el resto de su vida). “Me esperaba un amigo que trabajaba en Grifería Buades, y lo cierto es que dormí en un almacén pequeño junto a otra mucha gente, todos apilados. Recuerdo que para lavarnos teníamos que extraer el agua de un pozo...”.

Todo lo que tenía en la cartera Isaac Sánchez en ese momento eran 700 pesetas, con lo cual tenía que controlar mucho sus gastos, hasta el punto de que la dueña del Bar Las Campanas (por la zona de calle Aragón de Palma), le dijo una vez: “Aquí no sólo se despacha agua...”.

“Un día, montado en el bus, vi en el periódico un anuncio que me llamó la atención. Era de Plaza y Janés, y la referencia física, la calle Blanquerna. Ahí me presenté y me aceptaron como vendedor de libros”. Como quiera que el trabajo nunca asustó a Isaac y que sus dotes comerciales no tardaron en aflorar, empezó a destacar como representante de libros. Al poco tiempo, se convirtió en el número 1 en ventas de Plaza y Janés, a lomos de una *lambratta*.

Ambicioso y decidido, Isaac Sánchez también empezó a dejarse ver por los hoteles para ampliar su cartera de clientes. Con sólo seis meses trabajando como representante, Isaac llegó a ganar 30.000 pesetas mensuales, cuando

“Para el reparto del material de construcción de la empresa de mi padre, el método de transporte era... un ¡burro!”

un amigo suyo, empleado en el Banco Central, percibía 8.000. “Me decían entonces que ni el ministro Fraga ganaba lo que yo”.

Isaac Sánchez cotizaba alto. Corría el año 1965, y en Gallina Blanca publicaron un anuncio que él atendió de inmediato. Pero, tras la preceptiva entrevista, no lo incorporaron. Se asustaron al constatar lo que Sánchez percibía en su anterior empleo.

El caso es que enseguida lo fichó Distribuidora Carrogio, con la ventaja de que esta empresa tenía una colección más completa en el ámbito editorial. Estuvo un año largo, hasta 1966, en el que adquirió un Seat 600 color verde claro que no pasaba inadvertido. “Tardaron medio año en suministrármelo. Estaba yo encantado con ese coche, que tenía de todo, claxon, bandeja... Incluso un amigo me preguntó si llevaba también máquina de afeitar incorporada...”.

Aprovechaba su recorrido por la zona de Campos, Felanitx... para seguir vendiendo libros. “Había salido entonces la ‘Gran Enciclopedia del mundo’, de Menéndez Pidal. Costaba la friolera de 11.000 pesetas”. Con todo, su mejor operación en el mundo editorial “fue con el delegado del Gobierno en Menorca, Carlos Salord, al que un sábado por la tarde le vendí la enciclopedia Espasa Calpe. La pagó al contado, y eran 42.000 pesetas”. También trabajó breve tiempo (unos meses) para la firma catalana Chocolates Oller, la primera empresa que le da de alta en la Seguridad Social, según recuerda.

Otra vez Gallina Blanca se cruza en su camino profesional en 1966. Y, esta vez sí, llegan a un acuerdo, e Isaac Sánchez empieza a trabajar para ellos. “Me metí de lleno en la línea de hostelería que habían creado para toda España. Me recorría toda la Isla, con especial atención por mi parte a colegios y conventos”. Los incentivos por ventas eran sustanciales. Y, para variar, Isaac seguía vendiendo sin freno. El primer año por valor de millón y medio de pesetas; el segundo, tres millones; y el tercero (hasta octubre de 1969) ya alcanzaba los nueve millones. “Había una comisión especial, muy grande, si conseguíamos vender las 21 referencias de la gama de producto.



“En 1969 tenía dos trabajadores, y puedo decir con orgullo que uno de ellos sigue a día de hoy trabajando en mi empresa”

Y lo conseguí, aunque la última costó lo suyo. Con ello, gané 90.000 pesetas”

Pero ahí fue el principio del fin en la historia entre Gallina Blanca e Isaac Sánchez. “Me intentaron ‘colar’ a un nuevo fichaje para que nos ocupáramos los dos de mis responsabilidades, repartiéndonos los clientes, y no lo acepté”. De modo que una vez cobradas las 90.000 pesetas, Isaac confesó que se iba a trabajar a Interl, una empresa formada por antiguos trabajadores de Starlux y de Orlando. Ello supuso un gran disgusto para los responsables de Gallina Blanca y en su propia familia. “En aquel entonces, yo ya estaba casado, con un hijo y una hipoteca a cuestas, pero hice números y decidí cambiar”.

Corría 1969. Isaac Sánchez daba sus primeros pasos en su aventura empresarial en solitario de lo que hoy se conoce como Sánchez Alimentación. Isaac cogió en primer momento la representación de Interl y luego llegarían otras cuantas. Montó un pequeño almacén de 50 metros cuadrados para los productos en los bajos de su piso en Palma. Se estaba gestando su propio negocio... Meses después adquirió otro local ya más amplio en la carretera de Valldemossa, al tiempo que también compró un vehículo de reparto. “Tenía en aquel entonces, en 1969, dos trabajadores, y puedo decir con orgullo que uno de ellos sigue a día de hoy trabajando en mi empresa”.

En 1975, los hermanos Sabater le propusieron a Isaac Sánchez que visitara unas instalaciones que tenían en propiedad en la calle 16 de julio del Polígono de Son Castelló. “Me subí a su Mercedes y cuando vi aquella nave me quedé perplejo, maravillado. Sobre todo, al ver cómo no tenían que levantar la puerta, sino que era una puerta automática... En fin, que llegamos a un acuerdo y compré su local”.

En toda aventura empresarial, hay altibajos, momentos en que todo va viento en popa y momentos en que parece que no soplan vientos favorables. “Sí, siempre hay momentos de dificultad. Recuerdo que, en 1976, el primer año de la democracia, la inflación llegó al 27 por ciento. Yo vendía y compraba a plazo, con lo cual los bancos no se atrevían a financiarme, porque los informes bancarios sobre mi patrimonio



“Lo mío sería imposible llevarlo a cabo a día de hoy”

se limitaban a decir que estaba pagando un piso a plazos y que tenía un coche. Antes se funcionaba con contratos privados entre los particulares, sin intermediación de los bancos, con lo cual me faltaba una escritura pública, que me formalizó Toni Costa, director del Banco Exterior. Ése fue el aval necesario para poder operar con el resto de entidades financieras”.

Con el apoyo financiero necesario, la empresa Sánchez Alimentación empezó a crecer como la espuma... a pesar del alto precio del dinero y de que los hoteleros crearon su propia cooperativa, que funcionó durante 16 años. “Recuerdo que alguien me dijo que tenía yo un mal panorama por delante. Y le contesté diciéndole que ellos serían el elefante y yo una pulguita que se alimentaría con los restos que dejara el elefante...”.

Si bien la empresa empezó atendiendo las demandas en las ramas de alimentación y de hostelería, al fin optó por dedicarse en exclusiva a esta última, con lo cual el componente de la estacionalidad, que afecta a todo el sector turístico, está ahí... “Consideramos que la fidelidad es muy importante y me siento orgulloso de que algunos de nuestros trabajadores lleven más de 20 ó 30 años con nosotros. La estacionalidad en el sector existe y será muy complicado que esto varíe, pero procuramos mantener a nuestros mejores trabajadores fijos todo el año”.

Y, fiel a sus orígenes, Sánchez Alimentación sigue estando hoy en la calle 16 de Julio, pero lo que era un local de 1.800 metros cuadrados, hoy lo es de 5.000. Lo que era una pequeña flota de reparto, hoy son entre 15 y 20 vehículos de reparto. De los dos trabajadores iniciales, se ha pasado a unos 50 trabajadores, al frente de los cuales están los tres hijos (un varón y dos mujeres) de Isaac.

En todo caso, él sigue ahí, con visitas diarias a la empresa para no perder la costumbre e, incluso, realiza algunas visitas de cortesía a algunos de sus clientes “de siempre” y se toma un café con ellos.

“La estacionalidad en el sector existe y será muy complicado que esto varíe, pero procuramos mantener a nuestros mejores trabajadores fijos todo el año”



Gabriel Sampol Mayol

Sampol Ingeniería y Obras S.A.

“Estamos donde estamos por nuestra dedicación absoluta al trabajo”

Viste una camisa y un pantalón blancos, junto a una chaqueta verde en cuya solapa luce la Medalla de Oro del Mérito al Trabajo, otorgada por el Gobierno de España en 2011. Gabriel Sampol, presidente de Sampol Ingeniería y Obras, comenta que detrás de esta medalla “hay mucha historia”. Y empieza a relatarla.

Nacido en Montuïri en 1936, Sampol recuerda haber estado en un refugio de Palma en el curso de la Guerra Civil. Una figura a la que aludirá repetidamente a lo largo de la conversación es la de su padre, José Sampol, al que profesa auténtica devoción. “Mi padre repetía la frase ‘El futuro está en la electricidad’. Y en esa materia se formó en Barcelona desde el año 1927, a pesar de no contar con el visto bueno de mi abuelo”.

La capital catalana estaba preparando un gran acontecimiento internacional, la Exposición Universal de 1929, y a José Sampol, integrado rápidamente a Cataluña, le vino muy bien para trabajar y formarse al unísono. “Pero mi madre –rememora Gabriel Sampol– le instó a regresar a Mallorca para trabajar en el negocio familiar de la harina, en Porreras y en Montuïri. Mi madre solía recordar que acababan blancos de harina pero que contaban los duros de plata”. Es decir, era un negocio boyante.

