



Empresarios con Valor II

26 experiencias personales
de empresarios de los
polígonos Son Castelló
y Can Valero



Empresarios con Valor II

26 experiencias personales de
empresarios de los polígonos
Son Castelló y Can Valero

Coordinación técnica

Paula G.Medrano

Redacción

Gemma Marchena

Antonio Oliver

Paula G.Medrano

Imagen e Ilustración

Merirous Blyton

Maquetación

Hastalastantas

www.asima.es

© de esta edición

© de los textos: los autores

© de las fotografías: ASIMA

D.L.: PM 58-2017

**“Muchos miran al
empresario como
el lobo que hay que
abatir; otros lo mi-
ran como la vaca
que hay que orde-
ñar; pero muy po-
cos lo miran como
el caballo que tira
del carro”**

Winston Churchill

Político y escritor británico

Colabora



Índice

9 Prólogos

- 11 Antonio Garamendi Lecanda, presidente de la CEOE
- 13 Carmen Planas, presidenta de la CAEB
- 15 Francisco Martorell Esteban, presidente de ASIMA
- 17 José Luis Acea, consejero delegado de Banca March

26 Entrevista

- | | | | |
|-----|------------------|-----|--------------------------|
| 21 | Andreu Arbona | 113 | Juan Martínez del Barrio |
| 29 | Gabriel Barceló | 119 | Andrés Morell |
| 37 | Jaime Bibiloni | 125 | Maria Antònia Moyà |
| 43 | Toni Borrull | 133 | Rafael Moyà |
| 49 | Josep Bosch | 141 | Catalina Pol |
| 55 | Antonio Cabot | 149 | Guillem Pol |
| 63 | Benito Cañellas | 157 | Joan Puig |
| 71 | Paloma Cifuentes | 165 | Bartolomé Riera |
| 77 | Caterina Company | 173 | Margarita Salom |
| 83 | Coloma Crespí | 181 | Carmen Serra |
| 91 | Gregorio Jaume | 189 | Bartolomé Simonet |
| 99 | Bartolomé Juliá | 197 | María Socías |
| 105 | Bernardo Llull | 203 | José Torrens |



Prólogos

26 experiencias personales de
empresarios de los polígonos
Son Castelló y Can Valero



Antonio Garamendi Lecanda

Presidente de CEOE

El valor del empresario

La responsabilidad de prologar un libro radica, entre otras cosas, en la necesidad de establecer el marco conceptual en el que este va a ser leído. Sin embargo, en ocasiones, como ésta, el mensaje del propio libro es tan claro e inspirador, que la responsabilidad, al menos en ese sentido, se diluye y queda reducida a un mero acompañamiento. Porque si algo queda claro tras la lectura de las próximas páginas, hasta el final, es que en ellas está plasmado sin duda lo que es el valor del empresario y, cómo no, lo que es el empresario con valor.

De un lado, están la valentía, el coraje y la determinación inherentes a todo empresario al levantar la persiana cada mañana. El empresario es un trabajador más que, en cambio, se juega no solo su empleo sino en la mayoría de los casos su patrimonio. Para el empresario, un negocio es un proyecto vital, al que dedica toda su atención, tiempo y recursos.

El empresario lo arriesga todo y es el primero en querer que sus trabajadores se sientan motivados, satisfechos, y que esa fusión entre empresario y trabajadores que define el concepto de empresa se desenvuelva en un entorno laboral seguro y saludable porque todo ello redundará en el éxito.

En una segunda acepción, es preciso hablar del enorme valor que la iniciativa empresarial aporta al conjunto de la sociedad. Porque una sociedad tiene la altura que tienen sus empresarios. Y, en este sentido -me consta porque lo conozco de primera mano- destaco el inmenso valor que aportan los empresarios de las Islas Baleares. El empresariado balear ha sufrido como pocos la pandemia del Covid-19. Se ha enfrentado a un shock histórico que deriva de la crisis de oferta y de demanda, es decir, por las limitaciones a la actividad y también por las restricciones a la movilidad de las personas en una comunidad tan ligada al turismo, derivada de una crisis sanitaria.

Este escenario no es algo que afecte solo al sector empresarial balear, sino que su aportación al PIB regional, al empleo en el territorio y, sobre todo, a la economía nacional y a la 'Marca España' hacen que todos debamos sentirnos concernidos a la hora de preservar ese valor.

Felicitó a ASIMA por su vocación a favor de la cooperación empresarial, por su proactividad en el seno de CAEB, la patronal balear con la que con tanta sinergia trabajamos codo a codo desde CEOE y CEPYME, y por su ejemplaridad al dar voz a sus asociados demostrando el enorme valor que el empresario aporta al conjunto de la sociedad.



Carmen Planas Palou

Presidenta de CAEB

El empuje empresarial, motor del progreso

Lo que escrito queda, perdura. Y no puedo obviar que este libro que ahora tiene entre sus manos fue impreso en plena pandemia tal como reflejan los testimonios que atesora. Un momento muy difícil. Sumergidos en una crisis sanitaria, económica y social sin precedentes para Baleares. En una recesión histórica. Con un colectivo empresarial al límite, pero dispuesto a vencer. Y sé que lo conseguiremos. Porque afrontar desafíos, por difíciles que sean, está en el ADN de todo empresario.

El empresario es el motor de la prosperidad y el que, con su empuje, contribuye a que todos superemos crisis y adversidades. Son los empresarios los que contratan y los que invierten. Los que lo arriesgan todo y los que asumen como misión el progreso, imprescindible para mantener la sociedad del bienestar en que vivimos. Héroes, en su mayoría anónimos, que merecen reconocimiento social y más aún en momentos duros como este que vivimos.

Estoy orgullosa de que de la gran familia que conforman las más de ochenta organizaciones empresariales que vertebran CAEB surjan iniciativas como esta que nos ofrece ASIMA, tan apegada a nuestra gran confederación, con este libro, el segundo que promueve, en el que nos brinda la oportunidad de conocer el relato de más de una veintena de estos héroes que comparten su sabiduría, aquilatada durante años, plagada de aciertos... y también de errores, porque de todo se aprende.

Quiero destacar que estas vivencias, siendo útiles e inspiradoras para todo lector, lo son especialmente para los jóvenes emprendedores de hoy que, nunca me cansaré de repetir, serán los grandes empresarios del mañana. Jóvenes a los que debemos guiar, formar y ayudar para fortalecer sus habilidades, sus competencias y su resiliencia para sobreponerse a futuras crisis que seguro vendrán. Si lo hacemos, una nueva generación de empresarios seguirá haciéndonos progresar, promoviendo un beneficio que siempre es colectivo.

Por ello, en nombre de todos los empresarios de Baleares y por ser fuente de inspiración para nuestros jóvenes emprendedores, doy las gracias a los protagonistas de este libro por su generosidad. Gracias a todos por haber tenido el valor de ser empresarios y por haber llegado a ser... 'empresarios con valor'. Gracias por demostrar que el empuje empresarial es el motor del progreso que nos conduce, con espíritu transformador, hacia un futuro mejor, más tecnológico, más circular y ecológico, más social y más sostenible.



Francisco Martorell Esteban

Presidente de ASIMA

Ante todo, orgulloso de formar parte de esta familia empresarial que se llama Asociación de Industriales de Mallorca ASIMA. Una familia que ha ido creciendo desde el año 1964 gracias a cada uno de los que forman parte de ella.

En el 2017 presentamos un primer libro con 27 historias que profundizan en la figura del empresario y descubrimos qué se esconde detrás de cada persona. Como hay muchos más, decidimos seguir dando voz a más empresarios y en sus manos tiene una segunda edición de *Empresarios con Valor*, que en esta ocasión recoge 26 testimonios que representan a la perfección lo que es hoy un empresario de Mallorca.

Habiendo coincidido con una coyuntura marcada por la pandemia, las vivencias de los empresarios tienen más valor si cabe porque hay ejemplos de lucha. Y valores que definen a un buen empresario son, entre otros, eficiencia y eficacia. El libro consta de textos cargados de gran significado e imágenes que marcan la vida de un empresario, en su batalla del día a día. Los protagonistas de *Empresarios con Valor* tanto del primer libro como de este segundo saben de la importancia de fidelizar al cliente y hacerse merecedor de su confianza. Otro valor que destacar.

Un buen empresario es aquel que ha tomado la decisión de embarcarse en un proyecto específico, centrado en un sector y del que va a ser el máximo responsable para asumir lo bueno y lo malo que acontezca. El empresario asume una parte de sacrificio porque su vida familiar y laboral suponen una dedicación en superlativo. Un buen empresario/a ama su trabajo, lo valora, tiene una dedicación plena, los trabajadores son su segunda familia por no decir la primera. El empresario escucha, actúa, emprende, lucha y a pesar de los muros y piedras que se encuentra en su camino, no se rinde fácilmente.

Hay cosas que cambian muy rápido y hay cosas que no cambian nunca, y una de esas cosas que no cambian es el ADN de los empresarios. En este libro podemos comprobarlo. Hay un espíritu emprendedor, hay una manera de afrontar las dificultades... esto era así hace siglos, es así y seguirá siendo.

Quiero animar a todos a que fomentemos entre los jóvenes los valores de ser empresario, que alcemos nuestra voz. Todos tenemos que remar para revalorizar una palabra de diez letras, EMPRESARIO, que es la palanca de cambio de una sociedad. En esta aventura se apuntó de nuevo, la Banca March a quienes agradecemos seguir apoyando la idea.



José Luis Acea Rodríguez

Consejero delegado de Banca March

En Banca March siempre hemos estado cerca de las empresas, las empresas familiares y las familias empresarias y más aún en tiempos complicados y desafiantes como los actuales. Acompañarlas en su día a día, en sus proyecciones de futuro, apoyar a los empresarios, a las familias empresarias, a todos esos hombres y mujeres que con su dedicación y esfuerzo han contribuido a hacer de Mallorca y de las Islas Baleares el lugar próspero y acogedor que es hoy.

A estas alturas ya nadie duda de que muchos de nuestros logros como sociedad, nuestra calidad de vida, dependen en gran medida del esfuerzo y sacrificio de los empresarios, que crean puestos de trabajo y generan riqueza para todos. Son las empresas y, específicamente, las empresas familiares, uno de los principales pilares de la estabilidad y fortaleza de las economías desarrolladas. Todo lo que no se construya –más aún en tiempos de crisis– teniendo esto muy claro, agrade directamente al empleo, a la prosperidad social y al desarrollo de nuestra economía.

Las cifras son concluyentes: 1,1 millones de empresas son familiares en España, el 89% del total. Actualmente, estas empresas crean el 67% del empleo privado, con un total de 6,58 millones de puestos de trabajo, y generan el 57,1% del PIB del sector privado. En Baleares, las cifras son muy similares. El 86,5% de las empresas en las Islas son familiares. Dentro del sector privado, crean el 81,7% del empleo y son responsables, asimismo, del 77,5% del PIB.

Por todo esto, Banca March, único banco de propiedad totalmente familiar en el sistema financiero español, nacido en Mallorca en 1926, tampoco podíamos dejar de estar en esta segunda edición de esta magnífica iniciativa de ASIMA. Esta segunda entrega de *Empresarios con valor* recoge el testigo de aquel primer libro y profundiza en su mensaje y en el valor de las experiencias personales contadas en primera persona. Para levantar y mantener una empresa a lo largo del tiempo, para construir algo perdurable, valioso, son necesarios determinados valores, esos que atesoran los grandes empresarios, los empresarios con mayúscula, los que nos hacen alcanzar todas nuestras metas.

Visión de largo plazo, esfuerzo, innovación, confianza, excelencia. Estos son los valores que hacen de una empresa algo más que una organización dedicada a actividades con fines lucrativos. Estas mujeres y hombres que con su esfuerzo y entrega levantan proyectos empresariales merecen toda nuestra admiración, respeto y gratitud. Las mías, sin duda, las tienen.

Por último, no me queda más que reiterar nuestro compromiso responsable y nuestra gratitud por la magnífica labor que, desde sus inicios, lleva a cabo ASIMA. Muchas gracias.



Entrevistas

26 experiencias personales
de empresarios de los Polígonos
de Son Castelló y Can Valero

Andreu Arbona

Nord Arbona

“Siempre se encuentra un camino, aunque en un primer momento parezca imposible”

Andreu Jaume Arbona Pizà (Sóller, 1935) es el fundador de la empresa Nord Arbona Pizà y durante toda su carrera ha demostrado ser un visionario emprendedor dentro del sector de la distribución comercial.

A sus ochenta y cuatro años, su memoria no le traiciona y recuerda con brillo en los ojos todas las etapas de su vida. Una vida larga y fructífera, llena de acontecimientos profesionales y vitales, que ha configurado una trayectoria rica en experiencias.

Andreu recuerda que su familia se mudó a Palma cuando los primogénitos empezaban el bachillerato, mientras que Andreu solo tenía cuatro años. “Es lo que tiene ser el pequeño de cuatro hermanos”, cuenta. “Mi abuelo tenía una fábrica de tejidos en Sóller, Can Sivella. Cuando estalló la Guerra Civil, llamaron a mi padre para trabajar en la dirección de la fábrica Ses Sedes

de Can Ponsa, porque el dueño Don José Ponsa quedó retenido en su barco, el Bon Temps, en el puerto de Maó y no podía salir como consecuencia de la guerra. También por este motivo las fábricas no se podían abastecer de Barcelona y tuvo que ir a Italia a comprar hilatura para Ses Sedes y otras fábricas”.

Andreu estudió en el colegio de las franciscanas de la Plaza Cuadrado, con el Pare Ramón cursó el ingreso en Sant Francesc y terminó su bachillerato en Montesión. Durante sus últimos años de estudiante, desarrolló una afinidad especial por las humanidades y las letras, prueba de ello es la obtención de la calificación de Príncipe Perpetuo y Premio en Filosofía, mención de la que está especialmente orgulloso. Cuando llegó el momento de escoger una carrera universitaria, Andreu confiesa que: “Aunque parecía estar destinado a estudiar filosofía”, teniendo en cuenta que tendría que estudiar en Mallorca, decidió estudiar Derecho porque le parecía la alternativa más útil.

“Estando de vacaciones en Sóller con mi abuela, mi padre me mandó una bicicleta, una maleta y una carta indicándome mi nuevo cometido: vender el contenido de la maleta entre los comerciantes de Sóller”, recuerda sonriendo. Este fue el inicio de nuestro protagonista en la actividad de comercial, ayudando a su padre en la venta de tejidos en el negocio familiar. Más allá de marcar de forma notable su dirección profesional, Miquel Arbona Oliver acompañó a su hijo pequeño en su faceta más humana, como buen esperantista. Esto puede haber sido uno de los factores fundamentales que llevaron a Andreu Arbona a emprender iniciativas en el terreno humanista ya de adulto, como la creación de la Fundación del Jardín Botánico de Sóller y el Museo de Ciencias Naturales, asociaciones de las que ha sido miembro fundador y promotor.

“Mallorca, como cualquier parte del mundo, ha de aspirar a tener alguna industria, hay que plantear la posibilidad de un futuro industrial para la isla”



Su faceta comercial dio un cambio de sentido al cambiar de casa tras casarse y coincidir en el mismo rellano de la escalera con Martín González, en aquel tiempo director de la empresa de Miquel Frau, y que después fundó Humiclíma Est S.A., principal instaladora de aire acondicionado de las islas, quien le introdujo en el mundo de la calefacción y la climatización. Algunas de las primeras representaciones de este sector llegaron de la mano de su amigo Martín. Así, Andreu se adentró en este mundo en el que empezó a hacerse un nombre y a ampliar su cartera de firmas representadas.

No olvidemos que había estudiado Derecho, por lo que compaginaba la actividad comercial con la abogacía. De aquella época recuerda que compartía un despacho en la Calle Velázquez con Joan Artigues Tous, con quien había estudiado. Andreu cuenta que eran vecinos de José María Lafuente, profesor de la Escuela de Comercio y abogado “prestigioso” con el que tenían buen trato. Si bien es cierto que su carrera como abogado realmente fue muy corta: “Durante este tiempo no lo debí hacer muy mal porque no perdí ningún caso”, dice con una sonrisa.

A pesar de su éxito como abogado, al final se decantó por el camino empresarial de forma definitiva. Andreu cree que esta decisión probablemente se debió a que tras sus actividades como comercial había conseguido una “buena cartera de representaciones” que le darían fuerza en su nueva ocupación.

Para entrar en el mundo empresarial, recuerda que se instaló a finales de los años sesenta en un local de la calle Tiziano, en Palma, que era de su suegro. Se instaló como Andrés J. Arbona Pizà, autónomo, con el nombre comercial Nord Arbona Pizà, nombre con el que actualmente siguen siendo conocidos.

Uno de los primeros productos que vendió en sus inicios eran calderas y quemadores. “En aquel tiempo los principales clientes de las calderas eran



“Nosotros no nos hemos distinguido por tener una gran cantidad de productos, sino por apostar por la especialización”

los hoteles, que sustituían las calderas de carbón por las de fuel”, explica. Como buen mallorquín vio en la industria del turismo una de las principales fuentes de ingresos para sus clientes instaladores y decidió buscar productos para proveer a este sector. Fruto del servicio de asistencia técnica SAT de las calderas que vendía, ingresó en INFOCAL, Asociación de Instaladores de Fontanería, Calefacción y Afines de Baleares, patronal del sector de la instalación, poco después entró a formar parte de la junta directiva de la que fue miembro durante muchos años y que, a sus 84 años, es el presidente.

Después de las calderas, llegaron los sistemas de calefacción, para dar paso a los aires acondicionados. Andreu recuerda cómo poco a poco iba siendo conocido en el sector y pudo ir incorporando grandes marcas bajo su empresa, tales como Daikin, Panasonic o MENERGA. Actualmente, Nord Arbona Pizà además vende equipos de supervisión y control de instalaciones hoteleras, sistemas de control de viviendas, domótica y material eléctrico en general.

Como curiosidad, recuerda que en su época de comercial del textil cuando era representante de DMC, empresa francesa líder mundial de hilos de bordar, “uno de mis clientes fue Armando Esteban, que tenía la empresa Bordados Mallorca”, narra Andreu. “Armando fue uno de los impulsores del polígono, el primer polígono industrial privado que se constituyó en España”.

Andreu nos cuenta como: “En un principio se pretendió que todos los que compraran terrenos instalarían una industria, porque las fábricas que estaban en Palma necesitaban unas mejores instalaciones”. Explica que esa es la razón por la que se “quedó fuera” y que él llegó al polígono más tarde, ya que “no pretendía fabricar nada”. Con el paso de los años cambiaron la política y “permitieron que se instalase todo aquel que quería poner un negocio”. De hecho, afirma, “ahora hay muy poca actividad industrial y lo que hay son muchos comercios, empresas que venden lo que fabrican otros”.