Con todo, el padre de Gabriel volvió a lo suyo y, en 1934, fundó la empresa Casa Sampol, en un principio dedicada a la fabricación y reparación de aparatos de radio. Una vez finalizada la Guerra Civil, en 1939, y en una Mallorca en la que proliferaban industrias y fábricas de todo tipo (zapatos, vidrio, tractores), según cuenta el propio Gabriel, la empresa empezó a funcionar como instaladora de electricidad y suministradora de grupos electrógenos. Su crecimiento resultaría imparable...

A todo esto, el joven y dinámico Gabriel cursó el Bachiller y superó el denominado examen de Estado, que le habría de suponer, en el momento de cumplir con el servicio militar, el trato de don y quedar exento de determinados trabajos. Gabriel hizo uso de la segunda prerrogativa; “aunque no de la primera”, advierte entre risas.

“Al acabar el Bachiller, mi padre, para que yo conociera de primera mano el trabajo, hizo que empezara a trabajar en la empresa como uno más. En aquellos tiempos, lo que decían los padres iba a misa. *Roma locuta, causa finita*, se decía. Recuerdo que fui víctima de alguna novatada. Por ejemplo, el encargado me dijo una vez: ‘*Gabrielet*, tráeme aquellos alicates’. Al cogerlos, me dio un buen calambre. En otra ocasión, me mandó a una bodega a comprar medio kilo de polvos de electroimán..., con la consiguiente carcajada del dependiente”.

En el año 1959, Gabriel Sampol empezó a estudiar para perito industrial (lo que equivalía a ingeniero técnico industrial) en la población catalana de Vilanova y la Geltrú. “Recuerdo los viajes en barco, en cubierta, hasta Barcelona, y de ahí en tren hasta la Universidad. Fue una época muy feliz. Muchos mallorquines nos hospedábamos en la Pensión Goya”.

Sampol pretendía licenciarse, pero no más que lo quería su padre. “Él quería para mí lo que él no pudo: ser perito”. Sin embargo, una llamada de la madre a Gabriel le hizo volver a Mallorca antes de terminar la carrera, para “socorrer” a su progenitor, que no alcanzaba para dar respuesta a tantos encargos como le llegaban en la empresa. Eran los años sesenta, y la Isla vivía su auténtico *boom* turístico.

Además de contar con Gabriel, la empresa amplió plantilla hasta superar los cincuenta empleados. “Trabajaban de lo lindo, doce horas o más, sábados y domingos incluso en ocasiones, y ganaban un dinerito. Eran cincuenta pero trabajaban como si fueran doscientos”. Casa Sampol se en-



“Sin formación, hubiera sido casi imposible sustituir a mi padre. Era, sin duda, uno de los mejores técnicos de Mallorca”

cargaba esencialmente de la instalación eléctrica para la incipiente planta hotelera y para distintas fábricas que acababan de asentarse en Mallorca. Esa dinámica de trabajo se prolongó a lo largo de prácticamente toda la década.

En 1967, José Sampol falleció víctima de un cáncer de pulmón. “Fue muy difícil sustituir a mi padre. De hecho, hubiera sido casi imposible si no me hubiera formado, porque él lo resolvía todo: diseñaba los planos, hacía los presupuestos, dirigía... Era, sin duda, uno de los mejores técnicos de Mallorca. Tuve que reenfocar mi vida y centrarme plenamente en el negocio”. Con todo, Gabriel Sampol tuvo tiempo para casarse, en 1969, y para ir aumentando progresivamente la familia con cuatro hijos: Carmen, José Luis, Juan Carlos y Fernando.

A finales de los años sesenta, la empresa ya contaba con un centenar de empleados. “Eran menos de 100, porque a partir de la centena todo se complicaba mucho más desde el punto de vista administrativo: había que tener médico de empresa, no sé cuántos liberados sindicales, etc...”.

En 1972, Sampol, contra todo pronóstico, se adjudicó el concurso para la iluminación de la Catedral de Palma. Esa obra supuso para la empresa el hecho de poder disponer de la imprescindible clasificación para concurrir a futuras convocatorias públicas de ámbito público nacional. Todo un futuro se abrió para la empresa mallorquina..., a partir de la obtención de la citada clasificación y de su buen hacer en el desempeño del trabajo. Así, irían llegando sin solución de continuidad el alumbrado de emplazamientos históricos en ciudades como Jaca, Ibiza, Teruel, Toledo...

Cuando en 1973 la crisis del petróleo se dejó sentir con fuerza, Gabriel Sampol, con la misma visión privilegiada y anticipada del negocio, extendió su abanico de actividad hacia el mundo aeroportuario, “un nuevo mundo, un nuevo mercado” que -hasta la muerte de Franco- estaba en manos de militares.

El caso es que, no sin dificultades, que las hubo y por doquier, la empresa sorprendía a propios y extraños. En primer término, por tratarse de una compañía mallorquina que superaba en las subastas para la adjudicación



“En una empresa familiar, la toma de decisiones siempre es más sencilla. Eso ha permitido además la reinversión de los beneficios en la compañía”

de las obras a empresas de la Península (mayormente de Madrid) con gran capacidad de influencia y presión y, en segunda instancia, por la forma, la efectividad y la rapidez con la que llevaban a cabo las obras. “Mis operarios eran y son los mejores. Todo el mundo quedaba asombrado con su trabajo”, comenta orgulloso Gabriel Sampol. En todo caso, reconoce que al competir por la obtención de obras de gran envergadura se ha sentido “como un David que lucha contra Goliath”.

También la lengua en la que hablaba la plantilla de Sampol causaba extrañeza en Madrid. Gabriel Sampol, sin pelos en la lengua, replicaba: “Ocurre que en Mallorca se habla mallorquín”.

Gabriel siempre estaba acompañado de su mano derecha, su fiel encargado general, Jaime Rosselló. “Era un auténtico número uno. Contaba con una capacidad innata para aprender y hacer las cosas. Nada tenía secretos para él, y eso a pesar de no haber podido estudiar en su juventud”. Rosselló falleció prematuramente a mediados de los años noventa, pero dejó su impronta en personas como Felipe de Haro y Ramón Fuster, que estuvo 50 años cotizando en la empresa, desde los 15 y hasta su jubilación, a los 65. Tras él, viene una larga lista de ingenieros con larga y fecunda relación profesional con la compañía.

Mientras su familia aumentaba y su empresa ganaba cuota de mercado y protagonismo, a Gabriel Sampol le quedaba una asignatura pendiente: retomar los estudios para obtener la licenciatura en perito mercantil, que logró en 1975. “Estuve una época yendo a Vilanova y la Geltrú cada lunes para completar mis estudios y licenciarme”. En esa época, los viajes hasta Barcelona ya los hacía en avión. “Recuerdo asimismo que me encerraba en mi despacho para estudiar, y decía a mis hijos: ‘No molestéis a vuestro padre, que está ocupado’”.

Un punto de inflexión clave para la empresa fue la adjudicación del balizamiento del aeropuerto de Barajas, en 1974. “Aquella obra equivalía a la instalación de diez hoteles de cinco estrellas, y debía completarse en nueve meses”. Una vez más, el gran éxito en aquella gran obra le serviría de aval para futuros trabajos.

En los años 90, la empresa inició su primera fase de internacionalización con la llegada al Caribe de mano de los hoteleros mallorquines. En primer



“En varias ocasiones, me he sentido un David luchando contra Goliath”

término y sobre todo, con Luis Riu. “Con los Riu, primero con el padre y después con su hijo, ha sido con los únicos que hemos acordado trabajos importantes sin más rúbrica que nuestra palabra”. Así, Sampol empezó en República Dominicana, para seguir con México, Jamaica... Además de la fantástica sintonía con los Riu, la buena relación con los Barceló o Piñero, entre otros, le ayudó en su singladura caribeña... Eso, y su *know how*, claro está.

A partir de 1994, empezando con Carmen (hoy consejera delegada), todos los hijos de Gabriel Sampol se fueron sumando a la empresa en sus distintas funciones. “La incorporación de mis hijos, la tercera generación de la empresa, se ha ido haciendo progresivamente y con total normalidad”. En cualquier caso, afirma Sampol, “al ser una empresa familiar, la toma de decisiones siempre es más sencilla. Eso por una parte. Por otra, también ha permitido la reinversión de los beneficios en la compañía. Esta situación, en una empresa que no sea familiar, se hace mucho más difícil”.

La segunda internacionalización vino tras la llegada de la última crisis, con obras para hoteles, toda vez que la obra pública en España estaba parada o prácticamente bajo mínimos. Sampol acometió en 2012 un ERE en el marco de la Reforma Laboral, “porque no quedaba otra que adaptarse al mercado y a la demanda, como siempre ha sucedido”. A día de hoy, en su conjunto, Sampol Ingeniería y Obras cuenta con una plantilla de un millar de trabajadores, de los cuales un centenar son ingenieros.

Finalmente, Gabriel Sampol analiza la figura del empresario. “Yo nací empresario y he seguido la ruta marcada. Claro que el mundo de la empresa tiene sus riesgos, pero tengo asumido que no hay negocio sin riesgo. Siempre hay dificultades, pero hay que saber vencerlas con dedicación y entrega. Hay pros y contras, como en todo. Me consta que hay empresarios con mala reputación, pero yo sólo puedo hablar de mí mismo, y, en ese sentido, tengo que subrayar que allá dónde voy me siento valorado y apreciado”.

Con sus 80 años a cuestas y una memoria privilegiada, Gabriel Sampol acude a diario a las oficinas de la sede central de la empresa, en Son Castelló. “Ahora quizás trabaje al 70 por ciento, y porque tengo presiones familiares –dice, esbozando una sonrisa– pero antaño la implicación era del 100 por ciento. Si estamos donde estamos es por la dedicación absoluta de todos los trabajadores de la empresa al trabajo. Y siempre he disfrutado trabajando, tanto como quien disfruta viendo un partido de fútbol”.

“Siempre he disfrutado trabajando, tanto como quien disfruta viendo un partido de fútbol”

Damián Sbert Jordi

La Herramienta Balear

“Con motivación y vocación, los sacrificios del empresario se hacen mucho más llevaderos”

Ángel Sbert, cuyas raíces se hallan en la población menorquina de Alaior, constituyó en Palma, en el año 1968, la empresa La Herramienta Balear. Tras su fallecimiento en 2009, tres de sus cuatro hijos llevan las riendas de la compañía, que se apresta a celebrar su 50 aniversario con una plantilla estabilizada y con una sede central –en la calle Gremio Boneteros del polígono de Son Castelló– ampliada sustancialmente en 2015 para dar mucho mayor protagonismo a la zona de exposición.

Sus hijos recuerdan de Ángel Sbert su permanente inquietud por mejorar, por dar un mejor servicio al cliente... “Mi padre creó la empresa después de trabajar largo tiempo en compañías del sector. No tenía estudios, porque no pudo tenerlos, y empezó desde la base, como mozo de almacén. Recuerdo su total implicación para con el trabajo, pero con un aspecto muy destacable que nos inculcó desde el primer día: había que discernir entre lo que pasaba en la empresa y lo que era la vida en casa, puesto que consideraba muy importante poder desconectar”, rememora Damián Sbert.

Damián es el menor de los cuatro hermanos y se ocupa del área administrativa y financiera, en tanto que Cristóbal (Tòfol) lo hace de los temas comerciales, y Juana María de la parte patrimonial.

La primera sede de La Herramienta Balear (dedicada al suministro de herramientas y útiles para profesionales) estuvo en la calle Pedro Alcántara Peña, para pasar cinco años más tarde a la calle Aragón. “Siendo niños ya teníamos vínculo con la empresa. De hecho, el autobús de la escuela nos dejaba justo en frente de la misma, en la calle Aragón. A mí particularmente, siempre me gustaba pasar ratos ahí. Desde la adolescencia, pasábamos los

veranos trabajando, aportando nuestro granito de arena al crecimiento de la empresa. Yo lo vivía como un premio, me gustaba aquello”, comenta Damián, que recuerda asimismo la ilusión que le hacía a su padre que ellos, sus hijos, siguieran con el negocio que él había creado prácticamente de la nada.

También rememora que él y su hermano acompañaban a su padre a ferias del ramo en la Península para que se fueran imbuyendo de todo lo que tenía que ver con el negocio. Los cinco sentidos puestos en el mismo para su progresión diaria, con nuevas referencias de producto y, sobre todo, un servicio al cliente diferencial. “El mundo de la empresa nunca ha sido fácil, y ahora menos. Escuché en una conferencia de la Asociación Balear de la Empresa Familiar que antaño los grandes cambios se correspondían con los cambios generacionales. Ahora no, ahora todo cambia a mucha mayor velocidad, ya sea por la tecnología, por la globalización... Y lo cierto es que para poder seguir el ritmo de esos cambios, se requiere mucho esfuerzo y mucha formación”.

“Nuestro padre nos dejó una empresa con una estructura muy firme y un recorrido de futuro muy claro”

Un punto de inflexión en la trayectoria de La Herramienta Balear fue el traslado de la sede central al Polígono de Son Castelló, donde está desde 1999. El crecimiento de la empresa así lo recomendaba. En cualquier caso, según Damián Sbert, “desde fuera siempre es muy fácil llevar la contabilidad de los demás; sólo vemos el ‘haber’, pero no el ‘debe’. Y detrás de todo empresario hay mucha vocación, mucho esfuerzo, muchos quebraderos de cabeza..., aunque también hay alegrías y satisfacciones, claro está”.

En esta misma línea, añade: “Con motivación y vocación, los sacrificios del empresario se hacen mucho más llevaderos. En caso contrario, son mucho más difíciles de asumir. Soy de la opinión de que la constancia en el mundo empresarial es básica; hay que perseverar, estar ahí un día sí y al siguiente también; tienes que gestionar adecuadamente los recursos, conocer el entorno, los clientes, los proveedores, las nuevas técnicas...”.

A propósito de la formación, ésta ha sido una de las bases que en La Herramienta Balear siempre han tenido muy en cuenta. “Constantemente, hay que formarse e informarse. Y para la formación, nosotros contamos con la ayuda inestimable de varios de nuestros proveedores. Porque, como solía decir mi padre, ‘el sistema no puede fallar’. El valor añadido que damos al cliente viene a través de la entrega inmediata, el stock de producto, la asesoría técnica... y tenemos que estar preparados para ofrecer el mejor servicio en esos aspectos”.

A pesar de la fortaleza y de los buenos cimientos de la empresa, no pudo permanecer ajena a la crisis. Una crisis que, por su gravedad y duración, sorprendió a propios y extraños, “especialmente, al menos en mi caso, por la rapidez con la que se desarrolló. Nos permitió darnos cuenta de que muchas empresas tenían una estructura frágil. Muchas, por desgracia, se han quedado en el camino –comenta Damián Sbert. Creo que el componente suerte es importante en esos casos, porque el empresario siempre juega con el riesgo. Claro está que, además de la suerte, importa (y mucho) el hecho de tener una buena gestión, una buena gerencia empresarial”.

En este sentido, el menor de los hermanos Sbert se manifiesta “orgulloso” por el hecho de que La Herramienta Balear haya sabido salvar la crisis, aunque para ello haya sido necesario tomar “decisiones difíciles, sobre todo el despido de personas a las que conoces y aprecias”. Dice Sbert que “lo peor de la crisis para nosotros creo que ha quedado atrás, pero se trata de estar preparado para las siguientes, porque seguro que, tarde o temprano, llegarán”.

Respecto al papel que, en muchas ocasiones, se otorga en los últimos tiempos a los empresarios como si fueran los culpables de muchos de los males de nuestra sociedad, Damián Sbert tiene una opinión muy clara. “¿Los malos de la película? Entre los empresarios, como en todos los colectivos, hay personas de todo tipo y condición. Pero particularmente en los polígonos la mayor parte de los empresarios son personas hechas a sí mismas, que han crecido junto a sus empleados. Muchas veces la relación va más allá de lo profesional, para entrar en lo personal. Por tanto, no estoy de acuerdo en que los empresarios tengamos que ser vistos como los malos de la situación económica actual”.

En sus inicios, la empresa contaba con pocos trabajadores (cuatro o cinco); en la actualidad está en 37, mientras que el punto máximo de personal contratado fue antes de la crisis, con 45 empleados. Uno de ellos, Bernat Sabater, supera los 45 años de trabajo en la empresa. Además, una decena supera los 20 o 25 años en La Herramienta Balear.



“Siendo niños ya teníamos vínculo con la empresa. De hecho, el autobús de la escuela nos dejaba justo en frente de la misma, en la calle Aragón”

A lo largo de todos estos años, la empresa ha vivido en primera persona la idiosincrasia de Mallorca y, también, de su economía. “Diría que somos muy ‘roquers’. Como nos jugamos lo nuestro en nuestras empresas, los empresarios mallorquines solemos ser reservados, desconfiados...”.

Damián Sbert habla de la incorporación de la tercera generación de los Sbert en la empresa. “La ilusión de que tengamos una continuidad familiar en la dirección de la empresa está ahí; cada uno de los hermanos hemos tenido dos hijos. Pero lo tenemos que organizar bien; del mismo modo que nuestro padre nos dejó una empresa con una estructura muy firme y un recorrido de futuro muy claro, ahora nos corresponde a nosotros dejar a nuestros hijos una empresa con cierta estabilidad y garantías. A nuestros jóvenes, yo les denomino la primera generación Smartphone. Las nuevas tecnologías no es lo que viene, es lo que hay”.

En todo caso, en La Herramienta Balear –según comenta Damián Sbert– abogan por la entrada de savia nueva, de jóvenes que aporten su visión de las cosas, nuevos planteamientos y actitudes... Con ello, el beneficio será para la empresa y también para sus clientes.

En este sentido, afirma que “en la empresa valoramos la personalidad de las personas que contratamos. Contamos mucho con la gente joven, y les queremos dar una formación profesional acorde con las necesidades y la idiosincrasia de La Herramienta Balear”.

Con jóvenes y mayores, con clientes y proveedores, pero sobre todo con un rumbo muy claro, lo cierto es que lo que empezó como un local en la calle Pedro de Alcántara Peña, se ha convertido en una inmensa central (en Son Castelló), además de sedes en los polígonos de Can Valero, de Marraixí y Son Bugadellas, en Calviá. “Hoy en día el mercado está en los polígonos. Y es importante que mantengan buenas comunicaciones”, asegura Damián, que añade que el reto diario de La Herramienta Balear es “ofrecer un buen servicio y un valor añadido a los clientes”.

¿Qué le dice la palabra crisis? Gestión. Si algo ha aprendido de la crisis de estos últi-



“Los empresarios mallorquines solemos ser reservados, desconfiados...”

mos años es que “sin gestión no se superan los obstáculos”. El mundo no ha cambiado tan deprisa como en la actualidad y en los cambios están las oportunidades, por esto “no podemos quedarnos parados”.