“Nos centramos en ser más fuertes y especialistas en algunas gamas de productos”

A medida que fue creciendo, Arbona amplió el negocio al mundo de la distribución y se distinguió por apostar por productos más específicos. “Por nuestro tamaño y vocación no podemos competir con otros almacenes más grandes por lo que nos centramos en ser más fuertes y especialistas en algunas gamas de productos”.

En aquella época, a mediados de los años ochenta se unió al grupo de compras Termoclub formado por un grupo de empresas similares ubicadas en distintas regiones de la geografía española y con intereses de compra comunes. Andreu Arbona se percató de que para “comprar mejor” era fundamental hablar con almacenes de la Península que tuvieran necesidades similares a las suyas para aunar fuerzas con todos sus miembros y tener así mayor peso a la hora de negociar con los fabricantes. Nord Arbona es el socio de Termoclub en Baleares.

Esta gran idea permitió a Andreu tener aliados por toda España y comprar a mejores precios. “Nosotros no nos hemos distinguido por tener una gran cantidad de productos, sino por apostar por la especialización”, sentencia. Durante los últimos treinta años, se ha esforzado para integrar una cadena de servicios completa para acompañar al comprador desde el diseño del proyecto, guiarlo en la instalación y ofrecerle servicios posventa. La eficiencia energética ha sido desde hace muchos años el objetivo de su especialización.

Con el fin de aumentar el nivel de conocimiento técnico de los profesionales del sector de la climatización tanto de los ingenieros consultores como del mundo de la instalación, se creó a imagen y semejanza de la ASHRAE americana, ABTECIR la Asociación balear de Tècnics amb Energia



“Estando de vacaciones en Sóller con mi abuela, mi padre me mandó una bicicleta, una maleta y una carta indicándome mi nuevo cometido: vender el contenido de la maleta entre los comerciantes de Sóller”

Climatització i Refrigeració, de la cual Andreu fue socio fundador y presidente durante varios años.

El mayor de los hijos de Andreu Arbona, Miquel Arbona, se une a su padre desde el año 83, después de que éste le propusiera estudiar una carrera de utilidad y provecho en el sector en el que estaba implicado, Ingeniería Técnica Industrial Electrónica. Con la llegada de su hijo, que ahora lleva las riendas del negocio, se consolida la empresa Nord Arbona Pizà en el polígono Son Castelló, que sigue comercializando productos innovadores siempre bajo la perspectiva de buscar la máxima eficiencia y la sostenibilidad. Desde entonces, la empresa ha incorporado grandes firmas bajo su ala y ha participado en nuevos proyectos que han transportado el negocio familiar y los sueños de Andreu al siguiente nivel.

Andreu se permite hacer desde la experiencia una reflexión con respecto al futuro de la isla: “Mallorca, como cualquier parte del mundo, ha de aspirar a tener alguna industria, hay que plantear la posibilidad de un futuro industrial para la isla”.

También ofrece una reflexión sobre la crisis derivada de la pandemia de la Covid-19. “La experiencia vivida me lleva a pensar que esta situación de crisis por el coronavirus se superará. He vivido momentos en los que la situación era muy mala. La posguerra española fue dura, con una casi nula actividad económica. Yo era muy joven, pero tengo un recuerdo de estas condiciones de vida muy difíciles en algunos momentos. Es muy pronto para ver una salida a la situación actual. No obstante, habrá una solución. Con esfuerzo y constancia se superará esta crisis, sin duda muy grave. Siempre se encuentra un camino, aunque en un primer momento parezca imposible”, afirma.



A mediados de los 80's se unió al grupo de compras Termoclub formado por un grupo de empresas similares ubicadas en distintas regiones de la geografía española y con intereses de compra comunes

“Lo que más nos pesa ahora es la incertidumbre con respecto a la duración de la crisis. Desde su inicio, nuestra principal prioridad ha sido proteger a nuestra gente, evitando a toda costa tener que prescindir de alguno de los miembros del equipo”, destaca.

Para Andreu Arbona el personal y los clientes son el mayor capital de una empresa y la base de nuestra supervivencia y superación. “La reinversión, intentando traer cada día temas nuevos, soluciones innovadoras que sigan aportando valor y despierten el interés de nuestros clientes fieles y de los que todavía no lo son, será esencial para la recuperación”, concluye.

Con la revolución de las nuevas tecnologías y la creación de Internet, en tono reflexivo Andreu comenta que surgen nuevos competidores, ahora en la red, y nuestra subsistencia solo se entiende “ofreciendo mejores servicios”. Afirma muy convencido que “una persona puede encontrar un producto por Internet algo más barato” aunque “no tendrá nuestro servicio de control de calidad del producto y asesoramiento para su correcta implantación”.

Andreu Arbona, a pesar de haber pasado el relevo a sus hijos, sigue yendo todos los días a las oficinas del polígono y todavía forma parte de manera activa de la empresa que con tanta dedicación, esfuerzo y tiempo ha logrado construir.



Gabriel Barceló

Grupo Barceló

“Venir a trabajar a la Fundación fue una gran oportunidad. Trabajo con mucho gusto y con mucha dedicación”

Estar frente a Gabriel Barceló es estar frente a una hemeroteca de historia y cultura. Historia familiar que comienza en Felanitx con una empresa de autocares que fundó su padre en 1931 con 29 años y que, en plena Guerra Civil, Gabriel con tan solo once años empezó a ayudarlo. “En aquel momento no había gasolina, por lo que se organizó una agencia de transporte y veníamos en el tren de Felanitx a Palma. Llevando normalmente cosas del campo y algunos útiles que se necesitaban”, comienza a contar.

“Empecé a trabajar hace ahora exactamente ochenta años”, dice sonriendo. “A los dieciocho hice el servicio militar y a partir del año 50 empecé a estar en contacto con el turismo”. En esa época ofrecían a los turistas hacer excursiones para visitar Valldemossa, Sóller, Formentor, las Cuevas del Drach, entre otros enclaves.

En 1954 Gabriel recuerda que empezó su actividad de agencia de viajes. Como el desarrollo del turismo era tan extraordinario y había tal demanda, en 1960 decidieron empezar su actividad en hoteles.

En 1962 construyeron su primer hotel en la playa de Palma. En aquella época tenían una pequeña agencia de viajes con oficinas en Mallorca, Menorca, Ibiza y Barcelona. “Teníamos la actividad de los autocares que era la básica desde hacía treinta y un años, y cuando empezamos la actividad de hoteles, la empresa en aquel momento podía tener unos 200 empleados (hace este inciso), continuamos nuestra expansión. Primero con la agencia de viajes a la Península y a Canarias, hasta que en 1981 damos nuestro primer paso internacional y nos establecemos en México, Brasil, Venezuela y otros sitios”.

En el año 1985 abren el primer hotel en el Caribe, “que por cierto fue pionero porque fuimos la primera empresa española en construir un hotel en República Dominicana”.

Gabriel Barceló se jubila en 1993 y le sucede su hermano Sebastián, “que en Paz Descanse”. Eran los dos socios de la empresa, al cincuenta por ciento. “Habíamos trabajado juntos toda la vida y él estuvo hasta el año 2000 en que nos suceden nuestros hijos, su hijo Simón y mi hijo Simón Pedro, que son los dos copresidentes del Grupo Barceló en la actualidad”.

Es una empresa familiar, “como las buenas” (sonríe) que ya va por la cuarta generación. Hace unos años se incorporó el primer nieto de su hermano Sebastián que ahora está de director de un hotel en Guatemala.

“Mi hijo y mi sobrino son jóvenes por lo que les quedan años por delante para seguir consolidando”, dice. “Otros nietos han elegido otro camino y prefieren realizar otras actividades”.

Gabriel Barceló tiene en su cabeza una enciclopedia de fechas, es admirable. Lo recuerda todo como si fuera ayer. En los años sesenta, se remonta, “la demanda era muy alta y no había hoteles suficientes con lo cual, con nuestra actividad de agencia de viajes necesitábamos hoteles, por eso decidimos construir hoteles para tener más plazas y hacer negocio”.

“Con motivo de la guerra del petróleo, en los años 72-73 y 78-79 nos planteamos diversificar. En aquel momento ocurrió la primera pequeña depresión



“Mi hijo y mi sobrino son jóvenes por lo que les quedan años por delante para seguir consolidando”

del turismo por primera vez en España, que como en las posteriores se ha demostrado que fue mínima, a pesar de las dificultades”. Porque el turismo, dice, “ha demostrado ser una industria mucho más sólida de lo que muchos pensaban. Muchos pensaban que el turismo era algo pasajero”.

En cambio, la familia Barceló tuvo desde el principio una fe ciega en el turismo y “lo único que nos planteamos en este momento fue expandirnos hacia otros lugares para diversificar más”. Ese fue el motivo, explica. “Con la suerte de que nos encontramos, precisamente en República Dominicana con unas condiciones extraordinarias y donde no había prácticamente nada. Estaba todo por hacer. Con lo cual, aquello fue el éxito más notable de nuestra actividad e historia empresarial”.

Afirma que fue un camino fácil porque tenían una gran fe en el turismo y porque en República Dominicana en los 80, era la Mallorca de los años 50.

Cuando Gabriel Barceló descubrió Bávaro, tuvo un flechazo, “como también lo podíamos tener con Formentor en Mallorca”, expresa. “Era una playa extraordinaria que no la había pisado nadie, porque no había ni carretera de acceso. Cuando fui a verla tuve que ir en moto por la playa para ver el terreno porque no había otro acceso. El desarrollo inicial fue un poco complicado, primero porque en el 82 que fue el año de la compra de los terrenos hubo elecciones en el país, y en segundo lugar porque la burocracia política siempre es un poco notable, pero había mucho interés en Dominicana en expandir el turismo, hasta el punto que el nuevo ministro de turismo, Fello Subervi, cuyo partido político ganó las elecciones, vino a España y me llamó desde Madrid que quería verme porque estaba seguro de que iba a ganar. Vino a Mallorca y me dijo cuando sea ministro, lo que queráis. Efectivamente ganó las elecciones y le dijimos, “lo único que pedimos es que nos hagáis una carretera”. Al cabo de un tiempo nos dijo que no la iban a hacer porque no tenían dinero, pero si la hacíamos nosotros la pagarían a través de la compensación de los impuestos que tuviésemos que pagar. Decidimos por tanto hacer la carretera, de 12 km. Llevamos 35 años de actividad y sigue la misma carretera con el mismo firme y ahora tienen un tráfico descomunal”.

Cuenta cómo también tuvieron que hacer una depuradora de aguas residuales “porque no queríamos ser como los políticos mallorquines, que setenta años después del inicio del turismo, todavía tiran agua residual al mar cuando esto debería estar prohibido legalmente”, y es aquí cuando le

“Vamos a peor. Se ha disparado en los últimos años una turismofobia de un grupo, creo que, reducido, pero que hace mucho ruido”

sale la parte empresarial. “Nosotros nunca en Bávaro hemos tirado una gota de agua al mar, ni en otros proyectos como por ejemplo en Riviera Maya (México). Hicimos depuradoras y depositamos el agua residual dentro de la finca para regar el campo de golf y otras actividades. Hay una gran diferencia”, apostilla.

Opina que “Vamos a peor”. “Se ha disparado en los últimos años una turismofobia de un grupo, creo que, reducido de ciudadanos, pero que hace mucho ruido y la sociedad civil que se perjudica con estos hechos no reacciona como no reacciona frente a otros muchos casos como la mala política frente a otro tipo de actividades”.

Es muy sincero al expresar que “la sociedad civil mallorquina y española, en general, tiene un déficit de actividad social importante para intentar influir en el desarrollo de los acontecimientos”.

Cerrado el capítulo de la historia del Grupo Barceló en el ámbito hotelero, viajamos al año 1989 que nace la Fundación Barceló. Para Gabriel, tras haberse jubilado, “venir a trabajar a la Fundación fue una gran oportunidad” y hasta el día de hoy, con 91 años, viene todos los días. “Trabajo con mucho gusto, con mucha dedicación, con muchas menos horas que antes, ahora 4 o 5 horas al día, pero con plena actividad para intentar desarrollar una actividad muy bonita porque en la Fundación no tenemos que ganar dinero, excepto para tener fondo para gastarlos y eso nos permite ayudar a mucha gente a mejorar su situación de vida, lo cual es muy estimulante y agradecido”.

La actividad principal de la Fundación está basada en tres pilares, dice, “salud porque creemos que sin salud ninguna persona puede tener una vida digna; edu-



“En la Fundación no tenemos que ganar dinero, excepto para tener fondo para gastarlos y eso nos permite ayudar a mucha gente a mejorar su situación de vida, lo cual es muy estimulante y agradecido”

cación porque es la base del desarrollo de la persona y economía personal para mejorar su nivel de vida”.

A esto se dedican básicamente en América latina, en los países menos desarrollados y en África en los países más necesitados. Y dentro de estos países, explica, “las zonas más pobres y dentro de esta pobreza con preferencia a las mujeres que son las que más sufren la falta de desarrollo, la pobreza y estas penosas circunstancias”.

Gabriel espera que sus descendientes continúen con la Fundación. De hecho, comenta, “cuando la creamos la dotamos con 500 millones de pesetas y a través del tiempo hemos ido aumentando nuestros recursos y en estos momentos superamos los 35 millones de euros de recursos propios, con lo cual la Fundación está consolidada y tengo la plena seguridad de que mis sucesores, tanto mis hijos como los nietos, como los bisnietos, vayan participando en esta iniciativa que para mí culmina una actividad personal y empresarial”.

No puede dejar de recordar a su padre quien le inculcó “el sentido de la responsabilidad en el trabajo, el esfuerzo y la honradez”. “Era un hombre sin estudios que se había hecho a sí mismo, hijo de campesinos, fueron nueve hermanos, y no sé cómo se las compuso para crear la empresa de autocares tan joven”.

Gabriel asegura que a sus hijos les ha intentado transmitir estos valores más algunos otros que ha ido aprendiendo con el tiempo, como es la formación profesional, mejorar la creatividad, ser más imaginativos para desarrollar más las cosas, pero básicamente, dice, “la función de la empresa es crear un producto que interese a los clientes, porque de otra forma no se justifica su existencia, y por otra parte tener resultados positivos primero para consolidarse y luego para expandirse. Toda empresa que no sigue estas reglas para mí está destinada a su final”.

Lo han hecho de una forma magnífica, asegura, han tenido muchas dificultades, pero el Grupo Barceló no ha dejado de desarrollarse. “Hoy es diez veces más grande de como yo la dejé, hoy es cien veces mejor que lo que yo lo dejé y



“La función de la empresa es crear un producto que interese a los clientes, porque de otra forma no se justifica su existencia”

mis sucesores son mil veces mejor de lo que era yo, por lo cual, auguro un brillante porvenir al grupo de cara al futuro”.

Cuando cumplió 65 años, aunque se sentía bien, decidió retirarse y dar la oportunidad a sus descendientes de seguir con el negocio. “He conocido algún amigo a quien su padre no había dado esa opción y me daba mucha pena porque eran personas valiosas”, Gabriel quiso evitar ese riesgo y se siente muy contento de haberlo dado porque cree que la empresa es mucho mejor y porque ha tenido el placer de vivirlo, “con lo cual ha sido un gusto extraordinario”, afirma.

Al margen, debido a la situación generada por el coronavirus, Barceló desea expresar en primer lugar su pésame y sentimientos de apoyo “a todas las familias que han padecido algún fallecimiento, y expresar mi más sentido apoyo a todas las personas contagiadas y a todas las que están trabajando para eliminar o reducir los efectos de esta plaga”.

Como empresario retirado y a título personal, expresa, “vivo esta pandemia con gran preocupación por los grandes y adversos efectos que tendrá sobre la economía pública y privada, en general y en particular”. Particularmente, dice, “con una gran destrucción de empleo, graves problemas económicos para todas las empresas, pero en especial para las pequeñas y para los autónomos y con un perverso efecto sobre las finanzas públicas ya que va a provocar un aumento notable de la Deuda Pública”.

En estos momentos de dificultad y pesimismo, Gabriel desea recordar que “cada momento ofrece su oportunidad por lo que las empresas, empresarios y trabajadores saldremos de esta, como hemos salido de otras situaciones difíciles, si trabajamos duro y con ilusión ya que siempre es posible mejorar si nos empeñamos en ello”.

Añade que su actividad centrada en la Fundación Barceló, en la cual entre otras actividades tienen el Programa Alisol, que consiste en la donación de



“Si trabajamos duro y con ilusión ya que siempre es posible mejorar si nos empeñamos en ello”

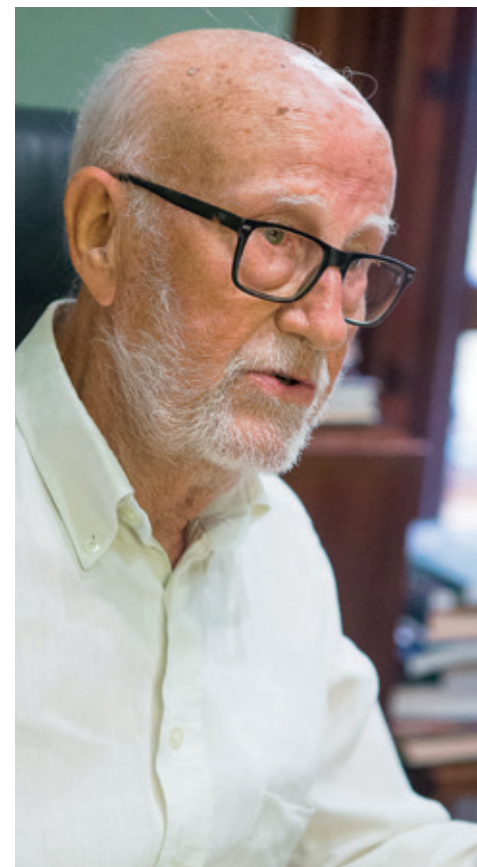
alimentos frescos, básicamente verduras y fruta a diversas entidades que distribuyen comidas o donan alimentos a familias necesitadas. Han continuado su donación semanal y aumentando el volumen de la misma para atender la demanda de más personas que necesitan esta ayuda.

Gabriel Barceló tiene seis hijos, once nietos y cuatro biznietos, ¡una gran familia! exclama orgulloso. “Y tengo una mujer excepcional que cuidó de ellos en mis ausencias, por lo cual tengo que dar gracias a la vida”.

Ahora, tras haber dedicado su vida a la empresa y a la familia, disfruta de nadar y en invierno procura caminar.

Antes de terminar la entrevista, quiere dedicar unas palabras de homenaje a los fundadores de ASIMA. “Tuve el gusto de conocer a todos, recuerdo con especial cariño a su presidente, Ramón Esteban, a su hermano Antonio Tomeu Buades, a Antonio Fontanet muy amigo mío, de mi pueblo, a Antonio Borrás, Alejandro Pou, etcétera... lamento no recordar a todos”.