En su agenda diaria, además de mucha ilusión, innovación y ganas de superación, tiene un abanico de peticiones. A las Administraciones, simplificación en mayúsculas. “Tanto las empresas ya consolidadas como las de nuevos emprendedores necesitan facilidad en los trámites”. A las entidades financieras, apoyo. “Las empresas jóvenes de ahora serán las grandes empresas del mañana. Todo nuevo proyecto tiene un componente de riesgo, pero si sólo financiamos lo ya consolidado, sólo avanzamos, pero no evolucionamos y el mundo está en constante evolución. Para ello se precisa de una simplificación de la administración eliminando trabas burocráticas y en muchos casos innecesarias”. A la Universidad, formación. “Hay que formar a las futuras generaciones, no sólo con formación teórica y práctica, sino también en ilusión y espíritu emprendedor”.

Si algo contagia es el positivismo ante el futuro y aboga por un crecimiento sostenible y consolidado de las empresas baleares. “Es necesario crecer pero con bases sólidas. Dar un salto cuantitativo en una empresa consolidada es tan importante como abrir un nuevo negocio, por lo que es necesario redactar un plan estratégico y analizar si es rentable crecer”. Pero, además, cree que la innovación y el talento deben jugar un papel clave. “Es fundamental no anclarse en lo que ya funciona ahora, esto no refrenda que en el futuro siga siendo igual; por lo que los gestores de empresas deben estar atentos siempre a nuevas oportunidades”.

Si su padre defendió siempre las siglas de ASIMA, él junto a su hermano siguen su estela y participan activamente en la vida de la asociación. “Nuestro mensaje de futuro se llama unidad, no sólo como la asociación que ya somos, que, sin lugar a dudas, se gestiona extraordinariamente, sino también buscando el encuentro constante entre empresarios”.

“Contamos mucho con la gente joven, y les queremos dar una formación profesional acorde con las necesidades y la idiosincrasia de La Herramienta Balear”

Juan Manuel Serra Arnau

Auxiliar de Aguas, Centro Porsche Baleares y Suzuki Tecnicars

“Tomar decisiones acertadas es importantísimo, en la empresa y en cualquier ámbito de la vida”

Juan Manuel Serra Arnau nació en Palma de Mallorca en 1966, está casado con Bárbara Prohens y tienen dos hijos, Cristina y Joan. En 1988, su padre, Manuel Serra Casanova, fundó la empresa Auxiliar de Aguas y Alcantari-llados, S.A. Juan Manuel Serra, después de completar el servicio militar y abandonar los estudios universitarios, empezó su andadura profesional junto a su padre. Pero, desgraciadamente, solo 4 años después Manuel falleció de manera repentina. Ese hecho le supuso afrontar una situación muy dura y difícil asumir la ausencia de su padre, por una parte, y ponerse al frente del negocio en solitario.

En aquel momento, Juan Manuel tuvo que hacer acopio de toda su fuerza y su talento para sacar adelante la empresa. “Estaba solo, no me quedaba más remedio que tirar hacia delante. Lo más difícil fue, seguramente, el hecho de tener que tomar en solitario decisiones estratégicas y responsables para la empresa que afectarían a la marcha de la misma a lo largo de los años”.

Durante los casi 30 años de existencia de la empresa Auxiliar de Aguas ha pasado de tener unas instalaciones de 200 metros cuadrados en Palma a más de 8.000 metros cuadrados en el Polígono de Can Valero actualmente.

“Hemos pasado periodos de crisis pero tengo la satisfacción de no haber presentado ningún ERE. Desde los comienzos he intentado que la empresa sea dinámica, al desarrollar una labor básicamente comercial; es muy importante adaptarse a las necesidades de los clientes y del mercado. Con eso quiero decir que hay que innovar, en la forma de vender y, por supuesto, en el abanico de productos que ofrecer. Hay que renovarse con sentido común, porque tampoco vale todo”, comenta Serra.

“Cuando falleció mi padre, en 1992 estuve sólo, no me quedó más remedio que tirar hacia adelante”

“Por ejemplo hace 25 años nosotros no vendíamos equipamientos hoteleros, ahora es un capítulo importante para nosotros. Eso hace que sectores como las infraestructuras hidráulicas en los que somos líderes y en estos momentos están pasando horas muy bajas se vean compensadas las caídas de ventas.”

Por otra parte, señala que “uno de nuestros valores es nuestro equipo humano, siempre he estado y estaré dispuesto a escuchar las inquietudes de mi equipo, tienen mi despacho abierto; al fin y al cabo sus problemas, aunque sean personales o familiares, también me afectan y repercuten, por lo tanto siempre intento ayudar.”



De igual manera, Juan Manuel Serra está atento permanentemente a las oportunidades que el día a día económico le puede ofrecer. Así las cosas, en el año 2011 toma la decisión de apostar por la automatización y hacerse con la concesión de la marca Porsche en Baleares. “En esta decisión, cabe decirlo, tuvo mucho que ver la recomendación de Jaime Nadal, que estaba trabajando con nosotros como gerente y conoce muy bien el sector”.

“Lo más difícil seguramente fue el hecho de tener que tomar, durante bastantes años, decisiones estratégicas para la empresa en solitario”

“Cuando decidí apostar por Porsche, que venía de una situación muy complicada, muchos amigos me preguntaban si estaba seguro de ello, si me lo había pensado bien”. Los resultados, por el momento, le están dando claramente la razón, si bien, dice el propio Juan Manuel Serra, “no se trata de que vaya bien solo unos años, sino de que podamos consolidarnos como concesionario; yo no soy de pelotazos, siempre miro a largo plazo”.

Lo primero que hizo Serra al frente de la concesión Porsche fue un lavado de cara de las instalaciones, “una actualización”, como le gusta denominarlo. En lo relativo a la plantilla, se reunió individualmente con cada uno de los trabajadores, y todos confiaron en él y en su nuevo proyecto para la marca. A día de hoy, la plantilla ha aumentado un 50 por ciento y las ventas un 300 por



“La calidad del producto y del servicio deben primar siempre”

ciento. “En 2012, 2013 y 2014 fuimos nombrados concesionarios del año por parte de la marca”, subraya.

El siguiente paso importante en la empresa fue el traslado en octubre de 2016 a Camí dels Reis 166, en el Polígono de Can Valero, a unas nuevas instalaciones consideradas como modélicas por parte de la marca con más de 4.500 metros cuadrados exclusivos para Porsche.

Dice el refrán “No hay dos sin tres”. De esta manera, Juan Manuel Serra incorporó una tercera pata a su grupo de empresas: a Auxiliar de Aguas y al concesionario Porsche, se unió en 2014 el concesionario Suzuki. “Estamos en Gran Vía Asima, un buen emplazamiento. Se trata de una marca japonesa que ofrece un producto de gran calidad a unos precios muy correctos. Tuvimos opciones de incorporar otras marcas, pero optamos por Suzuki. Ya en 2015 fuimos el concesionario número 2 de España, y durante el primer año tuvimos un crecimiento del 217 por ciento”.

“Estoy muy orgulloso de no haber presentado ningún ERE en los peores momentos de la crisis”

Juan Manuel Serra asocia la palabra “éxito” a sus empresas. Pero, ¿dónde hay que buscar la clave de ese éxito? Él mismo da las claves: “Tomar decisiones acertadas es importantísimo, en la empresa y en cualquier ámbito de la vida. También lo es asumir que si uno se equivoca, no puede estar permanentemente fustigándose por ese error, sino que tiene que levantarse y seguir. El hecho de elegir bien a las personas que te rodean es muy importante, es clave.”

En este sentido, en referencia a las personas que rodean a Juan Manuel Serra, cabe destacar a su esposa Bárbara Prohens, con sus más 26 años de experiencia como ejecutiva de banca. “Sin su ayuda y sus consejos no habría podido hacer tanto”. Prohens también ejerce como consejera para el grupo de empresas aportando toda su experiencia y buen hacer.

Juan Manuel Serra reflexiona en voz alta sobre el rol del empresario en nuestra sociedad, sobre su reputación y sobre el papel de ASIMA en calidad de vicepresidente. “La función del empresario y de la empresa es crear riqueza y puestos de trabajo. Ha habido empresarios que han vivido del pelotazo, de la política del ‘coge el dinero y sal corriendo’, y esto, que duda cabe, nos ha hecho mucho daño a todos, estos no son buenos empresarios, la sociedad no tiene que pensar que todos los empresarios somos así”

Finalmente, respecto de ASIMA, afirma que “es una asociación creada por y para los empresarios. Ayudamos en lo posible (si no hacemos más es porque la Administración, en ocasiones, nos pone barreras) en la convivencia de las empresas en los polígonos industriales; en las relaciones con el Ayuntamiento y las distintas administraciones que tienen competencias en polígonos, intentamos ser la voz de nuestros asociados para poder hacer un poco más de fuerza ante las mismas; individualmente, es muy difícil”.



Alejandro Sillero Rodríguez

Distribuciones Sillero

“Te tiene que gustar lo que haces y ponerle toda la pasión del mundo”

Es un hombre hecho a sí mismo. El corazón y los cinco sentidos puestos al servicio del trabajo, ya fuera como peón de albañil, pinche de cocina, camarero, pintor, vendedor de libros... o como empresario. El tiempo y su trayectoria permiten añadir a ese sustantivo el adjetivo exitoso, aunque él, Alejandro Sillero, prefiere los hechos a las palabras y no es amante de la ostentación.

“Te tiene que gustar lo que haces y ponerle toda la pasión del mundo. Yo, a estas alturas, sigo teniendo la misma ilusión por venir a trabajar a las siete de la mañana que el primer día”, comienza diciendo. Y “hay que creer en lo que estás haciendo, sin dejar de aprender nunca. Si te acomodas, malo...”, prosigue.