Felicitarles, añade, “porque fueron visionarios en aquella época de levantar el primer polígono industrial de España, porque descongestionaron la ciudad, le hicieron un favor que nunca ha sido agradecido, quitaron la industria, los olores, la suciedad, el tráfico, con lo cual deberían ser muy reconocidos. Además, construyeron una urbanización fantástica, que más de cincuenta años después todavía es una urbanización amplia con dotaciones”. Y termina felicitando a todos los asociados.





Jaume Bibiloni

Jaime Bibiloni

“Mi trabajo es mi hobby, mi diversión y un lujo. Y si a una persona la sacas de lo que sabe hacer y disfrutar...”

El constructor y promotor Jaume Bibiloni Rosselló nació en 1944 en el seno de una familia payesa de Santa Margalida que vivía de la explotación de sus tierras. Inquieto por naturaleza, compaginó los estudios con sus tareas en la agricultura y ganadería. Terminó el Ballicherato en Palma e inició la carrera de arquitectura en Barcelona, aunque lo dejó para hacer el servicio militar y así quedar libre cuanto antes. En aquel momento la mili era un lastre de 18 meses y su idea era incorporarse lo más pronto posible a sus estudios y al trabajo que simultaneaba. Y lo cierto es que desde 1967 no ha parado de trabajar: Lleva cincuenta y tres años cotizando a la Seguridad Social de forma ininterrumpida. “Mi trabajo es mi hobby, mi diversión y un lujo a estas alturas de la vida. Y si a una persona la sacas de lo que sabe hacer y disfrutar...”, dice incombustible a sus 76 años.

Su trayectoria laboral arrancó en Santa Ponça, en la promotora y constructora francesa Jacques Fournet S.A.. Allí permaneció tres años y conoció todos los entresijos de la profesión. La empresa desarrollaba apartamentos que se vendían sobre todo a franceses y belgas. “Era una fiebre en la que todos los extranjeros compraban”, asegura el empresario. Gracias a sus conocimientos de francés, con apenas 23 años, Bibiloni asumió el papel de responsable de obras y clientes. En ese momento conoció a Paco Ruiz. Una persona clave en su carrera, ya que más adelante se convirtió en su mano derecha, persona de confianza de la familia y apoderado de todas las sociedades que ha constituido. Hasta que Ruiz se jubiló, su carrera ha estado siempre ligada a la de Bibiloni.

El veterano promotor y constructor siempre tuvo claro que quería trabajar por su cuenta y en 1971 llevó a cabo su primera promoción inmobiliaria. Paco Ruiz se incorporó poco después. “Eran tiempos en los que se llevaba mucho las operaciones de permuta. El trato personal y la palabra ya eran en sí un contrato”, recuerda. Trabajó a título personal y con diferentes sociedades, hasta que en 1982 fundó Jaime Bibiloni S.A..

A lo largo de su carrera ha promovido y construido más de 400 proyectos de todo tipo: viviendas, chalets, naves, equipamientos, oficinas, urbanizaciones... Dada su amplia experiencia, ha sido testigo en los últimos 50 años de la evolución urbanística, de la trayectoria del precio de vivienda y de los constantes cambios en las diferentes normativas. Su papel en el sector hizo que participara en la fundación de la Asociación de Constructores y Promotores de Baleares siendo miembro activo en la Junta directiva que se creó en 1982.

Ha vivido los vaivenes cíclicos de la economía que se han ido sucediendo a lo largo de



“Llevaba la empresa en la cabeza. Te levantas con ella y te acuestas con ella”

medio siglo. La crisis del petróleo de 1973 dejó toda Europa paralizada. También recuerda la de los 80, la del 92 con los recordados Juegos Olímpicos de Barcelona como telón de fondo y, sobre todo, la que afectó al ‘ladrillo’, que ya podría decirse que es la penúltima. “Las he pasado todas”, señala. Pero la que estalló en 2008 afectó de lleno al sector inmobiliario. En aquel momento, la banca tachó al sector constructor-promotor “a nivel basura”. ¿No nos querían ni ver!”, recuerda Bibiloni, y advierte que: “Desde entonces el panorama se ha vuelto mucho más complejo y global”. La Banca no hizo las cosas bien como se ha demostrado (rescate bancario, banco malo, Frob, fusiones, etcétera).

Cuando ya parecía que todo volvía a rodar, estalló en 2020 la pandemia del coronavirus. “Esta crisis sanitaria que estamos viviendo cambiará los hábitos en muchos sectores productivos y los expertos económicos no se ponen de acuerdo en las recetas que tienen que aplicar”, vaticina Bibiloni.

Desde la visión que le aporta su experiencia en el sector, cree que: “Las instituciones (Govern, Consell insular y Ayuntamientos) tendrían que tener un poco más de empatía hacia los empresarios y autónomos. La burocracia las está ahogando y mucha inversión se pierde por el camino”, cuenta Bibiloni, que echa en falta una normativa clara y estable para poder trabajar a medio plazo y crear buenos equipos de trabajo. “En estos momentos no perder el puesto de trabajo ya es un éxito, no hablemos de la posibilidad de crearlo. El paro es una lacra que rompe las estructuras más débiles de las familias y la sociedad.

Los políticos tendrían que priorizar toda su labor para la creación de empleo”, dice el empresario. El nivel de pobreza está aumentando en todos los sectores y los responsables políticos tendrían que consensuar esfuerzos para paliarlo.

“La Administración tiene todo el poder necesario para que los trámites burocráticos se hagan cumplir en unos plazos razonables. Todo depende de la voluntad política. Si hubiera más seriedad en agilizar las tramitaciones se paliaría el paro y facilitaría la recuperación económica que hace falta para todos. Hace falta una gestión responsable para el desarrollo de planes que no

“Las instituciones tendrían que tener un poco más de empatía hacia las empresas. La burocracia las está ahogando y mucha inversión se pierde por el camino”

dependan de un color político, que impulse la promoción de vivienda social a un precio asequible, tanto en venta como en alquiler”, explica Bibiloni. Y pone de manifiesto que, en todas las legislaturas, los partidos políticos “han llevado en su programa electoral el fomento de la vivienda protegida, pero han carecido de gestión eficaz para su desarrollo. Es complicado hacer entender al ciudadano que las tres administraciones no se ponen de acuerdo en materia urbanística. Y esto se debe a una carencia de ‘gestión profesional’ y ‘sentido común’”, sentencia con contundencia. La burocracia tiene un coste muy elevado para nuestro sector.

Actualmente sus hijos Juan Miguel y Carlos llevan las riendas de la empresa y disponen de “un equipo humano muy competente, cosa que no ha sido fácil. Yo estoy donde mejor pueda servir y no entra en mis planes la jubilación”, advierte Jaime Bibiloni. Contempla la situación desde su experiencia y ha sabido tomarse con filosofía las vicisitudes del sector. Es la ventaja de cumplir años.

Expresa que Jaime Bibiloni S.A. es una empresa local y familiar. “Tenemos volumen, pero nunca hemos tenido intención de crecer”. Como empresario, atestigua que no tiene horarios. Cuando estaba en activo “trabajaba catorce horas al día y no existían las vacaciones”.

El empresario aún recuerda cuando “llevaba la empresa en la cabeza. Te levantas con ella y te acuestas con ella. Sábados y domingos. Ahora estoy en otra fase. Son mis hijos quienes llevan la empresa y no me necesitan”.

Comparte el sentir de que los empresarios se sienten maltratados pese a que crean puestos de trabajo y, en su caso, su objetivo es crear viviendas. Ahora, desde su



“En estos momentos no perder el puesto de trabajo ya es un éxito, no hablemos de la posibilidad de crearlo”

experiencia, cree que hay soluciones para que haya pisos asequibles”. Falta consenso político y eliminar burocracia.

Jaime Bibiloni fue el primero de su familia que se dedicó a la construcción. Originario de Santa Margalida, “mi familia tenía una finca. Conozco todas las *feinas* del campo y de hecho me gustan”. Todavía recuerda cuando era pequeño y su abuelo veía pasar un avión extrañado. “Él no entendía que vinieran americanos a pasar quince días a España, cuando mi abuelo tenía que trabajar cada día en el campo”.

De su familia ha heredado la pasión por la tierra, por su huerto. “Lechugas, patatas, aceite, higueras... El otro día hice un injerto y ya me ha salido”, dice con orgullo. Tan orgulloso como lo está de sus tres nietos. “Todos quieren venir a trabajar aquí, otra cosa es que al final vengan”, dice entre risas. La jubilación, desde luego, no entra en sus planes.

La sede de Jaime Bibiloni Construcciones y Promociones se encuentra en Gremi Corredors, 6 bajos, en el parque empresarial Son Rossinyol. “La primera estuvo en General Riera, 66. Era un garaje y dos oficinas y en administración estábamos Paco (Ruiz) y yo”. A medida que pasaban los años, ha tenido empresas de instalaciones, electricidad, embaldosados... Aunque “nuestro fuerte siempre fue la promoción y la construcción”.



“Trabajaba catorce horas al día y no existían las vacaciones”

Toni Borrull

Mayfe

“Somos gente prudente y conservadora. Si viene otra crisis no nos pasará lo mismo. Porque nos preparamos”

Líder nato, se vio solo ante la empresa familiar con poco más de treinta años. Toni Borrull (Palma, 1963) afrontó el liderazgo repentino tras la desaparición de su padre, un ejemplo y un recuerdo que mantiene vivo. Su empresa, Mayfe, es un referente en el suministro de la construcción y un termómetro perfecto de los vaivenes de la economía balear. Con tino, prudencia y lo aprendido de su padre, Borrull afrontó las vicisitudes de quien tiene un camino claro y preciso.

Mayfe es una empresa familiar que nació al calor del boom económico de los 60 y fue fundada por los hermanos Borrull. Antonio, padre del entrevistado, “vino con diecisiete años desde Barcelona a la Isla con su familia. Mi abuelo paterno era gerente de Motores de Explosión S.A., una empresa industrial catalana que tenía una sucursal en la calle Aragón”.

Por aquel entonces, y pese a su edad, el padre de Toni Borrull ya mostraba inquietudes por emprender, así que después de un tiempo trabajando para otros, se estableció por su cuenta. “Se dedicó a las representaciones de productos para la construcción y con la ayuda económica de su madre, mi padre, junto a sus hermanos, abrieron un pequeño local cerca del Pont d'es Tren de Palma”. Este sería el inicio de su trayectoria bajo el nombre Borrull Suministros Construcción. Los tres hermanos fundadores de la empresa se repartieron las funciones, tales como administración, compras y ventas. Antonio el que llevaba la dirección de la misma.

Era 1962. Antonio Borrull padre tenía 26 años y por fin se había casado con su novia de toda la vida. Era todo “tan rápido en aquel tiempo” que Toni Borrull nació al año siguiente. La década de los 60 fue una época dorada en la que nacieron multitud de empresas en la Isla. El caldo de cultivo perfecto para los emprendedores, “gente con ambición, porque en aquel tiempo no había casi nada. Muchas carreteras estaban sin asfaltar y la mano de obra predominaba sobre la maquinaria. Era una oportunidad para gente con ímpetu y ganas de trabajar”, recuerda Borrull, en contraste con la feroz competitividad de hoy en día, con un Internet que permite estar al alcance de todo lo imaginable con solo un click.

A principios de los 80 la empresa se convirtió en una sociedad anónima, pasando a denominarse Maquinaria y Ferretería, S.A. (Mayfe). En ese momento se muda al polígono de Son Castelló, cuando el concepto de polígono industrial encaja con la rápida expansión de la empresa. “En esa época yo estaba haciendo la mili. No era buen estudiante y me puse a trabajar en Mayfe. Era algo que siempre me había gustado. Desde pequeño me sentí atraído por el trabajo de



“Imagino que mi padre se sentiría orgulloso de ver que he sido capaz de mantener la empresa que fue su sueño y ahora es el mío”

mi padre, por la dedicación e ilusión con que lo vivía”, cuenta Toni.

El empresario recuerda que “de él aprendí el sacrificio y el valor que tenía que dar a las cosas. Quería que me las ganara. Recuerdo que cuando gané mi primer sueldo me dijo que tenía que entregarle a mi madre una tercera parte del mismo. O como cuando quise comprarme mi primer coche a los 18 años. Era, y sigo siendo, muy aficionado al motor y el coche que me hubiera gustado tener en ese momento no era adecuado por mi edad y a mi escasa experiencia como conductor. Seguí el consejo de mi padre y esperé. Me lo tuve que ganar con gran esfuerzo y compromiso. Al cabo de unos años pude comprarlo, esta vez sí, con un poco de su ayuda”.

Borrull hace memoria sobre su experiencia en la empresa familiar. “Empecé trabajando como mozo en el almacén y poco a poco fui conociendo las diferentes áreas de la empresa, tanto logísticas como comerciales”. En aquellos años “vivimos diferentes circunstancias tanto a nivel personal, como los problemas de salud de uno de mis tíos, como a nivel profesional. La crisis del año 90 empezaba a dar señales. Hasta que desgraciadamente en el año 1993 mi padre fallece de forma repentina”, cuenta el empresario. “Fue un golpe demasiado duro para todos: la familia, el personal de la empresa, amigos...”. La desaparición de Antonio Borrull “fue el acontecimiento clave que supuso un cambio radical, a nivel profesional y personal. A partir de ese momento toda nuestra vida cambia. Fueron años complicados con diferencias familiares, durante los cuales tuve el apoyo de mi familia directa para coger las riendas de la empresa”.

Aunque Toni Borrull lamenta no haber seguido estudiando, “algo imprescindible hoy en día para poder dirigir una empresa, reconozco que no me ha ido mal del todo”. Tras ese largo período “disfrutamos de unos años económicos muy buenos que supimos aprovechar, lanzándonos a explorar el mundo del alquiler de maquinaria, por lo que adquirimos nuevas instalaciones para ese fin”.



“Desde pequeño me sentí atraído por el trabajo de mi padre, por la dedicación e ilusión con que lo vivía”

Desgraciadamente la burbuja inmobiliaria que explotó en 2008 “nos metió en la crisis más dura y larga que hayamos sufrido hasta ese momento. Fue mi primera crisis como gerente de la empresa. La facturación cayó un 50 por ciento en dos años. Nos obligó a reestructurarnos y a buscar continuamente soluciones para sobrevivir, intentamos no prescindir del personal. Y debo reconocer que gracias a su dedicación y su esfuerzo pudimos salir adelante”.

La crisis del 2008 supuso una importante lección para Antonio Borrull: “Somos gente prudente y conservadora. Si viene otra crisis no nos pasará lo mismo. Porque nos preparamos”. Ante lo que tiene que venir, Borrull ha decidido “dejar de pensar en el crecimiento. A veces más no se traduce en más. Más naves, más trabajadores, más cosas que comprar... Tienes que facturar más y aparecen más riesgos. Y de repente algo falla”, cuenta.

Y el instinto de Antonio Borrull no falla: lo que parecía un año tranquilo ha dado un vuelco con la aparición de la pandemia del coronavirus. “Respecto a esta nueva situación que nos ha tocado vivir 2020, creo que ha sido tan inesperada y trágica, sobre todo al tratarse de un tema sanitario. Creo que esta epidemia nos traerá a su vez una recesión económica inmediata que afectará a todos los sectores de la población”, vaticina el empresario.

Borrull advierte que “estoy convencido que habrá un antes y un después de la Covid-19. Para superar esta situación necesitamos de nuestra seriedad y perseverancia en el trabajo. Es una realidad que nos afecta a todos y que nos obligará a pensar en el futuro de otra forma”. Su experiencia vital y profesional se enfrenta a este nuevo desafío que ha hecho tambalear el mundo

“El fallecimiento de mi padre supuso un cambio radical, a nivel profesional y personal. A partir de esos momentos toda nuestra vida cambia”



y que requiere de reflejos y sentido común para superarlo.

En la definición de ‘buen empresario’ que tiene Antonio Borrull como referente aparece “la satisfacción de ver que hacemos las cosas bien. De haber conseguido una imagen de empresa solvente y de referencia en el suministro de la construcción. A sus 57 años (en el momento de esta entrevista), la empresa familiar Mayfe ha luchado por ponerse al día e innovar, con iniciativas como el alquiler de herramientas”.

¿Qué diría Antonio Borrull padre si levantara la cabeza? “Imagino que se sentiría orgulloso de ver que he sido capaz de mantener la empresa que empezó siendo su sueño pero que también se ha convertido en el mío”, dice con orgullo Toni Borrull.



Josep Bosch

Bosch & Lozano

“Trabajamos muy duro para ser líderes del mercado de recambios de automoción”

Es el ejemplo de la empresa familiar que ha sabido dar el salto a la siguiente generación. De un traspaso de poderes, que ha llevado a Bosch & Lozano al siglo XXI en una transición sin sobresaltos, con el permiso de la crisis del Covid-19.

“La crisis de la Covid-19 ha hecho tambalear toda la estructura, como ha ocurrido con tantas empresas”, en palabras de Josep Bosch, que actualmente ocupa el cargo de director general de la empresa. “Una situación, en ningún caso deseable para nadie, que nos ha mostrado una versión de las personas y de las empresas que hasta ahora no conocíamos y que difícilmente volveremos a ver. Son semanas de empresa al cien por cien. No debemos olvidar que el gran drama de esta situación es médico, el resto puede que sea fruto de otras circunstancias y que la Covid-19 ha puesto en primera fila”.

Bosch & Lozano se dedica a la distribución de recambios de automóviles, náutica, vehículos industriales, industria, equipamiento y servicios para talleres. Cuenta con doce tiendas, diez en Mallorca y dos en Menorca, e impulsa las marcas ad, Autotaller, Autoneumatic y Milenium que agrupa más de 200 talleres mecánicos independientes en las dos islas.

“Es imprescindible el apoyo de los que pasan el testigo”, asegura Josep. “Podemos decir que soy el director general, pero en la práctica, somos un equipo de cuatro personas en el área de dirección. Cada uno con un ámbito de trabajo asignado. Seguramente ha sido uno de los cambios estructurales más importantes que hemos acometido y que no son sencillos en una empresa familiar con 60 años a su espalda”.

El traslado de la sede central de Bosch & Lozano al polígono Son Castelló tuvo lugar en 1987 y supuso un salto a la modernidad para la empresa. Entonces Josep tenía 12 años, pero todavía recuerda la fiesta de inauguración, ya que además coincidía con el 25 aniversario de la empresa.

Sus orígenes se remontan a 1962, cuando Recanvis Bosch - que así se llamaba - era una tienda de recambios y taller de coches situada en la calle Nicolás de Pács de Palma, que se mantuvo activa hasta el año 2015, cuando cedió el espacio a un conocido supermercado.

De hecho, para Josep y su familia, la empresa siempre ha sido ‘sa tenda’, en referencia a la tienda de Palma, aunque él empezara a trabajar los veranos ya en la sede central del polígono Son Castelló. “Tenía 19 años. Comencé a estudiar Empresariales en la UIB y a los 20 años me incorporé de forma activa, tocando todas las capas del negocio, como se hacía antiguamente, para conocer bien su funcionamiento y adquirir experiencia”.

Recanvis Bosch nació gracias al emprendimiento de dos familias. Por parte de la familia Bosch, tiraron del carro los hermanos José y Pedro, abuelo y tío de Josep, respectivamente. Por parte de la familia Lozano, lo hizo don Joan Lozano.

La siguiente generación, sin embargo, fue la que impulsó la empresa, gracias al trabajo de los hermanos Pep y Vicenç Bosch (hijos de José, y padre y tío de Josep, respectivamente) y de Joan Lozano, hijo de Don Joan. “Han sido tres personas muy complementarias, por formación y carácter”, explica Josep.

Estos emprendedores pioneros se han jubilado recientemente, pero siguen estando a disposición de sus hijos al frente de la empresa. “Su generación lo ha tenido más difícil que nosotros porque ellos no tenían en quien mirarse. Nosotros podemos contar con su experiencia”, reflexiona Josep.

“En mi caso, la buena relación con mi padre ha sido posible, en parte, gracias a mi madre”, elogio Josep. “Sin ella yo no estaría aquí, lo tengo claro”

Josep representa hoy a la tercera generación de Bosch & Lozano. A su lado están su hermana Marta (que se encarga del departamento de Recursos Humanos), su primo Vicenç (responsable de compras) y Joan Lozano (responsable de la parte financiera, al igual que hizo su padre). Se repiten los nombres y, en cierto modo, los roles de los mayores.

Justamente porque la empresa ha crecido mucho, ha cambiado también la estructura organizativa: desde las cuatro personas que integran la dirección, al equipo de mandos intermedios. Antes estas figuras no existían, ya que la gerencia coincidía con la propiedad y tomaba las decisiones directas. Pero, en la actualidad, el equipo humano es tan grande que se hace necesaria la participación de esos mandos intermedios. Es una empresa familiar, es cierto, “aunque con una estructura profesional”.

“Desde pequeño pensé muchas veces que trabajaría aquí; es lo que conocía. Pero ni yo ni el resto estamos aquí por nuestro apellido, ni por herencia familiar, si no por nuestro trabajo. Cuando comencé con responsabilidad en la empresa la plantilla era de 53 personas. Antes de la Covid-19 éramos más de 200. No fue mérito mío. Para mí el orgullo (y el compromiso) es saber que estamos dando trabajo a muchas familias y esa también es la máxima que nos guía con esta crisis”.

Nada se asemeja a la crisis que estamos atravesando debido a la pandemia del coronavirus, pero Josep recuerda la de 2008. “Había falta de dinero circulante y quien no tenía dinero no reparaba el coche, alargaba los mantenimientos y las reparaciones. El taller tenía menos actividad y eso les afectaba a ellos, pero también a nosotros que les proveemos de material. ¿Cómo la pasamos? Buscamos cómo mejorar el rendimiento de nuestros servicios. La crisis nos dio la oportunidad de optimizarnos”.

Para reuniones especiales Josep Bosch trabaja desde el despacho de su padre y de su tío, donde se percibe la huella de generaciones anteriores. En las



“Desde pequeño pensé muchas veces que trabajaría aquí; es lo que conocía”

paredes cuelgan imágenes antiguas de carreras de coches. Un 600 Conti corre a toda velocidad por una carretera de la Serra de Tramuntana. “Son las carreras del Puig Major del año 66”, en las que participaban su padre, de piloto, y su madre, Assumpció Renom, de copiloto. Entonces eran novios. Se habían conocido en la tienda de Nicolàs de Pacs donde Assumpció entró a trabajar. La historia se repitió años más tarde, cuando su tío Vicenç conoció también en la tienda a la que sería su mujer, Marisa Aranda.

“En mi caso, la buena relación con mi padre ha sido posible, en parte, gracias a mi madre”, elogia Josep. “Sin ella yo no estaría aquí, lo tengo claro”. Porque no siempre es fácil separar lo personal de lo profesional. Quizás se deba a que la segunda generación “es gente muy dura, y muy líder. Mi padre, que es el caso que a mí me toca de cerca, ha sido líder aquí dentro, líder en el sector y líder en las agrupaciones en las que ha participado. Y claro, ha sido una negociación especial”.

Por negociación se refiere al paso del testigo, a la introducción de ideas de esa tercera generación que venía empujando para hacerse un sitio. De sus palabras se desprende la rendida admiración que siente por su padre y espera que “algún día pueda hacerlo como él”. “No es mi mejor amigo porque es mi padre, pero si no fuera mi padre, sería mi mejor amigo. Admiro en él que ha tenido la habilidad de dejarnos un montón de caminos, mucho espacio, y siempre nos han dado la oportunidad de equivocarnos”, dice. Su apoyo, y el apoyo del resto de la familia de segunda generación, ha sido determinante para situar la empresa en el momento actual, que no es sencillo.

El actual director de Bosch & Lozano tiene 45 años y cuatro hijos, de 19, 16, 13 y 9 años en el momento de la entrevista. Su mujer, Teresa Arias, es maestra. El mayor, que estudia ADE y Derecho en la Universitat de les Illes Balears, ya ha pasado un par de veranos trabajando en la tienda de Son Castelló, pero imagina su futuro fuera de la isla.



“No es mi mejor amigo porque es mi padre, pero si no fuera mi padre, sería mi mejor amigo”

Amante del fútbol, Josep Bosch trabajó un breve tiempo como cronista deportivo en un periódico y hoy en día forma parte de la directiva de un equipo. En su tiempo libre disfruta de estar con la familia, sale a navegar y a pescar.

Por delante le quedan desafíos como la crisis de la Covid-19 y el desarrollo del coche eléctrico, un cambio radical al que tendrán que adaptarse. Pide que los políticos legislen conociendo la realidad de todos los sectores involucrados. “Si las decisiones se toman con sentido común, no será una revolución sino una evolución y estaremos al día”.

“Trabajamos muy duro para ser líderes del mercado de recambios de automoción”, dice Bosch. “Participamos en foros nacionales e internacionales para estar muy al día, porque para nosotros es muy importante que nuestros clientes también lo estén. Si ellos evolucionan, nosotros también lo haremos. Vemos el futuro a través de los ojos de nuestros clientes”.

La empresa familiar forma parte del ADN de Josep Bosch y está todas las horas del día en su cabeza. “Te encuentras con un anuncio en la radio o en la televisión sobre un champú y el mensaje te interesa. Y entonces ya estás pensando en si podrías vender bujías de esa forma. En un bar alguien te comenta que es vendedor y te planteas si pudiera encajar en tu empresa. O conoces a alguien que trabaja en telefonía y le preguntas cómo cobra los incentivos para aplicar ese modelo. Al final estás todo el día pensando en la evolución de tu negocio”.



“Si las decisiones se toman con sentido común, no será una revolución sino una evolución y estaremos al día”

Antonio Cabot

Antonio Cabot Fornes

“Las personas que generan ingresos, pagan impuestos y crean puestos de trabajo, son los empresarios”

El abuelo de Antonio Cabot Company, Antonio Cabot Cañellas, fundó la empresa Casa Cabot en 1910. “Era una persona con mucha iniciativa, creativo y que tenía fe en el futuro”, resalta. Esta empresa con el tiempo se ha convertido en una de las más importantes del sector de fontanería, calefacción y climatización. Más de un siglo de existencia, siempre brindando las mejores marcas y el mejor servicio a sus clientes. Esta última cuestión, clave para el avance y consolidación del negocio.

Antonio Cabot (1929) cuenta que a su abuelo le preguntaron “¿es cierto que has hecho trabajar a tus hijos en instalaciones de electricidad? A principios de siglo había pocas casas con luz eléctrica, el abuelo respondió: “Piensa que habrá un día en que todas las casas tendrán electricidad”. Otra de las iniciativas que tuvo su abuelo fue la construcción de molinos de viento.

Según Antonio Cabot estos detalles ilustran la capacidad de proyectar una empresa hacia el futuro. Su abuelo transmitió a sus nietos la capacidad de compromiso y les advertía “piensa que tu firma se puede falsificar, pero tu palabra sólo la puedes dar tú”. Este compromiso con clientes, proveedores y trabajadores es una de las claves de la larga supervivencia de la empresa.

Su abuelo transmitió esta manera de actuar a su padre, su padre a él y él a su hijo. “Es como un lema familiar”, resalta.

En la actualidad Antonio Cabot tiene noventa años y el pensamiento inquieto y claro. En el despacho cuelgan algunos de sus cuadros. Ha escrito un libro de narraciones.

Antonio Cabot subraya, retomando el relato, que la empresa siguió con las instalaciones eléctricas y la construcción de molinos de viento. Algunos todavía están en uso. La posguerra civil trajo tiempos de mucha escasez. No había hierro para fabricar los molinos, en realidad no había nada, “las bombillas de las linternas se compraban en Alemania, había una gran escasez. No viví muy directamente esta época, empecé a trabajar en 1949 cuando la situación crítica había pasado”.

Cuando su padre se hizo cargo de la empresa, comenzaron a hacer instalaciones de fontanería y calefacción. A finales de los años cuarenta, el negocio entró en una fase expansiva, trabajando en grandes instalaciones.

Con Casa Cabot en la senda del crecimiento, llegan los años sesenta. Es cuando “empezamos a tener fe en la Asociación Sindical de Industriales Mallorquines (ASIMA)”, asegura.

Resalta que el polígono es un buen lugar porque está bien comunicado y puede circular un trailer.

El dueño de Aerpons, cuenta que “visitó polígonos industriales en Estados Unidos y se dio cuenta que con las calles proyectadas aquí no podrían circular los camiones de contenedores y avisó que había que modificar el ancho de las calles para permitir el acceso a estos grandes vehículos”.



Tiene un recuerdo especial para Ramón y Armando Esteban, principales impulsores del polígono Son Castelló. “Nos conocíamos porque éramos vecinos en Cas Català, ambos eran unas personas muy emprendedoras, la prueba está en que fue el primer polígono industrial de España”.

“Nos encontramos que las instalaciones de la Plaza de la Reina se habían quedado pequeñas y los locales vecinos no eran adecuados para crecer; posibilidades de que entrase, por ejemplo, un camión de porcelana no había ninguna. Por lo tanto, compramos un terreno en el polígono y construimos una nave”.

Recuerda que vendían televisores Zenith y esta marca “nos dio un prestigio y unas ventas increíbles”. Añade que: “Pasamos a ser los primeros en ventas de España. Era una marca desconocida, aunque muy superior a otras. Participábamos en la Feria de Muestras que se hacía cada año en Sa Feixina y cuando poníamos en marcha el televisor todo el mundo se paraba a verlo”. Subraya que: “Cuando vinieron los televisores en color, la diferencia entre la marca Zenith y las otras era abismal. Esta circunstancia, tener un producto tan bueno, fabricado en España, aunque originario de Estados Unidos, nos dio muchos años de tranquilidad y prosperidad”.

“Pusimos un anuncio que decía pagaremos cincuenta mil pesetas a quien tenga más de tres averías al año. No pagamos ni en una ocasión. Lo normal era tener tres averías al mes. Este anuncio llegó a Estados Unidos. Esto demostraba la gran calidad de los fabricantes españoles”.

La empresa seguía creciendo en actividad y en personal. Construyeron otra nave en Gremi Teixidors. Asimismo, instalaron una tienda para exposición al lado de la Vía de Cintura.



“Le voy a dar la fórmula para llegar a los noventa años. Es infalible. Se trata de no morir antes. Ayuda a llegar a esta edad conservar el sentido del humor”

Con referencia a la evolución de la empresa señala que: “Hemos creado una gran masa de suministro y los pedidos salen el mismo día o el día siguiente. También tenemos sucursales en diferentes pueblos de Mallorca. Estas sucursales tienen que tener un “stock” enorme para dar cumplimiento a todos los compromisos y así los clientes están muy satisfechos. El abuelo nos transmitió otro lema: El capital más importante de la empresa son los clientes. Nos vino casi a decir que en primer lugar están los clientes, antes que vosotros”.

Entrados los años ochenta vieron que la manera de vender, de distribuir, cambiaría mucho con la entrada de grandes superficies comerciales. Aunque tenían claro que su venta iba más encaminada a los profesionales que al cliente particular. Para hacer frente a esta nueva forma de venta continuaron apostando por la calidad de los productos.

“Antes, en el centro de Palma, había una multitud de tiendas de electrodomésticos, fontanería, productos del hogar. Ahora el minorista ha dejado paso a las grandes superficies y el negocio de una empresa como Casa Cabot es continuar vendiendo a las empresas instaladoras”.

En la actualidad la empresa ha ido ampliando sus actividades, “por ejemplo ahora vendemos aire acondicionado. Aunque lo más importante no es sólo esto. No consideramos al cliente sólo como una persona que viene a comprar. Le facilitamos información, ponemos a su alcance las mejores marcas. Fuimos uno de los primeros distribuidores de la casa Roca”.

Como la empresa ha de ir tomando nuevas iniciativas resalta que “ahora volvemos a distribuir material eléctrico”.



“El abuelo nos transmitió otro lema: El capital más importante de la empresa son los clientes. Nos vino casi a decir que en primer lugar están los clientes, antes que vosotros”

En el despacho, junto con la foto de su abuelo, cuelgan cuadros pintados por él. “Esta afición por la pintura la verdad es que nació de repente, así por las buenas porque cuando era estudiante sacaba malas notas en dibujo. Uno de los cuadros representa una embarcación similar a un llaüt en una laguna. También hay un paisaje del pueblo de Selva. “Probé y vi que salía bien”, señala.

Esta afición artística la cultivó “durante diez años y ahora hace dos años que no pinto”, señala. Le gustaba visitar exposiciones, aunque últimamente le resulta un poco pesado ir a Palma y por otra parte afirma que: “Tengo también otras muchas cosas que hacer”.

Parece claro que no se aburre. Ha publicado un libro de cuentos titulado ‘El caballero ciprés’. Este relato surge “de la idea que tuve hace muchos años”. La narración versa sobre un caballero que pregunta a su padre por qué se plantan cipreses si son árboles que no dan fruto. “La idea a la que he dado vueltas y que me he preguntado siempre es que “el que sólo vive para sí, vive solo”. La reflexión es que no podemos vivir solos.

“A veces me preguntan por qué cuento un chiste y la respuesta es que soy sociable. El otro día en una tienda me obsequiaron tiques para un regalo. Estaba en la caja y dos niños estaban esperando. Los niños miraban a ver qué hacía con los tiques y se los dí, me pregunté ¿qué iba a hacer con estos tiques? Mis nietos ya son mayores”.

Noventa años de vida dan una vasta perspectiva. Asegura que: “Le voy a dar la fórmula para llegar a los noventa años. Es infalible. Se trata de no morirse antes. Ayuda a llegar a esta edad conservar el sentido del humor”.

Por un momento deja a un lado la jovialidad para hablar de un tema trágico. Con respecto a la crisis del coronavirus. Antonio Cabot afirma que: “Vienen tiempos difíciles derivados de la pandemia de la Covid-19 aunque estoy convencido de que si aunamos nuestro esfuerzo saldremos adelante”, subraya.

Asimismo, pone de relieve que: “El estado está afrontando toda una partida de gasto que tendrá que pagar y este dinero saldrá de los impuestos de los trabajadores y las empresas”. En la gestión de esta crisis “hay que evitar los



despidos” intentando que “el paro suba lo menos posible”, añade.

“Las personas que generan ingresos, pagan impuestos y crean puestos de trabajo, son los empresarios”, afirma.

En su opinión, hay que ayudar a las empresas y a los autónomos para que los trabajadores no tengan que vivir de subvenciones que “en última instancia se pagan con los impuestos de todos. Hay que evitar lo que ha ocurrido en algunos países en los que el estado no ha tenido dinero para seguir pagando estas ayudas”, resalta.

En definitiva “hay que entender que todos vamos en el mismo barco y que “si desaparecen las empresas también lo hace el trabajo”, el consumo baja y se “destruyen más empresas”. Desde su larga experiencia afirma que “si vamos juntos lo superaremos estoy seguro de que seremos capaces de hacerlo”, finaliza.

Tiene un álbum de fotos con imágenes antiguas de la empresa. Una breve historia gráfica. Fotos del stand de la empresa en la Feria de Muestras que cada año, desde los años sesenta a los ochenta, se celebraba en Sa Feixina y era una cita obligada para dar a conocer las novedades de una gran variedad de sectores. En aquellos tiempos era una feria importante. También recuerda que hicieron grandes instalaciones de fontanería, como la de la Policlínica Miramar o el edificio de La Caixa. Trabajaron igualmente en hoteles de la cadena Riu. Hasta que su hijo introdujo un cambio de rumbo “acertado y dejamos de instalar porque no podíamos tener a los instaladores de clientes y a la vez hacerles la competencia”, añade.

En los últimos años la empresa ha crecido con la apertura de nuevos almacenes y exposiciones. Instalaciones estratégicas necesarias para mantener una fuerte presencia en las Islas Baleares. Así puede brindar a los clientes e instaladores las últimas tendencias de mercado tanto en saneamiento, fontanería, calefacción y climatización.



Su abuelo transmitió a sus nietos la capacidad de compromiso y les advertía “piensa que tu firma se puede falsificar, pero tu palabra sólo la puedes dar tú”

Antonio Cabot todavía sigue la actualidad de la empresa. Subraya de nuevo cuál ha de ser la finalidad de la empresa: ayudar a los clientes. Un servicio personalizado. “Si viene un cliente nuestro y nos dice he de hacer esta obra con unas determinadas características, le asesoramos. Ponemos a su disposición las mejores marcas del sector, le ayudamos para que presente un buen proyecto”.

“De esta forma el cliente sabe que puede confiar en nosotros. Siempre hemos hecho lo mismo, generación tras generación, y los clientes, colaboradores y proveedores saben que el compromiso y la palabra dada se respetarán”.

Estos son los valores que han permitido a la empresa crecer y consolidarse como una de las importantes en el sector de la distribución y alcanzar más de un siglo de vida. Una evolución que va desde aquellos molinos de viento que fabricaba el abuelo hasta las últimas novedades que pasan por la domótica para el hogar y la nueva generación de productos de climatización, fontanería, calefacción y electricidad.

Además, para competir con los mejores productos y precios del mercado, Antonio Cabot Fornés, es miembro de la central de compras AUNA Distribución, compañía que opera en territorio nacional, Andorra y Portugal y supone un paso estratégico necesario para continuar ofreciendo confianza y servicio a clientes e instaladores.



Benito Cañellas

Estructuras Metálicas Cañellas

“Desde los quince años mis padres me inculcaron un gran sentido del esfuerzo y devoción al trabajo”

Estructuras Metálicas Cañellas tiene cuarenta años de historia y ha ido consolidando posiciones entre las empresas importantes en el sector de la edificación metálica. En los últimos años ha habido una muy buena evolución técnica y hay productos muy eficaces para este tipo de construcción, forjados, estructuras metálicas, piezas para atornillar. Han apostado por levantar edificios de oficinas, conjuntos de viviendas y obras de reforma en la planta hotelera. Han conformado un grupo empresarial que además de trabajar en los sectores del turismo y construcción tiene diferentes intereses, como una explotación agropecuaria en Extremadura.