Alejandro Sillero nació en Zambra, una pedanía del pueblo cordobés de Rute, allá por 1955. Tiempos de postguerra, tiempos de escasez para muchas de las familias españolas. La suya (él fue el segundo de cuatro hermanos) no fue una excepción. El padre ejercía de pintor y la madre, de ama de casa.

“Con 14 años empecé a trabajar. No fui un niño estudioso, aunque luego, a lo largo de mi carrera profesional, siempre me he ido formando, porque es, más que necesario, imprescindible. El caso es que me fui a Barcelona para trabajar en la Costa Brava, para la temporada alta. Empecé de pinche de cocina en Calella, pelando patatas, descabezando pescado... Recuerdo el sueldo: 3.000 pesetas al mes”.

Después de aquella primera aventura profesional, volvió a su pueblo natal, para al poco tiempo, junto a su hermano, probar fortuna en Mallorca. Em-

pezó de peón en la construcción, y lo siguiente fue camarero. “¿En este país quién no ha sido camarero?”, se pregunta. “Es importante, porque aprendes a ser comercial, esa parte es y será siempre muy importante para el éxito de una empresa”.

Dos años más tarde, llegarían a la Isla sus padres y sus dos hermanas. Mallorca ofrecía buenas expectativas, y había que aprovecharlas, aunque fuera trabajando duramente, claro está. Rememora sin que se le caigan los anillos los tiempos en los que trabajó de pintor o de vendedor de libros, para la editorial Crepsa, con la obra *Maravillas del saber*. “Teníamos fichas de todos los niños e interrumpíamos la comida de sus familias porque era al mediodía cuando sabíamos que los padres estarían en casa”. Esa faceta profesional la desempeñó, con éxito, en los ratos libres que le dejaba el servicio militar, cumplido en Barcelona.

Una vez licenciado, Sillero regresó a la Isla y fue elegido en una selección de personal para comercial en una multinacional de productos químicos. Tras formarse adecuadamente, llevó el departamento de lavado de ropa industrial en calidad de técnico comercial. También en ese campo destacó, con sustancial incremento de ventas y de clientes. Fue, en aquel tiempo, el comercial más joven de la empresa en el conjunto del país. Sin duda, Sillero se estaba labrando un nombre y, lo más importante, su futuro. Estuvo cinco años en esa empresa, tres de los cuales alternando Mallorca e Ibiza para ir introduciendo la marca.

“Empiezas y vas avanzando poco a poco. Hay que tener iniciativa, ser valiente. Tengo que agradecerle a mi esposa su apoyo en todo momento. Sin ella y sin su sueldo fijo para darnos una base económica, no hubiera podido tomar algunas de las decisiones que como empresario tienes que tomar en ocasiones”. Por ejemplo, en el momento de dar un paso al frente en 1982.

Acababa de nacer su hija María de la Cruz, y vio llegado el momento de hacerse autónomo para empezar en el sector químico y de la pintura. “Recuerdo que le pedí a mi padre que me prestara 500.000 pesetas para comprar una furgoneta de segunda mano”.

No se ve Alejandro Sillero muy distinto a muchos empresarios coetáneos,

**“No fui un niño
estudioso, aunque
luego, a lo largo
de mi carrera
profesional, siempre
me he ido formando,
porque es, más
que necesario,
imprescindible”**

sino al contrario. “La mayoría de los empresarios de mi generación se han hecho a sí mismos. Por circunstancias, en un momento dado y después de trabajar en una empresa, uno se ve capacitado para ir por su cuenta y empieza como empresario. Es importante conocer el sector en el que uno se va a centrar. A veces, como en mi caso, una rabieta puntual con el jefe de uno puede ser el incentivo necesario para que uno se atreva a ir por libre con todas las consecuencias”.

Recuerda asimismo las largas jornadas de trabajo; por ejemplo, el vaciado de sacos de 50 kilos de arena y de cloro de contenedores, sin toro mecánico que facilitara la operación. Hacía falta fuerza física, voluntad, coraje... Alejandro Sillero no se dejaba nada en el tintero.

Si había que trabajar 16 o 18 horas, lo hacía; si tenía que resolver un tema en fin de semana, lo hacía sin ningún resquemor. “El servicio al cliente y la calidad del producto son la bandera de Distribuciones Sillero”. Como tal empresa, fue fundada en 1984, dedicada al suministro de productos para la hostelería y la restauración en el sector de la limpieza.

La empresa cambió sucesivamente de ubicación: S’Aranjassa, Coll d’en Rebassa, Son Anglada y, finalmente, el Polígono Empresarial de Can Valero, donde tiene su sede desde 1994.

Con anterioridad, en 1991, Alejandro Sillero había constituido la empresa Comercial Ramírez Sillero en Fuengirola (Málaga) e Industrias Islas Color, en Mallorca. En el primer caso, se desvinculó de la empresa cinco años después para dejarla totalmente en manos de su primo. En el segundo negocio, estuvo como socio de Jordi Munné hasta 2001.

De esta manera, Alejandro Sillero siguió su propio camino, con las ideas muy claras, una voluntad inquebrantable de crecer y sabiendo que había que darlo todo para la satisfacción del cliente. “Creo que ha sido importante vivir de un sueldo que yo mismo me asigné; es decir, no me llevaba los beneficios y no descapitalizaba; tengo claro que no contraer grandes deudas ni hipotecas es algo fundamental”, confiesa. Por el contrario, sí fue (y sigue



**“La mayoría de los
empresarios de mi generación
se han hecho a sí mismos”**

siendo) una necesidad de primer orden la reinversión de los beneficios. “Hay que invertir buena parte de los beneficios en la empresa, al menos yo así lo he entendido siempre. La competencia es fuerte en nuestro sector y siempre te exige mucho”.

Alejandro Sillero es un hombre exigente consigo mismo y con los demás. En el trabajo, no se casa con nadie. A pesar de que tiene a sus hijos, a una hermana, a una prima, a una cuñada y a una nuera, afirma que “en la empresa no hay familia que valga. Lo que cuenta y rige es la profesionalidad de cada uno”. Y, abundando en esa profesionalidad, valora en sus empleados (42 en la actualidad) “la puntualidad, el buen hacer, la competencia, la constancia. Por otra parte, odio la negligencia y la mentira”.

En efecto, sus dos hijos, Mari Cruz y Alejandro, están junto a él en la empresa. “Mari Cruz es la directora comercial y Alejandro está en el laboratorio químico, donde junto a otro químico y una bióloga realizan las labores de control de calidad, analíticas y asesoramiento técnico. Mis dos hijos, por propia iniciativa, han decidido trabajar en la empresa. Y debo decir que todo lo que han conseguido ha sido por méritos propios, nadie les ha regalado nada”.

Se le nota orgulloso porque sean sus dos descendientes quienes el día de mañana lleven el día a día de la empresa. “Es importante saber delegar, y, de hecho, lo estoy haciendo bastante. Cuando uno no delega, es que no confía”, admite.

También se le dibuja en el rostro un íntimo orgullo al recordar que “Rafaela Montes, prima mía, fue mi primera empleada en la empresa, y ahí sigue 32 años después”, o cuando rememora asimismo “como al principio, dedicaba parte de mis domingos a cumplimentar facturas y recibos”.

Confiesa también que “en ocasiones, claro que sí, he sentido la denominada ‘soledad del empresario’, cuando tienes que tomar una decisión importante y arriesgada para el presente o futuro de la empresa. Sientes el peso de la responsabilidad, pero no te queda otra que asumirla”. En todo caso, añade



“El servicio al cliente y la calidad del producto son la bandera de Distribuciones Sillero”

Alejandro Sillero que “he sido siempre bastante reservado en ese terreno. Nunca he querido hablar de trabajo en casa más allá de lo estrictamente necesario. Es la única forma de poder desconectar un poco”.

Lo dice quien, sin embargo, oye sonar su móvil en fin de semana tras llamadas de clientes que le preguntan por tal o cual solución a un problema. “Es importante que te pongan cara, te conozcan...”.

Tenaz y competitivo como pocos, Alejandro Sillero reconoce que “mi empresa, al estar vinculada al sector de la hostelería, no ha sufrido crisis. Es obvio que ha habido un descenso de ventas y en el margen de beneficio, pero no la hemos sufrido como otros sectores”.

Sabe y asume, en cualquier caso, que un empresario tiene que estar preparado para pasar un examen cada semana, incluso cada día. “Hay empresarios sin escrúpulos, como en todos los ámbitos. Yo en mi caso me considero un pagador nato a mi personal y a mis proveedores. En este momento, no tenemos retos urgentes en la empresa, quizás si se da la ocasión adquirir algún local cercano a nuestras instalaciones actuales... Eso sí, tengo claro que hay que trabajar a diario para hacer rodar la empresa, tener al personal motivado, renovar vehículos, maquinaria...”.

Fue el caso de la adquisición, en 2012, de cuatro cisternas-cubas de 25.000 litros cada una, que se desplazan a la Península a buscar las materias primas que posteriormente son tratadas en las instalaciones de la empresa. En 2016, adquirió una quinta cisterna, con lo cual la empresa gana en independencia, en calidad de servicio y en competitividad.

Calidad en el servicio al cliente y competitividad, máximas que Alejandro Sillero ha llevado muy lejos. Lo ha hecho desde el compromiso, la ilusión y la pasión que contagia a quienes trabajan a su lado.

“En este país, ¿quién no ha sido camarero? Es importante, porque aprendes a ser comercial, esa parte es y será siempre muy importante para una empresa”



Joaquín Tejada Martín

Tornos Poima

“Me siento igual de responsable que cuando empecé, entonces éramos dos y ahora doy de comer a nueve familias. Solos no vamos a ninguna parte”

A una edad en la que muchos jóvenes se inician en el mundo laboral, Joaquín Tejada Martín (Sevilla, 1996) abrió su empresa, Tornos Poima, ubicada en el Polígono de Can Valero. Tenía entonces 23 años y una fuerza de voluntad inquebrantable. Ha pasado más de la mitad de su vida luchando sin descanso para sacar adelante el negocio “a costa de jornadas de trabajo interminables y muchas noches de insomnio”, como él mismo asegura.