Construcciones Metálicas Cañellas es una empresa familiar. Hoy en día está la cuarta generación al frente de la empresa. Trabajan en Baleares y en la Península.

Benito Cañellas Llobet (Palma, 1962) lidera una empresa que ha tenido un buen crecimiento y evolución tecnológica. No obstante, “seguimos ofreciendo un trato personalizado a nuestros clientes, aconsejándoles la mejor solución para sus necesidades y proyectos”, destaca Cañellas.

La empresa arranca con su abuelo, Bernardo Cañellas Vallespir que era herrero en Pòrtol. “Mi padre, Bernardo Cañellas Ramis amplía el negocio con el taller y se traslada al polígono Son Castelló en 1974. Abre más posibilidades de trabajo con estructuras metálicas, promociones de viviendas y naves industriales”. Hoy en día está conformado en un grupo empresarial.

En la actualidad además de seguir con la construcción metálica, alquilan naves industriales y viviendas.

Cañellas destaca que “la parte de estructuras metálicas está en manos de la cuarta generación, con mi hija y mi sobrino María Cañellas y Bernardo Cañellas”. La empresa en los primeros tiempos era artesana y con el tiempo puede afirmar que “el ochenta por ciento de las naves industriales de este polígono las hicimos nosotros. Fueron unos años de actividad incesante. Ahora la forma de construir ha cambiado”.

“Mi abuelo -señala- era un artesano de la herrería, hacía cuchillos, instrumentos de labranza, herraduras, lo que hacían los herreros en un pueblo. Al incorporarse mi padre, amplía la actividad de la empresa a la cerrajería y a la fabricación de las puertas metálicas. Más adelante empieza con las construcciones en hierro de estructuras pesadas, como naves industriales, edificios, chalés, todo lo que necesita una estructura metálica de gran tamaño”.

En la actualidad, el grupo empresarial se dedica a las estructuras metálicas y a la promoción de viviendas y naves. Benito Cañellas destaca que para levantar estas grandes estructuras metálicas se utilizan programas informáticos y robots. Las piezas van encajando como las de un mecano, con grandes tornillos. Un sistema de construcción que permite mayor rapidez y eficacia.



“Ser una empresa familiar, es una gran responsabilidad que se lleva con mucha dedicación y cariño”

Recuerda muy duros los tiempos de la crisis, pero como “estábamos muy bien posicionados, tuvimos muchos menos problemas”.

Asimismo, destaca que “teníamos muy buenos clientes hoteleros que decidieron hacer ampliaciones y nosotros pudimos trabajar en estas obras de ampliación y mejora. También hemos hecho mucha vivienda de estructura metálica en chalés de lujo”. Este sistema permite una mayor rapidez, así como una construcción con más luz.

“En este tipo de construcción metálica, nosotros podemos recalcular la estructura, trabajar en el taller y así la construcción se hace más rápido. Puedes dar un mejor servicio. Es como montar un mueble de Ikea, las piezas vienen hechas y hay que montarlas. Nosotros compramos la materia prima y en estas instalaciones -de cinco mil metros cuadrados- las mecanizamos”.

El montaje con este sistema es rápido y eficaz. El atornillado puede reducir los plazos de ejecución de forma importante. De esta manera “nuestros clientes pueden recibir más rápido el retorno de la inversión”.

Benito Cañellas resalta que todo el personal está altamente cualificado. “Todos nuestros soldadores tienen la formación más completa, disponen de todas las homologaciones necesarias para su trabajo. También la empresa establece continuos controles de calidad que garantiza una construcción perfecta”. La empresa dispone de un personal altamente cualificado y “con una gran experiencia en su trabajo” a la vez que subraya que “nuestros equipamientos incluyen camiones grúa de gran tonelaje y plataformas elevadoras”. Con estos equipamientos podemos “ajustarnos a los plazos que requiere el cliente”.

Hoy en día cuentan en la empresa con tecnología puntera. Pueden hacer el cálculo y modelaje de la estructura metálica en 3D. Esta técnica “permite visualizar la estructura antes de construirla y de esta forma pueden realizarse los cambios y detectar fallos de diseño”.

Con referencia a la eficiencia y sostenibilidad destaca que “compramos un material que ya viene con estas certificaciones. Tiene un control máximo porque se vende a toda Europa y a todo el mundo. A pesar de todo eso, “para

“Lo que vamos a ver a partir de ahora, lo que vemos ya, es que hay un crecimiento de la población y esta población necesita servicios, pero el crecimiento será moderado”

obtener las mejores garantías, aquí también hacemos unas pruebas de control. Hoy en día ningún fabricante de estructuras metálicas puede hacer un producto que no este certificado”, subraya.

El departamento técnico ofrece también el servicio de cálculo de estructuras para ofrecer soluciones avanzadas que permitan mejoras en los plazos de ejecución.

Entre las obras realizadas se encuentran las instalaciones de los concesionarios de coches más conocidos. Muchos pabellones deportivos en diferentes pueblos de Mallorca.

Pensando en el futuro, en el desarrollo económico del futuro piensa que habrá “un crecimiento muy estable. No habrá unos grandes picos de crecimiento. En los últimos años hemos tenido mucho trabajo porque muchos hoteles han hecho reformas. Esta actividad se reducirá un poco. Por otra parte, tendremos otros sectores que tiren de la economía, como la inversión en vivienda, en concreto la vivienda de lujo. Las empresas siguen necesitando instalaciones, naves e infraestructuras.

No hacemos obra civil, pero damos servicio a otras grandes constructoras. Estas empresas cuando necesitan un trabajo de estructura metálica recurren a nosotros”.

“No obstante, la mayoría de los trabajos están encargados directamente por los propietarios”, comenta.

Afirma que los hoteleros siguen siendo unos buenos clientes. Esto se confirma con el dato de empleados de la empresa, unos setenta todo el año, a los que hay que añadir más contrataciones durante el invierno, época de reformas hoteleras. “Tenemos la suerte de trabajar para las grandes cadenas hoteleras que continuamente se renuevan”, señala.

Con referencia a trabajar en invierno, apunta que es una buena época para este tipo de trabajo. “Yo prohibiría trabajar el mes de agosto, porque con las temperaturas que tenemos, la gente que trabaja en el exterior no tendría que hacerlo. Nosotros -añade- cerramos tres semanas en agosto”.

Volviendo la vista atrás asegura que: “Hemos pasado una crisis muy dura, muy dura. Ha habido empresas que han desaparecido. Los que nos mantuvimos, hemos de afrontar el trabajo de las que desaparecieron. La gran crisis ha servido para aprender. Hemos hecho los deberes. A partir de ahora

“El que ha resistido bien la crisis ha sido el que no tenía endeudamiento”

deberemos no endeudarnos y no emprender proyectos desmesurados. El que ha resistido bien la crisis ha sido el que no tenía endeudamiento. El que tenía mucha necesidad de financiación, cuando se paró la posibilidad de acudir al crédito, tuvo las cosas mucho más difíciles. Si tenía mucha deuda y poca carga de productividad, poco trabajo y mucha gente en plantilla, no pudo resistir. Esta combinación fue letal para muchas empresas. Para resumir, esta fue la situación que no pudieron afrontar muchas empresas.

Ahora viene un nuevo reto derivado de la crisis sanitaria del coronavirus. Al respecto afirma que: “Si hay algo que la crisis de la Covid-19 nos ha enseñado a todos es que la vida da giros inesperados incluso para los más expertos, porque esta pandemia no la podía predecir nadie. Sin embargo, lo que estamos viendo, es la resiliencia y la capacidad de adaptación de personas y empresas. Con esfuerzo, sacrificio y sobre todo con muchas ganas de trabajar y avanzar, saldremos de esta crisis igual que ya lo hicimos de la anterior”.

“En estos momentos -subraya- tener a nuestro lado a muy buenos asesores es un aspecto esencial para sobrellevar la situación. Quiero agradecerles también a todos nuestros empleados su dedicación y apoyo en estos momentos difíciles. Este año cumplimos 50 años y vamos a por otros 50 años más”, afirma.

Benito Cañellas ve necesario un gran conocimiento de las nuevas tecnologías y una preparación académica y práctica especializada por parte de sus directivos.

Además, es fundamental la implicación por parte de sus empleados que deberán hacer una reconversión de sus conocimientos con una formación específica para cada cargo a desempeñar.

“Debemos recordar -añade- que nuestras empresas tienen un hándicap muy importante, la insularidad. En este aspecto, afrontamos un horizonte incierto. Precisamos desarrollar los medios propios de nuestras empresas, a fin de poder solventar la insularidad”.



“Nuestras empresas tienen un hándicap muy importante, la insularidad”

Hay que dar una respuesta “inmediata a los clientes sin depender de empresas exteriores, que son la causa de los costes que distorsionan el poder afrontar nuevas inversiones y ampliar los negocios”, subraya.

Sobre cambios en la empresa señala que tendrán que ser las nuevas generaciones las que habrán de plantearse alguna modificación en el modelo de negocio. Piensa que la actual línea de trabajo puede mantenerse porque “hemos hecho un gran esfuerzo en modernización para poder dar un muy buen servicio a nuestros clientes”. El futuro está abierto a nuevos retos.

Con el tiempo y la experiencia han podido dar un servicio integral en las reformas y edificación. Realizan desde la cimentación hasta la cubierta. Hacen la estructura metálica para ampliaciones de voladizos, balcones y estructuras existentes. Construyen bancadas metálicas para instalaciones en cubiertas y estructuras en la fachada para ocultar conducciones. Trabajan en la sujeción de fachadas, refuerzos estructurales, pilares y refuerzo de vigas.

De momento no tienen pensado entrar en la obra civil. Aunque destaca que han trabajado para grandes empresas. Recuerda en especial que una de las obras que hicieron fue levantar toda la estructura metálica en el museo Es Baluard. Un edificio característico de esta nueva forma de arquitectura es la fábrica de Harinas de Mallorca.

Entre los trabajos más destacados están el polideportivo de Quens College. Así como la reforma de los hoteles de Hipotels Playa de Palma, Iberostar Royal Cristina y Bahía de Palma. Así como las obras de mejora de Sabina Playa y Anba Romani, entre otros establecimientos hoteleros.

Benito Cañellas señala que en la actualidad las diversas sociedades, cada una con su especialización, configuran un grupo empresarial con una diversificación de actividades. Además de tener empresas del entorno de la construcción y el turismo, tienen en Extremadura una explotación agraria dedicada a la cría de vacuno y cerdo. Allí las explotaciones agrarias son rentables, pero en Mallorca “hoy por hoy no son productivas”. Esta finca le proporciona también un ocio placentero. Una de sus aficiones es pasear por el campo extremeño y por los pirineos.



En casa le inculcaron la cultura del trabajo y del esfuerzo, por tanto, ha dedicado muchas horas a la empresa.

“Mi principal afición fue siempre trabajar. Desde los quince años mis padres me inculcaron un gran sentido del esfuerzo y devoción al trabajo. Pero tengo que decir que, incluso habiendo obtenido mucha satisfacción de mi trabajo, con la edad he aprendido a disfrutar de los placeres de la vida”.

Le apasiona viajar y en especial cuando lo hace con la familia, su mujer y sus hijos. “Hemos recorrido juntos muchos países fascinantes y disfruto aprendiendo de otras culturas y admirando nuevos paisajes junto a mi familia. Viajar nos enriquece y nos hace ver el mundo desde otra perspectiva”.

Confiesa que es una persona que disfruta con la familia “me gusta pasar mi tiempo libre rodeado de mi familia y mis amigos”. Disfruta de largos fines de semana en el campo de Extremadura o en el pirineo catalán, zonas que recomienda visitar por su gran belleza.

Cuarenta años de historia acreditan una buena iniciativa empresarial. Capacidad de adaptación y tenacidad para superar los momentos difíciles. En la empresa todavía hay cabida para impulsar muchos nuevos proyectos.

Considera que una de las claves para mantenerse es la continua renovación y tratar de alcanzar la excelencia. Para ello, estar al día en materiales, técnicas y cualificaciones profesionales. La construcción metálica es una nueva forma de arquitectura, en la que se han formado las nuevas generaciones de la empresa. A partir del trabajo hecho, Benito Cañellas ya piensa en la que será la quinta generación de la empresa.

“Ser una empresa familiar, es una gran responsabilidad que se lleva con mucha dedicación y cariño”, resalta.

“Me gusta pasar mi tiempo libre rodeado de mi familia y mis amigos”

Paloma Cifuentes

La Alacena de Mallorca

“A mis 40 años por circunstancias ajenas, en este caso por una amistad, me puse el delantal de un negocio”

Nerviosa por la entrevista, nos sentamos y empezamos a hablar de su historia como empresaria. Paloma Cifuentes nació en Madrid y llegó a Mallorca hace unos 35 años acompañando a su marido a quien trasladaron a la isla. Paloma era ama de casa.

Al poco de estar en la isla se encontró con una buena amiga mallorquina, Marilén Martín Soledad, a la cual se le había muerto un hijo. “Estaba pasando un mal momento y le dije, ¡no puedes seguir así!, hay que hacer algo”. “Éramos amas de casa y pensamos que lo que sabíamos hacer es cocinar. Así que empezamos a cocinar congelados para personas que vivían solas y trabajaban en bancos, empresas... les hacíamos el menú de toda la semana. Nos daban las llaves de su casa, entrábamos y les dejábamos la comida en el congelador. Era comida casera”.

Paloma ya está relajada. Al recordar ese momento se emociona y continúa con la historia. “Empezamos a contactar con clientes a través de amistades, el boca a boca nos funcionó muy bien, pero sin pensar en ningún momento que íbamos a llegar donde estamos”.

Muy humilde, Paloma Cifuentes nos cuenta que un día uno de sus clientes les propuso preparar el catering para la inauguración de su tienda y “fue un éxito”. “Organizamos todo como si lo hiciéramos para nuestra casa, con todos los detalles”. A medida que lo recuerda, Paloma irradia felicidad.

En ese momento, nos dice, “no había tanta competencia como ahora. Solo estábamos Menú y nosotros”. Montaron las cocinas en la parte baja de la casa de Paloma y se pusieron manos a la obra en la parte empresarial, dándose de alta como empresa y en sanidad. Lo siguiente fue preparar una boda para 250 personas en el Castillo de Bendinat. “¡No teníamos ni idea de cómo se hace una boda! (sonríe), pero confiaron en nosotras así que decidimos que era mejor hacer un buffet que hacer un primero y un segundo. Contratamos a gente y preparamos una decoración que rompió mucho con lo que había entonces, que era más en colores salmón o amarillo. Ese día pusimos manteles azules, con unos bajo platos azules y amarillos y centros de limones. La gente cuando lo vio le encantó. Nos podía haber salido fatal, pero no, fue todo un éxito. Lo hicimos de nuevo como si fuera para nosotras y poco a poco nos fueron encargando para hacer más eventos”.

A partir de ahí comenzó todo y al año siguiente las contrataron en cuatro bodas. Antes hubo que poner el nombre al negocio, “lo eligió mi marido y nos gustó”. Pero tuvieron un problema, nos dice, porque en Mallorca “no se entendía qué era la Alacena, ya que aquí es el rebost”. Recuerda que una vez que iban a poner un anuncio en el periódico les dijeron, “con este nombre no vais a llegar a ningún lado”. El logo de la empresa, comenta, “era más clásico y luego nos convencieron que tenía que ser más moderno”.

La Alacena de Mallorca comenzó a crecer y en 2007 se trasladaron a una nave en el polígono de Can Valero.



“No me defino como empresaria, me he sentido una trabajadora más dentro del equipo”

“Desde el principio ha sido un proyecto muy bonito”, se emociona. “Siempre hemos sido una empresa muy familiar”. Comenzaron siendo todo mujeres, “cocinaban de cine, cada cosa sabía a lo suyo”. “No había tampoco las decoraciones que hay ahora”.

Paloma nunca se imaginó como empresaria y “lo vives como si fuese tuyo” (se le ilumina la cara). “Era como una fiesta, nuestra fiesta. No eran nuestros invitados, pero como si lo fueran. En todos los eventos había un ambiente muy familiar y terminabas siendo amigo de los clientes”. Esto, dice, “lo echo de menos. Ahora no hay esta cercanía”. “Te vienen mucho con decoraciones que han visto en Pinterest... y no dejan que les aconsejes, pero tenemos clientes muy fieles”.

“No me defino como empresaria, me he sentido una trabajadora más dentro del equipo. Todo el mundo remaba juntos, daba igual la hora que fuera, ahí estábamos”. Y al principio, dice, “nadie nos daba mucha importancia”. Les decían, pero vosotras qué os creéis, ¿que tenéis la General Motors?

“Hemos sido hormiguitas y de hecho durante una época nos llamaban las hormiguitas de San Agustín. Poco a poco, con mucha constancia, no hemos dejado de estar. Nos gustaba todo porque te lo pasabas muy bien. Éramos una familia y seguimos siendo una familia. Casi todos están ya jubilados, pero nos siguen viniendo a ver”. Y anécdotas, “miles” (mira a su alrededor), “empezando dentro de la cocina que te pasan muchas cosas”.

La empresa de catering ‘La Alacena de Mallorca’ fue fundada por Paloma Cifuentes y María Elena Martín Soledad. Catering de reconocido prestigio con más de treinta años de experiencia en la organización de eventos.

Empezaron ofreciendo sus servicios en fiestas particulares y de amigos. Con cariño, pasión y esfuerzo, la empresa se convirtió y es un referente de catering de alta categoría en la isla. Realizan todo tipo de celebraciones: eventos de empresa, bodas, inauguraciones, ferias, congresos, fiestas privadas..., además de ocuparse de todo el proceso de planificación, organización y seguimiento del evento. Su lema “para que todo salga perfecto”, se percibe cuando conoces a Paloma en persona.



“Ha habido momentos muy duros, de llorar, pero siempre salías y mucho más reforzada”

Reconoce que notaron “muchísimo” la crisis de 2008, “como todo el mundo”, pero “preferimos mantenernos fieles a lo nuestro, teníamos claro que no podíamos bajar el precio”.

En cuanto a la crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19 asegura que la viven muy cerca de sus clientes. “En nuestro negocio la cercanía con el cliente es total y el éxito lo basamos en la relación de confianza con nuestros clientes, por ello desde el primer momento nos pusimos a su disposición para cambiar las fechas de aquellas parejas de novios que querían disfrutar de su boda con todo el esplendor. A la vez hemos estado muy al tanto de la normativa sanitaria para poder informar correctamente a aquellos clientes que aún después de todas las limitaciones querían continuar celebrando su evento. Nos ha tocado especializarnos en la lectura del BOE y en colaboración con nuestras empresas consultoras definir correctamente los protocolos para poder realzar estos eventos con las máximas garantías sanitarias para nuestros clientes y nuestro personal. En cuanto a la medida en la que nos hemos visto afectados podríamos distinguir dos tipos de clientes. Las bodas en donde la inmensa mayoría se han pasado al año que viene; y los eventos de empresa que directamente se han cancelado”. Respecto a las bodas, comenta, “el año que viene nos tocará sufrir temporada y media más de lo habitual, pero al menos no hemos perdido el negocio. Distinto son los eventos de empresa que directamente se han cancelado”.