Pero volviendo la vista atrás, todos los sacrificios personales realizados, que no han sido pocos, entre ellos el no haber podido disfrutar más de su única hija, tienen su recompensa en “el trabajo hecho a conciencia, la satisfacción del cliente” y, sobre todo, en “poder dar de comer a nueve familias”.

Aunque antes de montar su empresa Joaquín Tejada se dedicaba a fabricar ruletas de casino, “hacíamos unas 70 al año, puede decirse que prácticamente todas las ruletas de los casinos del mundo han pasado por mis manos”, pero lo que lo ha convertido en un empresario de éxito no ha sido el azar. Desde bien pequeño aprendió de sus padres, emigrantes llegados desde Se-

villa en los años 60 en busca de una vida mejor y un futuro para su hijo, que sólo con esfuerzo y constancia se recogen los frutos.

Llegó a Mallorca con tan solo un año de vida de la mano de su madre. “Mi padre tenía que hacer el servicio militar y nos acompañó a mi madre y a mi hasta Valencia y él volvió a Cádiz y se embarcó dos años en el Juan Sebastián Elcano”. Su madre se encargó de mantener vivo el recuerdo del padre durante los años de ausencia, “mi madre me mostraba a mi padre en fotos y cuando regresó a casa no lo extrañé en absoluto”.

Eran los años del *boom* turístico, pero su madre no encontró trabajo en el sector de la hostelería sino en la fábrica de botas Braxton, hoy convertidas en las mundialmente famosas Tony Mora, a la que también se incorporaría su padre a su regreso a la Isla, y allí ambos trabajaron durante más de 30 años. Recuerda que de vez en cuando él les echaba una mano.

Esos padres trabajadores, luchadores infatigables, fueron un espejo en el que mirarse y un día tomó la decisión de aprender un oficio que le ayudara a ganarse la vida. “No me gustaba mucho estudiar, pero siempre he sido un manitas, así que me fui al Instituto Politécnico y empecé en la rama del metal, ya que la de mecánica, que era la que inicialmente quería estudiar, estaba completa”.

Allí terminó sus estudios, “de los 40 que salimos en mi promoción, el único que ha seguido el oficio he sido yo”, y empezó como tornero, haciendo ruletas para casinos hasta que el que ha sido su socio hasta hace ocho años le propuso montar la empresa y no se lo pensó dos veces. “Él me veía como una persona trabajadora y responsable, ya lleva ocho años retirado y yo sigo aquí al pie del cañón”.

Esos primeros años, hasta que la empresa echó a rodar, el trabajo no le daba ni un día de tregua, “hasta los domingos trabajaba en casa haciendo facturas y albaranes”. Tuvo que ganarse la confianza de los clientes “que al principio, dada mi juventud, me veían como a un chavalín, pero el buen hacer en el trabajo me ha dado credibilidad en el sector, ha hecho que la gente confíe en mí”.

Y es precisamente la credibilidad, el pilar sobre el que Joaquín Tejada basa

“Al principio, dada mi juventud, los clientes me veían como a un chavalín, pero el buen hacer en el trabajo me han dado credibilidad en el sector”

la relación con sus clientes, “cada cliente es un jefe, todos me mandan, pero es que hacer un cliente es muy difícil y perderlo muy fácil”. Eso es lo que le lleva a enfrentarse a su trabajo cada día con ilusión y energía renovada, el éxito no le ha hecho aflojar el acelerador, “es un trabajo muy bonito aunque estresante. Yo verifico todas las piezas que se hacen y si no están bien no salen, prefiero perder cuatro o cinco horas de trabajo, pero no a un cliente”.

Gracias al boca a boca, a la búsqueda constante de la perfección, Joaquín Tejada comenta que “afortunadamente no he padecido los efectos de la crisis, las recomendaciones entre clientes nos ha funcionado muy bien, pero estoy convencido de que lo fundamental ha sido ofrecer un servicio de calidad”. En ese sentido, comenta que no concibe faltar a la palabra dada a un cliente y lo explica con una premisa muy sencilla, “lo que no me gusta que me hagan a mí, no se lo hago yo a los demás”.

En eso ha tenido mucho que ver el hecho de que desde su creación Tornos Poima “siempre ha estado modernizándose. Lo que se me ha pasado por la cabeza lo he llevado adelante, no ha habido un año en el que no haya estado pagando máquinas, desde que empecé”.

Se siente especialmente orgulloso del torno CNC que hace ya un tiempo se ha convertido en la joya de la empresa y que permite realizar trabajos con la perfección que a Joaquín Tejada le gusta y le exigen sus clientes, “ahora mismo no existe otra máquina como ésta en Mallorca”. Y él, trabajador infatigable en constante proceso de renovación, hace dos meses que cada sábado acude al taller de su empresa para aprender el funcionamiento de la máquina, “cuando llegó no tuve tiempo de aprender a manejarla porque tenía que dedicar-



“Cada cliente es un jefe, todos me mandan, pero es que hacer un cliente es muy difícil y perderlo muy fácil”

me a otras cosas de la empresa y ahora he sacado un rato cada sábado para ponerme al día”.

Y es que para Joaquín “el empresario es una persona que está hecha de otra pasta, es empresario porque es luchador y más trabajador que nadie y sólo el que arriesga y juega a trabajar gana. Para valorar a un empresario y la labor que desempeña hay que serlo, si no no puedes opinar. En ese sentido creo que no estamos lo suficientemente valorados. Un empresario tiene que valorar por encima de todo a sus empleados y así él será valorado”.

A sus 50 años, este aficionado a la caza, que practica siempre que puede, y a la jardinería, tiene aún mucho camino por recorrer y su ilusión es “seguir como hasta ahora, con el mismo ímpetu y la misma ilusión. Me siento igual de responsable que cuando empecé, entonces éramos dos y ahora doy de comer a nueve familias”.

Con la mirada puesta en el futuro, su hija, ya casada, se ha incorporado a la empresa por las mañanas y su yerno ya lleva seis años trabajando con él “con la idea de que el día de mañana esto tenga una continuidad”.

Joaquín Tejada es un padre orgulloso que no ha podido disfrutar de la niñez de su hija como le hubiera gustado, pero, sin duda, ha sabido transmitirle el mismo sentido del deber que siempre ha guiado su vida. “Ella ha estudiado diseño y ha montado una empresa con una compañera, lo de emprender lo lleva en la sangre, los inicios le están costando un poco, pero es lo que ha aprendido en casa, por las mañanas trabaja conmigo y aprende cómo llevar un negocio y por las tardes se dedica a lo suyo”. Además, tiene una nueva ilusión, la más grande de todas, pronto será abuelo y su intención es disfrutar de la familia como no pudo hacerlo cuando Tornos Poima echaba a rodar.

Este empresario discreto, serio en el trabajo, de palabras justas y bien medidas, “las bromas las reservo para cuando acaba la jornada”, comenta, está especialmente agradecido a ASIMA y a su presidente Francisco Martorell por la labor que llevan a cabo. “Formar parte de esta gran familia nos ayuda a avanzar juntos y a superar los obstáculos. Participo y colaboro con las actividades siempre que me resulta posible y creo que es la mejor forma de mejorar día a día. Solos no vamos a ninguna parte”.

“Siempre he estado modernizándome. No ha habido un año en el que no haya estado pagando máquinas, desde que empecé”

Joaquín Tejada aspira a poder mantenerse como está, “la plantilla está consolidada, funciona bien” y a mantener y ampliar la clientela haciendo lo que mejor se le da, “un trabajo perfecto que responda a las necesidades de cada cliente”.





Carlos Vert Thate

Motonáutica Vert&Vert SA

“Tengo claro que soy empresario náutico gracias a mi padre. Sin empresarios, un país no va a ningún sitio”

Hay personas que nacen predestinadas para ejercer una actividad. Un caso paradigmático en este sentido es, sin duda alguna, el de Carlos Vert (Palma, 1972) para con la náutica y, más concretamente, para trabajar en la empresa familiar, Motonáutica Vert, que su padre había fundado en 1969. “La primera empresa del sector en Mallorca”, recuerda orgulloso Carlos. “Siempre digo que soy su segundo hijo. El hijo mayor fue la empresa”, añade.

En efecto, la empresa fue obra de Arturo Vert, con la inestimable colaboración de su esposa, Karin, de origen alemán. Él se ocupaba de la parte técnica y comercial, en tanto que ella era la responsable de la vertiente administrativa. También desde este punto de vista, como veremos, Carlos habría de seguir el camino iniciado por su progenitor.

En el caso de Arturo Vert, el amor y el trabajo tuvieron un vínculo muy estrecho, puesto que a través de Karin, él tuvo ocasión de conocer en Mallorca al presidente de la Federación Alemana de Motonáutica, Alexander Basting. Entablaron amistad, y Arturo no dudó en ir a Alemania a formarse en su sector, a aprender el oficio, al tiempo que (claro está) aprendía el idioma. Ni que decir tiene del peso e importancia del dominio de lenguas (inglés y alemán preferentemente) en el mundo de la náutica en Mallorca.

Desde sus inicios, la empresa tuvo su sede en el centro de Palma, en la calle Francesc Fiol i Joan. Fundamentalmente, dedicada a la reparación de motores fuera borda. Hacia 1975, se vio en la necesidad de mudarse al Polígono de Can Valero para dar cabida a más embarcaciones y de mayor tamaño.