“Estamos entre las empresas más recomendadas y mejor valoradas por los novios”

Afrontan esta situación con relativa calma y expectación a nuevos acontecimientos. “Estamos procurando salvar una temporada alta en donde la mayoría de las bodas se han pasado al año que viene, pero estamos viendo cómo los eventos particulares continúan adelante, lo cual nos permitirá recuperar a parte del personal cuyos contratos estaban suspendidos. La relativa calma tiene su explicación en que como decimos gran parte del negocio no se ha perdido si no que se ha pospuesto al año que viene”.

Con contundencia, expresa que los principios que tenían desde el inicio “siguen siendo los mismos y por supuesto nunca engañar al cliente”. “En esto somos muy rectos”.

La empresa ha sabido adaptarse a las nuevas tendencias en el sector y ha incorporado a su éxito profesional un equipo joven, autónomo y dinámico capaz de captar la esencia del trabajo bien hecho y asumir los valores que han caracterizado a La Alacena de Mallorca.

El relevo generacional lo ocupa su hijo, Pablo de la Peña. Un relevo que, dice, fue bastante natural. “Mi hijo conoce bien la empresa -creo que una característica de las empresas familiares y en este sentido una ventaja- y por tanto su incorporación a la dirección no fue para nada traumática. Además, La Alacena de Mallorca siempre ha sido una empresa muy familiar entre los empleados y muchos de nuestros clientes, y en este sentido tuvo una gran aceptación”.

Ganadores de los Wedding Awards 2018, premio otorgado al top cinco por ciento de las empresas de Bodas.net. “Estamos entre las empresas más recomendadas y mejor valoradas por los novios”.

“Siempre hemos sido una empresa muy familiar”

Paloma Cifuentes se siente muy afortunada porque le ha dado tiempo para todo.

“He podido estar con mis hijos hasta que empezaron la universidad y empezar un negocio. Es verdad que no pensaba que iba a ser esto, pero a mis 40 años por circunstancias ajenas, en este caso por una amistad, me puse el delantal de un negocio”.

“Ha habido momentos muy duros, de llorar, pero siempre salías y mucho más reforzada. Marilén y yo pasábamos 24 horas juntas. Nos complementábamos, Marilén era relaciones públicas, todo glamour, y yo la que ejecutaba. Siempre hemos sido Marilén y Paloma, ahora es cuando se nos conoce más como La Alacena de Mallorca”.

Gracias a ese tándem, La Alacena de Mallorca está donde tiene que estar. “Cada una por separado no lo hubiera hecho”.

Paloma, ¿qué valor destaca más en una empresa familiar?

El nombre; y todo lo que el nombre “familiar” implica. Confianza, cercanía, simplicidad, calidad, detalle, cariño, etcétera.



Caterina Company

Carretillas Palma

“Hay empresarios más enfocados en el rendimiento económico, pero a mí me interesa más le lado humano de las empresas”

Lo primero que llama la atención de su despacho son sus paredes. Están repletas de diplomas y títulos. Entre ellos, en el centro, hay fotos y dibujos de sus dos hijos. El segundo detalle que destaca es su edad: probablemente es la más joven de los empresarios entrevistados en esta edición de ‘Empresarios con Valor’. Acaba de cumplir los cuarenta y hace gala de una seguridad y determinación de quien se ha curtido en la peor de la crisis. No en vano sigue el camino de su madre, Mari Ángeles, una pionera. Caterina Company es la gerente y administradora de Carretillas Palma, una empresa que está situada en pleno polígono Son Castelló que se dedica a la venta, alquiler y formación para el manejo de carretillas para almacenaje.

La empresa debe sus inicios a Mari Ángeles, una mujer que bien merece también un reportaje. “En 1989 mi tío, gran empresario del sector de las plataformas elevadoras de España, quiso abrir una delegación en Baleares, una empresa que él vendió hace unos años al grupo Riwal”, recuerda Company. Al medio año de su apertura en las Islas, su tío no obtuvo el resultado esperado y propuso venderle la empresa a su madre. Ella, sin tener experiencia en el sector, fue muy valiente, y aceptó. Así, “se lanzó a ser empresaria sin distinguir un BMW de un Fiat Punto”, señala su hija con orgullo.

En aquel momento Caterina tenía diez años. “Al principio fue extraño porque mi madre, de repente, ya no estaba todas las horas. En ese momento yo no sabía qué suponía ser una madre trabajadora”. Los fines de semana Company iba a la empresa “y jugaba con las máquinas”. Gracias al empeño de Mari Ángeles, el negocio fue creciendo y le fue demandando implicación. Tres décadas más tarde, Company está en una situación muy parecida: “Ahora que soy mayor y paso por lo mismo, la entiendo mucho. Es una cadena, te va pidiendo cada vez más”. Caterina Company se mira en el espejo de su madre y hace comparaciones: “Puedo imaginarme cómo vivió ese momento. Por suerte, mi marido y yo tenemos la ayuda de nuestros padres, pero ella no tenía a nadie. Hizo un gran esfuerzo”.

Con este ejemplo, Caterina Company ha forjado un carácter de empresaria con una gran dedicación. Aun así, es consciente de la necesidad de medidas como la conciliación familiar, una de las cuestiones importantes en la nueva hornada de empresarios que han tomado el relevo de los pioneros.

“Decidí estudiar Empresariales y en 2002 quise entrar en la empresa y aparqué los estudios. Tenía poco más de veinte años y empecé haciendo mis pinitos: la contabilidad, las facturas...”, recuerda Company. Derribando los mitos machistas, sentía debilidad por el taller frente a la vertiente comercial de Carretillas Palma a pesar de “no distinguir una tuerca de un tornillo”, reconoce.

Su inquietud, que sigue estando vigente, le obligaba a estudiar manuales, a preguntar, a investigar en Internet, a preguntar más, a hablar con el proveedor, a volver a preguntar, a indagar en el mecánico, a hacer más preguntas... “Para aprender hay que tener curiosidad y humildad”, según la receta mágica de Company. La ‘hija de la jefa’ quería aprender de todo aquel que se le pusiera por delante y advierte que “cuanto más aprendes, más te das cuenta de lo ignorante que eres. Aún me queda mucho por aprender”.

Estaba metida en las tripas de la empresa cuando otros aún estaban acabando los estudios y alargaban su vida estudiantil con masters y postgrados.



“Para aprender hay que tener curiosidad y humildad”

Caterina Company se enfundaba el mono, descargaba camiones de transpaletas, reparaba con la furgoneta. “Si había que hacerlo, lo hacía. Lo importante era seguir”, dice esta joven empresaria.

Pese a que es consciente de la importancia de la formación y el aprendizaje, no se arrepiente de haber dejado los estudios. “Me gustaría tener el título, pero a veces la vida te lleva por otros lados. Creo que los títulos universitarios son importantes, aunque en la universidad no te lo enseñan todo. Las dificultades te las vas encontrando por el camino, y aprendes lo que necesitas. Yo no he dejado nunca de formarme” dice rodeada por un buen puñado de títulos de cursos, seminarios y diplomas que acreditan su insaciable curiosidad. Afirma con rotundidad que, pese a que no acabó la carrera, eso tampoco le ha impedido seguir adelante: “Lo que no he sabido lo he buscado”.

En 2012 Mari Ángeles se jubiló y fue pasando los poderes a Caterina de manera paulatina. Aun así, sigue atenta a la empresa. “Le sigo consultando cosas porque es un punto de referencia. Tiene una gran experiencia”, dice Company.

A su edad, Company se ha curtido en todas las vicisitudes posibles. Recuerda aún que “la crisis de 2008 fue muy dura y yo fui madre poco después, con todo lo que eso supone. Eso me hizo aprender mucho, tuve que buscar recursos donde no tenía. En esas situaciones buscas soluciones y alternativas. Te creces”. Caterina tuvo que sacar adelante una empresa que atravesaba por momentos difíciles, como todas, y un bebé. Una heroicidad a la que ella quita importancia: “En los momentos difíciles aprendes a priorizar y yo no tenía tiempo para plantearme otras cosas. Había que sacar adelante una empresa y un niño”, dice con naturalidad.

Carretillas Palma fue de las afortunadas que no tuvo que reducir plantilla durante la crisis. “No despedimos a nadie. Los técnicos nos hacen falta”, explica. Desde su empresa, Caterina Company contempló la caída de trabajo: se desplomaba la inversión en maquinaria nueva, la actividad bajaba, apenas había movimiento en las máquinas de alquiler y en las reparaciones ya que “te pedían presupuestos, pero se iban al más barato”. Los clientes



“En los momentos difíciles aprendes a priorizar y yo no tenía tiempo para plantearme otras cosas. Había que sacar adelante una empresa y un hijo”

aguantaban la actividad pese a las roturas, retrasando las reparaciones “hasta que se le rompía la última máquina y se decantaban por el arreglo más barato. Y yo lo veía como normal, en el fondo todos estábamos igual y recortábamos gastos”.

Pese a que ya pasó la crisis de 2008, Caterina Company sabe que se avecinan nuevos tiempos difíciles para la economía, después de la debacle social y sanitaria que ha supuesto la pandemia de la Covid-19. Durante el confinamiento, Carretillas Palma ha tenido que adaptarse a la situación con teletrabajo y medidas para garantizar la seguridad de los trabajadores. Ahora “nos enfrentamos a una etapa de incertidumbre y cambio, como la gran mayoría de empresas”. Para ello, Caterina cree que “este momento requiere que la empresa sea más creativa, más flexible, y más motivadora que nunca. Son tiempos para cuidar a nuestra gente y fomentar sinergias con otras empresas y asociaciones”. La gerente de esta empresa, que cuenta con una plantilla de siete personas, con un comercial que lleva con ellos veinte años y un jefe de servicio doce, añade que “esto no va de futuro de una empresa, esto va de cómo entendemos el nuevo mundo. En este sentido creo que es una oportunidad de mejora individual y colectiva”.

Siendo mujer, joven y sensible ante la necesidad de la igualdad de género, señala que “la tendencia en la empresa es hacia la conciliación familiar. Las mujeres ya no estamos solamente en casa y hay que adaptarse, aunque la conciliación no es fácil”, dice Company.

Viendo los toros desde el mismo ruedo, no tendría ningún problema en darle la baja de paternidad a un empleado si quiere disfrutarla. “Aquí tenemos medidas de conciliación. El comercial sale antes del trabajo para recoger a sus hijos del colegio”, pone de ejemplo. Y lanza una máxima que aplica en su empresa: “El capital humano tiene valor y hay que potenciarlo”. Ahí se percibe su formación adicional, muy interesada en la inteligencia emocional, la creatividad, la empatía o el mindfulness. “Hay empresarios más enfocados en el rendimiento económico, pero a mí me interesa más el lado humano de las empresas”, explica.

La experiencia le ha servido para aprender que “detrás de la gestión y la tecnología hay personas y eso es lo que hay que potenciar. Todas las empresas



“El capital humano tiene valor y que hay que potenciarlo”

queremos un beneficio, por supuesto, pero no es lo principal. Lo importante son las personas, son las que crean las empresas”. Por eso, Caterina apuesta por la gestión de equipos, la formación de los empleados, fomentar un clima positivo y de cohesión, y así incrementar el rendimiento.

Caterina Company reconoce que es de las pocas mujeres que trabaja en el sector de las carretillas en España y confiesa que “en determinado momento me han apretado y me he mantenido firme, pero no sé si eso es por ser mujer, o simplemente porque forma parte del puesto de trabajo de un gerente. En cualquier caso, mi trabajo es ser responsable de esta empresa y defenderla, independientemente de mi género”.

Reconoce que la empresa “es como si fuera otro hijo mío. En plena crisis, venía aquí con mi barriga un sábado a las once de la noche porque a un cliente se le había parado la máquina y tenía que seguir trabajando”, dice con naturalidad.

Cuando Caterina Company piensa en un futuro a medio-largo plazo destaca que quiere que “sea conocida como una empresa honesta”. En un futuro cercano le gustaría fomentar la formación hacia otras empresas y seguir formando parte del tejido asociativo. La compañía es miembro de ASIMA desde 1989, de AECE (la Asociación de Empresas de Carretillas Elevadoras) y de Atica Redex (Exclusiva central de compras y servicios del sector). “El tejido asociativo es imprescindible, remamos todos hacia el mismo lado”, afirma.

Trabajar con la familia no es fácil, reconoce esta empresaria que fue tomando el mando de forma paulatina, de modo que “iba llevando cada vez más temas y mi madre parecía confiada y tranquila”. Entre ambas había una conjunción de experiencia con ideas nuevas y energía inagotable. Cuando llegó la jubilación de la creadora de la empresa, fue un movimiento de lo más natural. Siguiendo el ejemplo de su madre, Caterina Company no se detiene ante nada al dirigir su empresa, haciendo gala de un nuevo tipo de empresario que apuesta por las personas y el conocimiento.

“El tejido asociativo es imprescindible, remamos todos hacia el mismo lado”

Coloma Crespí

Especies Crespí

“Si no sacas el trabajo, ellos (los empleados) no tendrán su trabajo y las tiendas no tendrán tus productos, es una cadena”

Hierbas aromáticas, salvia, azafrán, curry, cayena, albahaca, anís, tomillo y un sinfín de olores impregnan la nave de Especies Crespí, ubicada en el polígono Son Castelló. Fundada en 1945 por la familia Crespí, campesinos, cultivadores y elaboradores de condimentos y especias de la gastronomía de las Islas Baleares.

Esta es su carta de presentación. Una historia familiar que comenzó por los pueblos de Mallorca con la venta de pimentón y especias para la elaboración de la sobrasada, embutido tradicional balear.

Cerca de 75 años de recorrido, esta empresa familiar y comprometida, apuesta por el producto local y de producción ecológica. Gestionada ya por la tercera generación de la familia Crespí, han ido heredando las tradiciones y les ha llevado también al comercio de las especias del mundo entero.

Estamos con una mujer que derrocha vitalidad, trabajadora nata y muchísima alegría. Una mujer que ha crecido entre especias y a la que le encanta este mundo de olores y colores. Ella es Coloma Crespí, natural de Palma. Con ocho años iba con su padre a la fábrica y mientras él trabajaba, ella jugaba. “Me subía por los sacos”, se ríe. “Hacía montañas, traían los pimientos en sacos, pero a lo mejor traían dos mil o tres mil sacos, y los empezaban a poner desde el suelo y en montículos... y cuando los lunes venían los trabajadores decían: ¡han estado aquí los hijos de Juan!”. Desde entonces ha estado metida en este mundo de especias y hierbas.

Entrar en el negocio familiar no fue una obligación, sino el ver que necesitaba dar apoyo a sus padres, Juan e Isabel. “Nunca nos han dicho que teníamos que estar en el negocio, terminamos de estudiar y empezamos a venir, coger práctica y hasta el día de hoy aquí estamos”. Se refiere a ella, a sus hermanos y a sus primos. El negocio lo fundaron sus abuelos y después sus hijos, Juan, padre de Coloma y su tío Jorge Crespí, continuaron.

Cuando Coloma se incorpora en la empresa pensó que para estar en la fábrica tenía que aprender todo. Para ello, dice, “pasé unos cinco años detrás de mi padre mirando, aprendiendo, haciendo mis apuntes, envasando... Mi papá estaba en la fábrica, pero si tenía que coger pimientos, estaba también... estaba haciendo todo lo que se tenía que hacer”.

Años más tarde, Coloma Crespí empezó a dirigir toda la parte de fabricación, pero cuando tuvo a sus hijos, no podía ir a la fábrica por la tarde. “Me sentí agobiada y tuve que hacer otros horarios para compatibilizar”, comenta.

Coincidió también que uno de sus primos se fue de la empresa y hubo cambios. “Mi padre y mi tío se hacían mayores, había que tomar una decisión, y entró mi marido, Juan Velasco. Él es ingeniero informático, trabajaba



“Pasé unos cinco años detrás de mi padre mirando, ...”

en una gran empresa en un puesto de directivo muy importante, pero decidió dejarlo todo y venir a ayudarme”, cuenta con mucha satisfacción. Su marido, dice, “tenía otro enfoque, porque aquí se hacía todo muy mecánico. “Me decía: Aunque siempre se haya hecho así, si no funciona se cambia”. Confiesa que estuvo muy agobiada y no sabía cómo seguir adelante. La estructura de la empresa y la marca estaba, era conocida y no quería cerrar. “¿Cerrar?, no, no se puede”, exclama con contundencia.

Cuando su marido tomó la decisión de incorporarse a la empresa, Coloma se puso muy contenta. “Le expliqué los cuatro puntos más importantes de la parte de fabricación y con lo que sabe de informática empezamos de nuevo. Empezamos y dijimos: vamos a abrir una tienda en Santa Catalina, otra en el Olivar, y yo pensaba ¡ay madre mía!... vamos a innovar, vamos a pasar a ecológico, vamos a empezar a sembrar nosotros en vez de comprar las aromáticas a la Península que las traían de otros países”. Lo tenían muy claro, pasaron a hacerlo todo ellos, producción local, km.0, ecológico... era el año 2006.

Esta empresaria, junto con su marido, supieron dar un vuelco. Han cambiado el formato de los productos, ahora venden “lo que se puede sin plásticos, en cajitas de cartón”. Coloma y Juan se adaptaron y han dado a conocer el *tap de cortí* fuera de Mallorca. “Todo el mundo se piensa que solo hay turistas y estamos todo el día en la playa. ¡Y me da una rabia!”, expresa gesticulando.

Son ellos quienes se van a los mercados y ferias ecológicas por toda España, nos cuenta. Han estado en Biocultura en Bilbao, Sevilla, Madrid, Barcelona, Valencia... “nos vamos con nuestros productos, montamos el chiringuito y damos a conocer nuestros productos. Hace tiempo que tenemos clientes que nos compran de la Península”.

“Nunca nos han dicho que teníamos que estar en el negocio, terminamos de estudiar y empezamos a venir, coger práctica y hasta el día de hoy aquí estamos”



Volviendo la vista atrás, recuerda que cuando su padre estaba vivo y volvieron a sembrar les dijo: ¡juy, estáis locos, volver a sembrar! Y con esa naturalidad que la caracteriza prosigue, “se prueba y si no, siempre podemos comprar los pimientos en Murcia que es lo más parecido y también es español y bueno. Cambiamos los formatos, hemos puesto personajes a las mezclas, con nombres, hemos sacado unas mezclas de especias de todo el mundo, las sacamos en convencional, y ahora en ecológico, hemos hecho una historieta de lo que es la venta de especias y recetarios, en redes sociales, hay que reinventarse porque las matanzas ya van en picado y las especias duran mucho”.