En ese local, Arturo Vert revolucionó el sector, en Mallorca y en España, con la construcción de una piscina para probar los barcos. Técnicamente, se conocía como “lago de pruebas”, con quince metros de largo por cuatro de ancho. Ese invento fue todo un hallazgo. Gentes de grandes multinacionales llegaban a Palma para ver ese invento. “Era una piscina interior donde se probaba la flotabilidad y el funcionamiento de los barcos, en lugar de hacerlo en el mar”.

En esa nave del polígono, que sería objetivo de sucesivas ampliaciones para dar cabida a cada vez mayor número de embarcaciones, fue escenario de reuniones nacionales del sector, tal era su importancia.

“En casa sólo se hablaba de náutica. Mi padre vivía por y para el negocio las 24 horas del día. Estaba en todo momento pensando en el trabajo, en el negocio. Durante los años setenta, ochenta y noventa, su labor principal fue viajar por el mundo para captar e incorporar las distintas novedades que llegaban al mercado”. Motonáutica Vert era un referente en lo relativo al utillaje, a las herramientas. Arturo Vert siempre regresaba a Mallorca con las últimas novedades del ramo, y ello le daba a la empresa un valor añadido y un factor diferencial importantísimos. “Mi padre, con una mente privilegiada, siempre fue muy innovador en su sector. No tenía otro *hobby* que no fuera el trabajo”.

Sin plantearse otras opciones (“nunca pasó por mi cabeza la posibilidad de otras opciones profesionales”), Carlos Vert se vio involucrado en el negocio familiar. Desde los cinco años, su padre se lo llevaba a muchas de las ferias, incluida la de Düsseldorf, sin duda la más importante del momento en Europa. De esta manera, con sólo 12 ó 13 años, ya estaba habituado a ver cómo su padre trataba con proveedores y clientes, y sabía qué barco tenía cada uno de ellos. En ese sentido, Carlos recuerda la gran relación que él mismo mantuvo con otro abanderado de la náutica en Mallorca, Kjell Dahlberg.

Tras haber estudiado COU y Selectividad en San Cayetano, en 1990 hizo algo muy inusual en aquella época. “Me fui dos años



“Mi padre, con una mente privilegiada, siempre fue muy innovador en su sector”

a formarme a Hannover, a la misma empresa donde había estado formándose mi padre 40 años antes. En invierno estudiaba en Alemania, y en verano aplicaba lo aprendido en la empresa en Mallorca, ayudando a mi padre”.

Posteriormente, una vez aprendido el oficio familiar, Carlos Vert decidió estudiar Administración y Dirección de Empresas (ADE) en Valencia, siempre con la mirada puesta en la empresa. Se licenció en 1997, siendo primero de su promoción y, luego ya sí, regresó a Palma para incorporarse de manera definitiva a la compañía familiar. “Mi padre fue un *self-made-man*. Tenía que subcontratar a muchos profesionales para que le ayudaran en cuestiones fiscales y laborales. Recuerdo que había funcionado siempre con lápiz y papel, con el ‘debe’ y el ‘haber’. Yo incorporé los programas de facturación, de contabilidad a la empresa. La incorporé a la era digital”.

En todo caso, a pesar de su empeño y su constancia, no le fue fácil a Carlos ganarse su prestigio en la empresa. “Durante muchos años tuve que apechugar con el sambenito de ser el hijo de Arturo Vert; los clientes siempre preguntaban por él. Era como si yo no existiera, y debo confesar que, por momentos, esa situación me desagradaba, me frustraba”. Dicho lo cual, Carlos añade de inmediato: “Debo decir que cada día, en situaciones cotidianas de la empresa, me digo a mí mismo: ‘Cuanta razón tenía mi padre en esto o en lo otro’.

A la vuelta de Carlos de Valencia, padre e hijo tuvieron sus ligeras diferencias para ir modernizando la empresa, la clientela, etc. Carlos venía con ideas revolucionarias, y a Arturo Vert no siempre le fue fácil aceptarlo. En cualquier caso, siempre imperó la cordura y el consenso final. Así, a Carlos no le duelen prendas a la hora de reconocer que “soy empresario náutico gracias a mi padre, es algo que tengo muy claro”.

En la actualidad, Carlos y su mujer Carolina trabajan codo con codo (literalmente) en la oficina, del mismo modo que sus padres también formaron un perfecto tándem profesional en su momento. “Estamos prácticamente las 24 horas del día juntos, y lo llevamos muy, muy bien. Ella me aporta una visión distinta, más objetiva quizás de las cosas, y ello me ayuda a tomar decisiones”.

El matrimonio tiene dos hijos, de 18 y ocho años. En un principio, parece que no habrá continuidad familiar en el negocio. “Cabe tener en cuenta que se



“Nunca pasó por mi cabeza la posibilidad de otras opciones profesionales”

trata de un trabajo muy esclavo, hay que trabajar festivos, sábados y domingos. Junto a la restauración, creo que es de los negocios más esclavos en este sentido. Mi hijo, al que le gusta mucho viajar, probablemente estudie para ser capitán de barco, y no tener que depender de nadie para ganarse la vida. Yo tengo una empresa, pero dependo de unos proveedores, de una clientela, mientras que ser independiente es muy importante. Es algo que siempre intento hacer ver a mi hijo”.

Bajo la premisa de satisfacer en todo momento al cliente de acuerdo con un servicio profesionalizado al máximo, Motonáutica Vert & Vert (se hizo un cambio de nombre en 1997) aplica la política de *llave en mano* para los clientes, de modo que éstos sólo se tengan que preocupar de navegar y disfrutar del mar. “Se requiere una organización y una logística bestiales para satisfacer al cliente en la medida de sus expectativas”, comenta Carlos. Así, por ejemplo, desde el momento del aviso de un cliente ante cualquier problema o eventualidad en el barco, la empresa se compromete a prestarle servicio en el plazo máximo de una hora.

La compañía trabaja con unos 120 barcos. El año está perfectamente estructurado según la actividad que la empresa tiene que acometer. De septiembre a mediados de noviembre, se recogen los barcos del mar y se llevan a la nave, además de preparar las respectivas hojas de trabajo. Entre noviembre y marzo, se ejecutan los trabajos preceptivos con todas las embarcaciones. Entre abril y agosto, los clientes ya empiezan a llamar para recoger los barcos y poder navegar.

Recoger, trabajar, entregar y mantener... Esos son los pilares del trabajo a lo largo del año de la empresa. “He duplicado la plantilla. Ahora somos diez personas en la empresa con trabajo a lo largo del año. En nuestro sector se requiere personal altamente formado y no es fácil encontrarlo. En el ramo es sabido que Carlos Vert paga bien a sus empleados. En contrapartida, les exijo dedicación, conocimiento y experiencia. Cada mañana, repasamos los trabajos que tenemos previstos en el día. Siempre trabajamos a corto plazo, máximo a 48 horas, porque en caso contrario los problemas o situaciones que van acaeciendo cambian por completo el plan previsto”.

En la empresa trabajan con 10 ó 12 marcas distintas de embarcaciones, y cada una tiene sus singularidades técnicas. Las repa-



“En nuestro sector se requiere personal altamente formado y no es fácil encontrarlo”

raciones, por tanto, no son fáciles. La técnica de la industria náutica es tan sofisticada que nada tiene que ver con la automoción, sino más bien con la aviación, como refiere el propio Carlos. “En todo caso, la clave para nosotros es fidelizar al cliente que nos da trabajo todo el año, dándole preferencia ante otros”.

Desde niño ha sabido –porque lo ha vivido en primera persona– que el mundo empresarial no es fácil y que nunca hay que bajar la guardia. “Nuestra empresa es una pyme que da trabajo a diez personas; es decir, permitimos que los empleados, con su trabajo, puedan pagar sus hipotecas, el colegio de sus hijos... ¿Qué hay explotación en algunos casos en algunas empresas? No digo que no la haya, pero la mayoría no somos así. En todo caso, está muy claro que sin empresarios un país no va a ninguna parte. Hay que quitarse el sombrero ante empresarios que, apostando su dinero y su patrimonio, han sabido crear empresas”.

Un reto importante para la empresa está fijado en 2019, año en el que finaliza la concesión administrativa para la explotación del local en Club de Mar, donde la empresa tiene sus oficinas. Todavía está un poco en el aire qué va a pasar. “Es una cuestión candente ahora mismo para nosotros. Veremos si podemos seguir aquí con nuestras instalaciones y los amarres, pero habrá que ver a qué precio. Obviamente, nuestro objetivo es ése; para ello estamos capitalizando al máximo la empresa, de modo que en 2019 podamos dar un paso al frente y mantenernos aquí”.

Defensor a ultranza de su propio sector, como no puede ser de otro modo, Carlos Vert lanza una proclama que es a la vez una reivindicación: la sociedad y la Administración tienen que otorgar a la náutica el valor que realmente tiene. “Los políticos actuales no saben ver ni calibrar la importancia de la náutica en Baleares como sector estratégico. En Palma, tenemos un astillero con Servicios Técnicos Portuarios (STP), que es el que mueve más barcos de Europa. Es más, aquí llegan barcos de todo el mundo para hacer una reparación. La náutica es un sector que deja mucho dinero (muchos millones de euros) en Mallorca, hay que darle el valor que realmente tiene. No hay que ponerle trabas”.

Carlos Vert hace una confesión. Su padre, con 78 años, exigente y poco dado a alabanzas públicas ni en voz alta, se acercó recientemente a su único hijo, le abrazó y le dijo al oído: “Estoy muy contento, muy orgulloso, de tu trabajo en la empresa”. Ése es, probablemente, el mejor premio a un trabajo bien hecho.

“Los políticos no saben ver ni calibrar la importancia de la náutica en Baleares como sector estratégico”

Francisco Vidal Oliver

AutoVidal

“Hay que tener muchas ganas de trabajar y rodearte de gente que te ayude a crecer”

Hay personas con el destino marcado. Francisco Vidal es una de ellas: su mundo debía ser (y así ha sido) el del automóvil. Nacido en Palma en 1947, Francisco es el mayor de tres hermanos, y ya de niño se sintió cautivado por los coches.

Sabía que ahí estaba su futuro y que tenía que de prepararse a conciencia para dedicarse al mismo con garantías de éxito. Es decir, igual que su padre, Andrés, y que su abuelo, que también se llamaba Francisco. “Desde muy jovencito, el mundo del automóvil me entusiasmó. Recuerdo que en casa siempre estábamos hablando de coches; en el desayuno, en la comida y en la cena”, empieza diciendo.

“Mi abuelo, a quien no tuve oportunidad de conocer, fue quien inició el negocio familiar. Tenía el taller de Ford en Avenidas, y en 1921 vendió el primer vehículo de AutoVidal”. En una de las paredes de ese local, se exponía un cartel colgado en la pared del mismo, en el que se leía el siguiente enunciado: “Es obligatorio en este establecimiento el cobrar al contado los trabajos y servicios”.

Sabiendo que, tarde o temprano, debería coger las riendas del negocio familiar, Francisco Vidal estudió hasta el preuniversitario, para pasar a formarse directa y explícitamente en el ramo de la automoción. Primero, estuvo nueve meses en Francia (en la casa Peugeot) y luego en Inglaterra (en la casa Volskwagen). Posteriormente, volvería al Reino Unido a mejorar su inglés. “Contaba entonces 19 años, llevaba en Inglaterra seis meses –recuerda– y mi padre me llamó para que regresara a Palma y asumiera el mando del taller de manera inmediata”.

Toda una responsabilidad para un joven como él, en aquel tiempo, pero la asumió de buen grado “porque estaba preparado y concienciado para ello. Y, lo más importante, tenía muchas ganas de trabajar, para responder a la confianza que mi padre depositaba en mí”.

Por otra parte, advierte Vidal que, en aquellos tiempos, la preparación técnica de un mecánico era mucho más ligera que en la actualidad, en la que la electrónica lo ha revolucionado todo.

De hecho, fue en 1956 cuando AutoVidal dio un paso importante al frente al asumir la representación de la firma DKW, que luego se convertiría en Mercedes, e importar unidades de esa prestigiosa marca de automóviles...

Bajo la gestión de Francisco Vidal, que fue tomando el testigo de su padre, AutoVidal asumiría las marcas Smart y Mitsubishi. La empresa crecía de manera espectacular... Junto a la llegada de las nuevas y prestigiosas marcas, llegó, en 1971, el traslado al Polígono de Son Castelló, donde hoy permanece como un referente. Habrían de llegar, sucesivamente, distintas ampliaciones del negocio, con nuevas sedes desde 2001 en Santa María y en Manacor, previa compra de varios solares.

“Recuerdo una anécdota que refleja el carácter empresarial de mi padre. Corría el año 1975, y queríamos comprar un solar, propiedad de un señor valenciano, de 5.000 m2 en Gran Vía Asima para ampliar el negocio. Acor-daron un precio muy beneficioso para nosotros, y el señor de Valencia le dijo que vendría a Palma para cerrar la operación. Mi padre, muy hábil, le dijo que no, que ya se desplazaría él a Valencia, puesto que el Polígono estaba empezando a prosperar, y si hubiera venido el señor de Valencia, con toda seguridad le habría incrementado el precio”.

De su progenitor, Francisco Vidal aprendió muchas cosas. Por ejemplo, que nunca se debía firmar una operación después de una buena comida o una

“En mi empresa, el día 30 de cada mes todo el mundo tiene que haber cobrado, sin dilaciones ni excusas”

buena cena..., o que “nunca hay que tomar decisiones en caliente, sino después de haber evaluado la situación y de haber examinado todo con calma...” En cualquier caso, comenta que las claves para llevar a un empresario al éxito son muchas. “Hay que tener muchas ganas de trabajar; tener conocimientos suficientes y rodearte de gente buena que te ayude a crecer. Además de todo ello, en nuestro caso, ha sido importante la buena transición generacional al frente del negocio, que hoy ya llevan mis cuatro hijos: Andreu, Esther, María y Carmen, con gran armonía por su parte y satisfacción por la mía”.

Reconoce, por otra parte, que no se lo ha puesto fácil en muchas ocasiones a sus descendientes, pero siempre pensando en lo mejor para ellos y para el negocio. “Mi hijo, que hoy es el director general de AutoVidal, empezó, igual que yo mismo, en el taller, porque así lo decidí. Recuerdo que en ese momento él me sugirió: Papá, convendría que dijeras a todos quién manda. Yo le respondí: Hijo mío, si en dos semanas no sabe todo el mundo quién manda aquí, ya no lo harás nunca”.

El lema de Vidal al frente del negocio siempre fue “servicio, servicio, servicio...”. “Se trata de que el cliente vuelva a comprar nuestras marcas y hacer lo posible para que lo haga en AutoVidal”, razona convencido, para añadir que “otro aspecto clave en mi empresa ha sido que el día 30 de cada mes todo el mundo tiene que haber cobrado, sin dilaciones ni excusas de ningún tipo. Eso ha sido y es sagrado en esta casa”.

Otra de las máximas de Vidal es no tener socios. “Sólo una vez fui a medias con un socio, en Menorca, y la experiencia resultó fallida. Yo siempre he querido ser amo y señor de mis decisiones y no creo que pudiera ser socio de nadie que no fuera un Vidal”.

Como empresario de referencia que es, Francisco Vidal entiende el factor riesgo de la siguiente manera. “Hay un axioma muy claro. Cuanto más riesgo asumes, más posibilidad de beneficio tienes. Es proporcional. Es decir, si algo es muy fácil, no podrá reportar mucho beneficio porque está al alcance de todo el mundo. En todo caso, el empresario tiene que tomar riesgos controlados. Uno no puede lanzarse al mar sin salvavidas”.



“Siempre me ha entusiasmado el mundo del automóvil. En casa, desayunábamos, comíamos y cenábamos hablando de coches”

Respecto al traspaso de poderes de padre a hijos, Vidal reflexiona en voz alta sobre los elementos necesarios para que éste se produzca: “Se tienen que dar necesariamente tres condiciones para llevar a cabo con éxito un traspaso generacional en una empresa familiar, como es la nuestra. En primer término, que la nueva generación quiera; en segundo lugar, que sepan lo suficiente; y tercero y más importante que quien está al mando quiera ceder las riendas del negocio a los hijos”.

En todo caso, Francisco sigue yendo cada mañana a su despacho. Desayuna con sus hijos y hacen un repaso del negocio entre todos, contrastando opiniones de unos y de otros, sabiendo –eso sí– que cada cual es el responsable de su parcela.

Junto a sus hijos, Vidal ha vivido en primera persona la actual crisis. Lo más duro de la misma, según explica, fue “tener que despedir a 75 trabajadores. Fue muy duro, pero no teníamos alternativa”. Todos esos despidos se procesaron todos con la correspondiente indemnización, de acuerdo con la normativa vigente y sin discusiones. “Bastante daño se le hace a un trabajador dejándole sin empleo como para que encima aún le rebatas lo que debe percibir”.

Entiende Francisco Vidal que el paternalismo bien entendido en el mundo empresarial no tiene por qué ser malo necesariamente, eso sí, sin traspasar determinados límites. “Siendo paternalista, en ocasiones puedes conseguir más eficiencia en tus trabajadores que por otras vías, ya que les haces sentir más de la empresa. En definitiva, se puede ser paternalista y se puede ser eficiente”, concluye.

Por otra parte, no pocos economistas argumentan que las crisis pueden convertirse en oportunidades. En AutoVidal dan fe de ello. “Se puede decir que gracias a la crisis y a nuestra solvencia económica, el Grupo se ha hecho con las concesiones de Kia, Honda, Grupo Fiat, Masserati, Jeep y Alfa Romeo”.

En opinión de una voz autorizada como la de Francisco Vidal, “el sector del automóvil ya ha dejado completamente atrás la crisis. Además, cabe decir que en Mallorca



“Hoy, el negocio ya lo llevan mis cuatro hijos, Andreu, Esther, María y Carmen, con gran armonía por su parte y satisfacción por la mía”

y en Baleares, estamos mejor que en el resto de España, al depender en mayor medida del mercado exterior. Siempre digo que en Mallorca somos los primeros en notar la crisis, pero también somos los primeros en salir de la misma”. En la actualidad, la empresa da trabajo a 215 empleados.

Francisco Vidal ha vivido por y para el mundo del automóvil, si bien en el pasado pudo entrar en otros ámbitos empresariales. “Hay muchos casos de empresarios que han diversificado su negocio y luego se han tenido que arrepentir. Porque aquello de ‘zapatero, a tus zapatos’ es por algo. Es cierto que en un momento dado tuve la posibilidad de introducirme en el mundo de los hoteles y no me atreví”.

Sea como fuere, cuatro generaciones de Vidal (o, en otras palabras, casi un siglo) vinculadas al particular mundillo automovilístico, tan apasionante como difícil. Nadie podrá rebatir que el negocio de AutoVidal siempre ha ido sobre ruedas.

“Con 19 años asumí el mando del taller por orden de mi padre. Tenía muchas ganas de trabajar para responder a su confianza”