Coloma es la encargada de hacer todas las mezclas, le encanta. Afirma que los extranjeros también quieren especias de su tierra. Para llevarlas a cabo, ha ido buscando las fórmulas en libros antiguos que tenía su padre (los guarda todos) y también ha mirado en Internet, pero al final, dice, “me quedo con las recetas de los libros antiguos porque eran más auténticas”.

Como en todo, en el sector de la alimentación han cambiado las cosas. Por ejemplo, antes no era obligatorio poner la caducidad en los lotes. Antes de que se implantara, Juan (padre de Coloma) anotaba en un cuaderno un número en cada partida que hacía, para saber la trazabilidad. “Mi padre siempre iba muy adelantado. Yo en cambio voy al día”, sonríe.

Con la entrada de su marido, la organización del negocio cambió. “Cuando empezamos no había ordenadores, se hacía todo a mano y andábamos buscando dónde está esto, dónde está lo otro. Yo sabía dónde estaba todo colocado, ahora ya no me acuerdo”, ríe.

Pero reconoce que le costó mucho, que le decía a su madre: “no voy a aprender nunca a hacerlo porque papá venía y estaba pendiente de todo”. Aún con todo, Coloma se confiesa amante de las especias porque le gustan, pero sobre todo porque le gusta “toda esta movida”.



“Mi padre siempre iba muy adelantado. Yo en cambio voy al día”

Tuvieron que hacer una gran inversión en maquinaria, entre ellas una etiquetadora ya que cada vez hay que poner más información en las etiquetas. ¡Es exagerado!, exclama, “estoy segura de que mucha gente ni lo lee”.

Van expandiéndose con nuevos productos. De las últimas innovaciones que han hecho, es una mezcla de especias con algas y frutos secos, como un potenciador del sabor natural junto con el cocinero Andreu Genestra que les ha facilitado cómo hacía él estas fórmulas y Coloma Crespí las ha hecho parecidas.

¿Y cuál es la especia que más le gusta a Coloma? El curry. “Hemos hecho unos curry vegetales deshidratados y molidos con los que tenemos aquí en el campo, uno con brócoli, otro con zanahoria morada con una base de curry morado, uno de calabaza... y una que se llama India, es una fórmula que mi padre tenía de siempre”.

Echamos la vista a momentos difíciles y comparte con sinceridad que la crisis del 2008 fue muy dura. “Mucha gente dejó de pagar, cerraban restaurantes, pero lo pudimos sobrellevar gracias a Dios porque la gente seguía cocinando”.

En cuanto a la crisis sanitaria de la Covid-19, expresa que el impacto que ha tenido ha sido importante, “tanto para el cliente particular que ha visto reducida su capacidad para desplazarse a comprar, como lógicamente para la compra derivada: carnicerías, empresas cárnicas, así como todo el canal Horeca”. Esta situación ha obligado a la empresa a reestructurarse en los procesos y dimensionar en número de trabajadores. Así todo, comenta, “se ha seguido trabajando tanto en el campo, como en la fábrica, como en la parte comercial y de marketing para salir lo antes posible y volver a coger el ritmo de producción”.

Visionaria, trabajadora nata. “No es lo mismo trabajar para uno mismo que para



“Nuestra misión es la de tratar solo con productos de la más alta calidad y frescura”

otro”, asegura. “Es diferente, tú sabes que si no lo sacas, ellos (los empleados) no tendrán trabajo y las tiendas no tendrán tus productos, es una cadena”.

Con veinte personas en plantilla, entre las que se encuentra su hermana Isabel que lleva toda la parte de contabilidad, Coloma lleva más la parte de fabricación y su marido de gestión y pedidos. Habla de su marido maravillas, “es un trabajador nato, él lleva el cotarro de todo”, sonríe, “mi opinión claro que vale”.

Tiene una hija que es traductora, un hijo que es cocinero y otra más pequeña que le dice: Mamá, ¿la fábrica me la dejarás a mí? Bueno, si quieres trabajar en ella, le dice.

Coloma, ¿Te gustaría que hubiese una generación más de tu familia? “No lo pienso”, expresa. “Nuestro trabajo es el día a día, vivimos de esto”.

¿Cómo eres fuera de la fábrica? “Igual”, afirma riéndose, “no paro, de arriba a abajo. Estoy muy dedicada a mis hijos, siempre estoy pendiente de que todo esté correcto y de que todo el mundo esté feliz y contento, que tengan todo lo que necesitan y me olvido de mí. Salgo a las ocho de la mañana y no aparezco hasta las ocho de la tarde.

Ahora solo vengo por las mañanas, por la tarde me dedico a la familia. Se define primero como una trabajadora y luego como una empresaria. (Pausa) “Al final tienes la empresa, pero es más difícil tener la empresa que trabajar en la empresa. Te vas a casa, pero no desconectas”, expresa. Una actitud que la caracteriza y dice que su padre era igual. “¿Qué tengo que hacer?, ¡quejarme!, pues no, hay que seguir”.

Reconoce que le gusta su trabajo, se lo pasa bien, aunque hay días que suspira ¡me tiraría de los pelos!



“Si quieres tener un negocio y que a la gente le guste venir, has de ser empático”

Son muchos momentos vividos. Cuando alguna dependienta falta, Coloma la sustituye. Recuerda cuando empezó a trabajar en la empresa que su madre, que siempre estaba en la tienda, los miércoles se iba con las amigas, e iba ella a sustituirla a la tienda, y a partir de ahí, con 18 o 20 años, estaba toda la tarde despachando. Coloma era administrativa, pero admite cogió el gusto a las especias y empezó a interesarle este mundo. Cuando terminó de estudiar, tenía que hacer las prácticas, y entró en la parte de administración para aprender, pero tenía claro que quería seguir yendo a las tiendas porque le encanta “enrollarse con la gente”, les cuenta recetas y les involucra. “Si quieres tener un negocio y que a la gente le guste venir, has de ser empático”.

En casa de Coloma hacen catas familiares, “¡es la única manera de probar lo que hago!”, aunque también lleva algunas mezclas a cocineros para que prueben y le den su opinión.

En Especies Crespi hacen la recogida manual, el producto es natural, local y ecológico. “Nuestra misión es la de tratar solo con productos de la más alta calidad y fresca, siendo exigentes y rigurosos para garantizar al cliente la mejor selección”, concluye.





Gregorio Jaume

Almacenes Femenías

“Para mantener a flote un negocio la empresa tiene que tener una dimensión adecuada, no crecer por crecer”

Almacenes Femenías, empresa dedicada a comercializar material de construcción, tiene un largo recorrido. Gregorio Jaume recuerda que el negocio empezó en 1936 y era de los padres de su esposa. Este pequeño negocio fue creciendo. En 1962 Gregorio Jaume se incorpora a la empresa, cuando esta empieza a crecer y abren un almacén en s'Arenal (Palma). Recuerda que hasta esta fecha había trabajado en Lluçmajor en el sector del calzado, como administrativo. Aprendió y se puso al día rápido en la empresa y destaca que “afortunadamente” a sus hijos les ha ido bien este trabajo y han seguido con el negocio.

La clave para mantener a flote una empresa “es tener el tamaño adecuado, no crecer por crecer”, resalta. “Estamos ya en la tercera generación y son sus hijos los que “llevan el día a día del negocio”.

Almacenes Femenías es hoy en día una de las empresas más consolidadas del sector y está volcada en la eficiencia energética y en la sostenibilidad, distribuyendo materiales muy eficaces para una construcción sostenible. En 1984 compraron los terrenos y se trasladaron al polígono Son Castelló. Ahora tienen instalaciones en otros polígonos.

Comenta que en los primeros años de dedicarse al negocio cuando visitaba una fábrica, en Valencia estaban las más conocidas, “tenías que subirte la pernera de los pantalones porque había un polvo increíble, ahora se puede comer en el suelo de una fábrica”.

Las comidas de trabajo no existían, “me harté de comer bocadillos, iba con una lista de diecinueve visitas y me daba tiempo de hacerlas todas y no tenía un momento para comer una paella”. “Ahora estos viajes de trabajo han cambiado mucho, son más cómodos”, recuerda.

Al trasladarse al polígono, este era una zona industrial y ahora está dedicado al sector servicios y comercial. Plantea la necesidad de adaptar la normativa a esta nueva actividad. Quiere tener un recuerdo para los gerentes y presidentes de ASI-MA porque ha sido y es una entidad muy importante de cara al sector empresarial. Después el polígono se amplió con Son Valentí. Ahora el polígono tiene una gran importancia para el sector comercial y empresarial de Baleares.

En 2012 decidieron trasladar el almacén a Son Rossinyol y la nave de Son Castelló dedicarla a exposición y venta. Recuerda que en 1999 “tuvimos que adquirir los terrenos de Son Noguera, en el polígono de Llucmajor e instalamos la zona de carga y descarga, y las oficinas administrativas”.

Gregorio Jaume Carbonell nació en 1937 en Llucmajor y estuvo en el negocio hasta los 75 años, aún se interesa por el rumbo de la empresa. Pasea por el almacén, habla con los empleados. Si algún trabajador le comenta un tema sabe muy bien la respuesta. Le gusta estar al día de los asuntos de la empresa.

Ahora lleva una vida tranquila. Persona de carácter amable y modesto, no es muy dado a hablar de sí mismo. “Tampoco he tenido una vida muy inte-

“Nos instalamos en s’Arenal, porque mi suegro tenía la idea de que el turismo iría a más y se empezaba a ver que la economía despegaría, como así fue”

resante”, señala. Se define como una persona inquieta, trabajadora con honradez y seriedad. “De aquí el resultado acumulado a lo largo de estos años”.

Una de sus aficiones es escuchar música y la pintura clásica. Le gusta visitar museos y eventos musicales.

Ha sido un viajero interesado por la arquitectura, la cultura y el arte de los países que ha visitado. Piensa que Mallorca es un lugar privilegiado para vivir. “La isla es de una gran belleza. Con un potencial natural extraordinario y que hay que cuidar. El paisaje de Mallorca ha de protegerse y las actividades económicas han de ser sostenibles para no destruir el gran patrimonio que tiene la isla”.

Se siente muy mallorquín y le gusta ir a su pueblo, Llucmajor, y encontrarse con sus amigos de la infancia para hacer el aperitivo los domingos.

El catálogo de productos casi lo sabe de memoria. Es una persona activa y curiosa, preocupada por temas candentes como el crecimiento desmesurado en Mallorca.

Hace un pequeño repaso sobre la evolución personal y de la empresa. Recuerda como el periodo más difícil del que tenga conciencia, la posguerra, los años cuarenta. “Hay personas que creen que Mallorca siempre ha sido igual. Esto no es cierto, había mucha pobreza.”

Pasados estos años de supervivencia a principio de los años sesenta “nos instalamos en s’Arenal, porque mi suegro tenía la idea de que el turismo iría a más y se empezaba a ver que la economía despegaría, como así fue”.

Los años sesenta en Mallorca fueron la “década prodigiosa”, con un aumento nunca visto de la actividad económica, centrada en especial en el turismo y la construcción.

Resalta que a partir de mediados de los sesenta el espacio del almacén en s’Arenal quedaba pequeño y el negocio tenía más potencial. En aquellos años manifiesta que vivió la época en que la construcción de hoteles se disparaba y también añade que: “Asimismo se hicieron muchas obras de reforma”.



“Hay personas que creen que Mallorca siempre ha sido igual. Esto no es cierto, había mucha pobreza”

Recuerda haber vivido la expansión de la cadena Riu que empezó con el hotel San Francisco. Barceló construyó el hotel El Pueblo que ha cambiado de nombre y ahora se llama Occidental y que han ido renovando. En la Platja de Palma estuvo el núcleo de la industria turística y sigue siendo un buen destino, con la apertura de nuevos y buenos hoteles.

La empresa se fue orientando hacia el material de la construcción y de interiorismo. La construcción ha cambiado mucho y destaca que: “Hemos procurado siempre contar con los últimos materiales y ahora comercializamos cada vez más artículos para una construcción eficiente, buenos aislamientos y material destinado a la edificación sostenible”.

Han sido pioneros en la comercialización de placas para revestimiento y por otra parte destaca que hoy en día en el sector del interiorismo hay una actividad tan grande, continuas novedades, que muchas veces el mercado no puede asimilar.

Cada día salen cosas nuevas, con mejores calidades. Asegura que cuando empezó había seis clases de azulejos. Rosa, verde, gris, blanco, azul y marfil. “Ahora hay cientos y si nos atenemos al tamaño, hay piezas de tres metros de largo y uno y medio de ancho”. Piezas más grandes porque la baldosa pequeña ha pasado a la historia. No obstante, puede haber una excepción, la baldosa hidráulica mallorquina tiene aún un cliente que aprecia su calidad. Además, añade que la fabricación y diseño de la baldosa hidráulica se ha “copiado y se fabrica en cerámica, se ha perfeccionado mucho y ha ido añadiendo nuevos motivos, dibujos mucho más originales”.

La empresa trabajó mucho en la Playa de Palma. Pone de relieve la gran cantidad de hoteles que se hicieron en esta zona, en una ubicación muy idónea, de fácil acceso y con una gran bahía.

Hablando de esta zona turística señala que “hay que quejarse a la administración porque no han sido capaces de mejorar la Playa de Palma. He llegado



“Hemos procurado siempre contar con los últimos materiales y ahora comercializamos cada vez más artículos para una construcción eficiente”

a pensar que no hay voluntad política de mejorar esta zona que es la que más turistas recibe. Los hoteleros hacen reformas para mejorar, pero la administración ha de hacer su trabajo mejorando la limpieza, seguridad, mobiliario urbano, en fin, hay que cuidar muchos aspectos”.

Con respecto a la gran crisis del 2008, apunta que la pudieron superar porque siempre aplicaron una política empresarial de contención. “Nosotros hemos jugado con nuestras disponibilidades, el crecer por crecer no es una buena idea, hemos crecido, pero moderadamente. También hay que tener en cuenta que teníamos una buena situación financiera, la empresa estaba saneada. y no necesitamos recurrir a financiación externa”, subraya.

La idea para desenvolverse en malos tiempos es tener el tamaño justo. No comprar una gran flota de vehículos para crecer, porque si la demanda se contrae, sobrarán estos camiones. Lo mismo para las infraestructuras y otros aspectos del negocio. Situados en este concepto de dimensionar la empresa en cada momento, lo mismo ocurre con los beneficios. “Si se tiene el tamaño adecuado, sin deudas, está bien lo que ganas, que son seis son seis y si son siete pues siete”.

Añade que una situación de “boom” en la construcción no es la ideal. Porque “surgen más cantidad de competidores insolventes”. Estos grandes picos ascendentes de la construcción dan como resultado un producto mediocre, se construye mal porque no se encuentra personal adecuado, no se aprecia la calidad de los materiales y sólo se fijan en el precio.

La ventaja que ha tenido Almacenes Femenías, según Gregorio Jaume es que “hemos sido una empresa seria y los clientes nos han premiado con la fidelidad. Otra premisa del negocio ha sido que una iniciativa o un enfoque que no funciona, abandonarlo cuanto antes. “Ha de ser como un acto reflejo, esto no funciona, pues fuera antes de que pueda lastrar la empresa”.

Además de tener empresas como clientes han cuidado también a los particulares. Son clientes que “no tienen las mismas necesidades que el sector hotelero y buscan mucha calidad”.

La empresa a lo largo de los años ha demostrado mucha capacidad de adaptación. Por ejemplo, la competencia de las grandes superficies ha sido una oportunidad para ofrecer un producto de mucha calidad, diferenciado. “He-

“Si se tiene el tamaño adecuado, sin deudas, está bien lo que ganas, que son seis son seis y si son siete pues siete”

mos hecho en cada momento lo que ha permitido nuestra economía y nuestra manera de pensar, sin fijarnos en los demás. Esta manera de proceder permite que no cometas grandes errores". Esta filosofía empresarial es una de las claves de la supervivencia de la empresa que sin duda ha pasado dificultades, pero que ha sabido superarlas, con prudencia y constancia.

A lo largo de los años han desaparecido muchas empresas comerciales de materiales de construcción. "Que tengan una cierta entidad sólo quedamos unas pocas", asegura. Reflexiona que: "Gracias a esta capacidad de movernos cada momento en la dirección adecuada hemos podido superar momentos difíciles". Otro aspecto importante, recalca, "es mantenerse al día de todas las novedades del sector para ofrecer lo mejor a los clientes".

Hoy en día hay que tener en cuenta que se han actualizado los códigos de construcción para que los edificios sean eficaces energéticamente y sostenibles desde el punto de vista medioambiental. Este material fabricado para ser la base de la construcción ecológica es más caro que el tradicional.

La empresa distribuye este material que, aunque sea más caro a medio plazo supone un ahorro de costes, en especial energéticos, porque son mucho más aislantes, conservan la temperatura, son muy eficaces y suponen un ahorro significativo los costes energéticos.

Gregorio Jaume tiene 83 años (en el momento de la entrevista). Cuando se levanta por la mañana piensa "qué bien estoy, para aumentar la autoestima. El ver cada día salir el sol no tiene precio".

Con una vida ahora mucho más tranquila, una de las cosas que le preocupan es el crecimiento desmesurado que ha vivido Mallorca en los últimos años. "Vamos a superar el millón de habitantes, que venga gente, también hay un millón de coches". En su opinión este no es el planteamiento adecuado para el futuro, un futuro que ya está aquí. Mallorca tiene que estar un tiempo en compás de espera que pase todo el estrés económico, en una palabra "tranquilizarse" y ver cómo evoluciona la economía.



Afirma que ve personas sometidas a un gran nivel de estrés y esto lleva al ataque cardíaco. Es partidario del sosiego.

Con respecto al futuro afirma que pueden detectarse signos negativos, como el nivel de endeudamiento para adquirir una vivienda, a la que se destina más de medio sueldo." Esto es insostenible". Los retos del futuro son muchos. La incidencia de las nuevas tecnologías. Alguna incertidumbre sobre el crecimiento económico. Son situaciones a las que habrán de hacer frente las nuevas generaciones. "Todo lo anteriormente señalado no es solamente obra mía, en ello están seriamente implicados mis hijos, Antonia, Juan y Jaume. Y todo un equipo humano responsable y que ama a la empresa", afirma.

En su opinión, en Mallorca "debemos ser más responsables de cara al futuro, ha bastado un virus para parar toda nuestra actividad económica. Está demostrado que el actual sistema es muy vulnerable. Debemos diversificar más nuestro sistema económico. No solo puede pivotar en torno a bares, turismo y restauración. Es necesario potenciar el sector primario, la industria y el pequeño comercio. El sistema clásico de los mallorquines de antaño", subraya.

Si conseguimos estos objetivos, Baleares será un paraíso por su gran belleza y situación geográfica, "Esta situación de ahora -añade- la superaremos con esfuerzo, trabajo, sosiego y mucho sacrificio".

“Hemos hecho en cada momento lo que ha permitido nuestra economía y nuestra manera de pensar, sin fijarnos en los demás. Esta manera de proceder permite que no cometas grandes errores”

Bartolomé Juliá

Juliá Pinturas y decoración

“Observando y escuchando se aprende de las personas y de los empresarios con éxito”

Cincuenta años trabajando en la empresa familiar, Bartolomé Juliá está jubilado pero “activo”, como dice él sonriendo. No deja de venir a la empresa cada día, ahora solo por las mañanas, porque “por las tardes los nietos tiran”.

Nos remontamos al año 1947, cuando Lorenzo Juliá Estela y Margarita Miquel Sastre, se embarcan en un negocio movidos por la inquietud de montar una empresa. Vivían en Lluçmajor y a través del padre de Margarita localizaron un local en la puerta de San Antonio en Palma.

Los padres de Bartolomé Juliá se inclinaron por montar un negocio dedicado a las necesidades de aquel momento, droguería, ferretería y productos químicos. La puerta de San Antonio era entonces una zona donde había mucha actividad. “Era un centro de transacciones de ganado y hortalizas, pues muchos comerciantes y payeses de toda Mallorca recalaban en los bares Can Maganet y Can Consell, entre otros, y el negocio de mis padres aprovechó esta circunstancia pues la clientela se abastecía de los artículos que vendían, muchos de ellos a granel, pues en aquel entonces la gente venía con sus envases a rellenar todo tipo de productos químicos y droguería. Era la posguerra y estaba casi todo por hacer, aún faltaban algunos años para que llegara el boom turístico pero mis padres tenían ganas de luchar, triunfar e ir avanzando”, nos cuenta Bartolomé Juliá.

Este empresario nació en 1949 y vivió su infancia en el negocio familiar. Cuenta que las primeras lecciones que le decían sus padres era: “Haz las cosas bien y las encontrarás, no te comprometas si no puedes cumplir un compromiso, pues seriedad ante todo”. Bartolomé Juliá tomó buena nota de ello y lo ha tenido presente hasta el día de hoy.

En 1958 Lorenzo Juliá abre un nuevo establecimiento en la calle José Anselmo Clavé, dedicado sobre todo a la fotografía analógica y a pinturas. “Estaba relacionado con productos químicos, mi hermana estuvo un tiempo en esta tienda, pero luego ha seguido otra trayectoria profesional”, dice.

Le viene el recuerdo de sus padres en plena actividad, con la mirada en el pasado exclama, “a medida que vas teniendo vivencias te das cuenta de las anécdotas que vas teniendo, lo que te han inculcado, vas asumiendo un papel tras haber tenido la disyuntiva de me voy a estudiar fuera o me quedo aquí”.

Siendo el mayor de los hermanos, cuenta, “tuve que tomar la decisión de si me incorporaba de lleno en la empresa familiar y a los dieciocho años estudié profesorado mercantil en la Escuela de Comercio de Palma. Obtuve conocimientos de gran utilidad para gestionar y administrar el negocio, aparte de esto aprendí la dimensión humana y el saber de mis compañeros de promoción. De todo y de todos se aprende, de mi padre aprendí que sabía rodearse de buenos colaboradores que le ayudaron a crecer, la prueba está en la cantidad de ellos que se han jubilado y siempre han estado trabajando en la misma empresa”.

La trayectoria empresarial de Bartolomé Juliá pasó por seguir formándose con cursos que organizaba el IBEDE, promovidos por ASIMA. “Entonces venían personalidades del mundo de la economía y de la empresa, lo cual te ayudaba a conocer gente y lo que piensan en este mundo cambiante de la economía”.

Juliá tiene muy claro que el ambiente de trabajo “te crea un áurea de dinámica y casi sin darte cuenta estás inmerso en el negocio”. Puede haber dudas, asiente, “pero cuando tienes un papel que desempeñar y un objetivo, hay que trazar una meta”. “Los trabajadores confiaron en mí y yo en ellos”.



“El empresario tiene una responsabilidad jurídica y social”

Tiene palabras de agradecimiento para su mujer, que desde que se casaron “siempre ha estado implicada colaborando en la empresa”.

En Casa Juliá, como en otros muchos otros negocios, han pasado años complicados con la crisis financiera del 2008. “Fueron años difíciles, creo que casi nadie se escapaba”. “Al tener la empresa económica consolidada, superamos todos los baches que había, pero la crisis estaba”, apostilla.

Con un espíritu positivo, exclama que “a pesar de las dificultades uno se arma de ánimo y voluntad que en el fondo es una prueba que tienes que pasar”.

En Casa Juliá, dice, “hemos ido dando saltos de gran utilidad”. En el año 71 hicieron una ampliación de un local nuevo de 1.400 metros en la calle Marqués de Fuensanta y “fue el salto”, expresa. Fue cuando Bartolomé Juliá se incorporó de lleno tras terminar los estudios.

En ese momento, cuenta, “le ofrecieron a mi padre llevar la distribución de la marca de pinturas marinas Hempel, esto nos ayudó mucho a dar un paso más y a crecer, como era una distribución teníamos que ocuparnos de toda la isla de Mallorca. Llevamos más de cincuenta años distribuyendo esta marca”.

Una vez consolidada la tienda en la calle Fuensanta, en perspectiva de que venían los hijos, dieron un paso más y en el año 2001 se trasladaron al polígono Son Castelló, a una nave más pequeña de la que están ahora.

Más tarde, en 2014, abrieron un nuevo establecimiento en Manacor, con la intención de atender la demanda en la zona del Llevant.

En la línea de negocio, incorporaron un grupo de compras, el Grupo Pyma, paralelo a la actividad que tienen de pinturas, maquinaria y todo lo que sean anexos a este gremio.

“Nos mantenemos y es uno de los pilares para seguir trabajando en la empresa”, afirma.

Sus hijos, Toni y Lorenzo son la tercera generación en incorporarse a este negocio familiar. Estudiaron en Barcelona comercio y marketing, y una vez finalizados los estudios se incorporaron a la empresa y con ellos, su perspectiva. “Se consideran continuadores y están implicados en el negocio”, destaca.

**Sus padres le decían:
“No te comprometas
si no puedes cumplir
un compromiso, pues
seriedad ante todo”.**

Ayudan con espíritu emprendedor y han estado en la última ampliación del local que tienen en el Polígono Son Castelló, en unas instalaciones de 2.000 m2.

No niega que hubiera dudas e incluso que se plantearan traspasar el negocio, vender o seguir, pero ante la disyuntiva, explica, “les dije que estaría a su lado y que les iría cediendo la dirección”.

Le preguntamos qué consejos les ha dado a sus hijos, ¡varios!, dice, pero sobre todo “mantener y practicar los valores que nos han traído hasta aquí y no perderlos de vista en ningún momento. Valores son, aparte de la seriedad y la palabra dada, ser fiel a ti mismo, constancia, esfuerzo, entusiasmo. Tiempo para desarrollar todo esto y ser honrado contigo y con los demás. No engañar a nadie ni a ti mismo”. Se necesita poner la pasión necesaria para sacar las cosas adelante, afirma, “sin apenas mirar el reloj, lo importante es cumplir y terminar con el objetivo propuesto”.

Juliá es de los que les deja hacer, tiene muy claro que ahora es el momento de esta generación y tienen que desarrollar su sabiduría y ciencia. En su época, expresa, “empezaba la era de la informática con tarjetas agujereadas y nos adaptamos a las circunstancias”. “Yo he depositado la confianza para que ellos puedan ir desarrollando y estar al día de lo que hay en el mercado”, expresa.

Bartolomé Juliá es abuelo de tres nietos pequeños, y como él dice, “siempre es agradable que alguien te suceda, nunca se sabe si en un futuro estarán en el negocio familiar”.

Quién le iba a decir a su padre que sus nietos iban a llevar el peso de la empresa que fundó. Hasta los 98 años, Lorenzo Juliá seguía yendo a la empresa y si tenía que dar un consejo, lo daba. “Toda una trayectoria empresarial que hay que tenerla en cuenta... con los consejos que uno puede recibir”, comenta Bartolomé.

Juliá está de acuerdo con los consejos de su padre, “que observando y escuchando se aprende de las personas y de los empresarios con éxito”.

Lo que más le ha gustado de su trabajo son los pequeños logros del día a día, “una pequeña satisfacción que te invita a seguir, y otro día, es como capítulos, uno detrás de otro”. “Hay grandes decisiones, pero cada día hay que ir tomando decisiones... y si ves que hay una respuesta positiva te animas y no

“Sin apenas mirar el reloj, lo importante es cumplir y terminar con el objetivo propuesto”

te das cuenta y pasan los días, los años, y vas sumando, y poco a poco ves que vas construyendo tu forma de ser a la realidad, y es positiva y esto te anima a continuar cada día”.

Con la situación económica como consecuencia de la crisis de la Covid-19, opina, “acarrea unas consecuencias negativas en la economía, incidiendo de manera importante en lo social, debido a una escasa previsión de los gobernantes”. Al respecto, comenta, “el comienzo de 2020 antes de la crisis había sido mejor que el año anterior y gracias a los ERTes habrá sido más llevadero salvando los puestos de trabajo, pues el empresario quiere a ser posible mantener la plantilla”. En el caso de su empresa, dice, “entendemos que lo vamos a conseguir. Si el turismo se abre lo antes posible, estaremos en el buen camino para salvar la economía y puestos de trabajo”.

Jubilado activo, hace casi lo mismo que hacía unos años atrás, ¿por qué?, se pregunta, “porque es tu vida, te sale espontáneamente”, responde. También, añade, “está el sentido de la responsabilidad, el empresario tiene una responsabilidad jurídica y social”.

Quiere realzar la figura del buen empresario, de la labor callada del día a día, y del reconocimiento a la sociedad. “Cuando uno tiene un mal día, hay que hacer la retrospectiva de uno mismo”. A Bartolomé Juliá le gusta leer ensayos de personas didactas en este aspecto o de personas que han tenido una autoridad moral y profesional, que te ayuda a entrar en tu interior”.

Con un gran sentido del humor y una sonrisa permanente, este empresario es de los que les gusta hacer gimnasia, como mínimo dice un par de días a la semana, “te ayuda a sacar la tensión que puedas llevar, a desconectar y te revitaliza”.

En Casa Juliá son ya cerca de 30 empleados y pueden presumir de haber cumplido 72 años de historia. También pueden presumir de haber celebrado las bodas de oro con la marca de pinturas Hempel, en el 2018. Orgulloso nos cuenta que en dicha celebración se reunieron clientes y trabajadores veteranos que se han jubilado en la empresa, tanto de la generación de su padre como de la suya, con los que hay una relación “familiar y jovial” excelente. Fue una gran fiesta familiar que disfrutaron en compañía de toda la familia y como culmina él, “a seguir sumando”.



Bernardo Llull

Construcciones Llull Sastre

“Ser empresario las 24 horas del día te obliga muchísimas veces a dejar a la familia en segundo término”

A principios de los años treinta del siglo XX, Mallorca era un destino turístico modesto, aunque empezaba a ser conocido y algunos empresarios comenzaron a promover las primeras urbanizaciones y hoteles. Era real la fascinación que tuvieron algunos pintores con la Serra de Tramontana. Un lugar de difícil acceso era Sa Calobra. El ingeniero Antonio Parietti proyectó la carretera que baja desde Escorca a Sa Calobra, salvando un desnivel de ochocientos metros. Es una carretera espectacular. Una obra de ingeniería muy bien diseñada, con respeto por el paisaje y un trayecto de los más bellos de Mallorca.

El origen de la empresa Llull Sastre S.A. se remonta al año 1934 con un trabajo tan importante como la construcción de la carretera de Sa Calobra, conseguido por el buen hacer de una plantilla reducida de *margers* todos de Selva, bajo la tutela del abuelo de Bernardo Llull, actual consejero delegado de la compañía.

Construyeron la carretera, sin apenas utilizar maquinaria pesada, trabajando de sol a sol y pernoctando en el mismo tajo durante toda la semana. Sólo regresando a su pueblo natal el fin de semana para descansar un poco y afilar las herramientas, con las que obtenían el material allí mismo, mediante pequeñas voladuras de dinamita. A base de pico y martillo elaboraron las piedras para construir los muros de piedra en seco en el trazado tan sinuoso de la carretera y en los túneles de acceso al torrente de Pareis.

Aquí nació una empresa que en la actualidad es una de las líderes en el sector de obra pública y promoción privada.

La posguerra fue una época muy dura. En los años cuarenta apenas había materiales de construcción y la actividad económica era inexistente, el país entero estaba instalado en la economía de subsistencia. No obstante, si hicieron algunos proyectos dentro del sector público en el marco de los planes estatales de vivienda.

Bernardo Llull sitúa el despegue de la empresa a mediados de los años cincuenta. Mallorca retoma el pulso perdido con la guerra y la posguerra. Empieza el boom turístico impulsado por el Plan de Estabilización de 1959 que liberaliza la economía y sienta las bases del crecimiento. Con la incorporación en la empresa de su padre Gabriel, en el año 1956 y más adelante la de su tío Lorenzo se consigue crecer, trabajando además de en la obra pública, en el sector privado. Juntos constituyeron en el año 1968 lo que es hoy “Construcciones Llull Sastre S.A”.



“Me incorporé con tanta ilusión y orgullo -recuerda- que quedé adicto al trabajo”

Bernardo Llull Bibiloni (Selva 1960) se incorporó a la empresa en 1982 compaginando sus estudios de lo que antes se llamaba Ciencias Empresariales. “Me incorporé con tanta ilusión y orgullo -recuerda- que quedé adicto al trabajo”.

Es una persona tranquila, de las que primero se lo piensan antes de decir nada. Confiesa que fue muy aficionado a la caza en su juventud. Hoy en día continúa practicando este deporte con menor intensidad. Amante de la montaña en invierno y del mar en verano, navegar es una de sus otras pasiones, aunque en los últimos tiempos ha cambiado la barca por la bicicleta. Al disponer de algo más de tiempo se ejercita con mayor énfasis en el ciclismo.

Entusiasta del mundo gastronómico hace frecuentes pequeñas escapadas en busca del mejor producto.

Está muy orgulloso de sus hijos. Le gusta resaltar la brillante formación académica de su hija “Ingeniera de Telecomunicaciones” y con grandes inquietudes laborales, actualmente trabaja como cofundadora de un *startup* en nuevas tecnologías de venta digital”. El hijo está punto de finalizar los estudios de Arquitectura.

A principios de los años ochenta, cuando él entró a trabajar, “la empresa trabajaba mucho en la costa, en la construcción de paseos marítimos, regeneración de playas, múltiples contratos de mantenimiento y promociones, no solo en Palma, también en zonas de segunda residencia”, subraya.

De esta época quedan miles de kilómetros recorridos, muchas horas de trabajo, una gran implicación personal y un magnífico aprendizaje al lado de unos profesionales extraordinarios, encargados y trabajadores que conocían todos los aspectos del oficio.

Recuerda uno de los momentos amargos. En 1986 falleció de repente su padre Gabriel. Añade que: “Fue un duro e inesperado golpe tanto familiar como empresarial”. Continuamos luchando. Yo me centré en la obra pública



La muerte de su padre “fue un duro e inesperado golpe tanto familiar como empresarial”

y mi tío Lorenzo en las promociones privadas. La empresa iba creciendo, entramos en la participación y explotación de algunos establecimientos turísticos, también apostamos por la participación en diferentes sociedades relacionadas con el sector de la construcción.

“La incorporación del hijo de Lorenzo, mi primo Bernardo Llull Seguí, en 1991, resultó de una gran ayuda para una empresa que se consolidaba. Que estaba preparada para crecer con la adquisición de terrenos para nuevas promociones”. Con importantes obras en ejecución. Subraya que su primo y él cuentan con una participación cada uno del cincuenta por ciento de la empresa y constituyen la tercera generación.

En la empresa siempre han tratado de cuidar la promoción interna de los trabajadores y dar estabilidad a las plantillas que son el activo más importante. Bernardo Llull destaca la labor realizada durante los últimos veinte años por el director, Pedro Martín Pazos. Gracias al esfuerzo y trabajo de este equipo, la empresa ha logrado posicionarse como puntera en Baleares.

Más de 85 años de existencia, un tiempo que sólo echando la vista atrás, desde el punto de vista histórico, resulta vertiginoso. Guerra Civil, posguerra, guerras mundiales. Con respecto a España la autarquía económica, la liberalización, crisis de petróleo. En fin. Más de ochenta y cinco años de historia. Pasar por todas estas coyunturas y mantenerse siempre a flote es un mérito incuestionable y demuestra un gran tesón.

La salida de la crisis económica del 2011, la peor de los últimos tiempos supuso todo un reto para Construcciones Llull Sastre. La clave para hacer frente a una crisis de la magnitud de la pasada fue la “adaptación a las necesidades del mercado”, asegura.

La empresa supo amoldarse al mercado orientándose con la construcción de viviendas unifamiliares de lujo para una clientela no nacional, sobre todo, escandinavos, alemanes e ingleses. Las villas de alto “estanding”, estos úl-



“Es totalmente necesaria una reactivación de la obra pública”

timos años han tenido una gran demanda, comercializándose muchas de ellas en el extranjero, y con un cliente repetidor que reinvierte su venta en un nuevo producto de mejor calidad. “También es importante la buena comunicación que tenemos en Mallorca con estos países, con muchos vuelos semanales a los principales aeropuertos europeos”, expresa.

La segunda decisión fue explorar las posibilidades que había en el sector de las reformas hoteleras. El sector turístico no estuvo tan sacudido por la crisis como otros y se abrió un campo nuevo porque los hoteleros decidieron hacer obras de mejora, ampliar su capacidad aprovechando las facilidades de la administración, y la construcción de nuevos hoteles, principalmente con la rehabilitación y adaptación de antiguos edificios, tanto el centro de Palma como en antiguas *possessions* a las que se quería dar un uso de alojamiento turístico o de alquiler.

Esta salida de la crisis no estuvo exenta de dificultades y acontecimientos lucrativos. Al respecto afirma que: “La larga crisis iniciada en 2011 nos pilló de lleno. Tuvimos que tomar arriesgadas decisiones para conseguir mantenernos a flote. Salimos adelante gracias a que en los años anteriores reinvertimos beneficios en la propia empresa”.

Está claro, dice, “que hemos conseguido llegar donde estamos gracias a nuestro equipo, cuidando y escuchando a nuestros trabajadores y colaboradores que siempre han cobrado puntualmente, cumpliendo nuestros compromisos, tomando decisiones y únicamente pensando en el bien de la empresa, decisiones con la cabeza, no con el corazón. No haciendo lo que uno quiere y siendo empresario las 24 horas del día, lo que te obliga muchí-



“Hemos conseguido llegar donde estamos gracias a nuestro equipo, cuidando y escuchando a nuestros trabajadores y colaboradores que siempre han cobrado puntualmente”

simas veces a dejar a la familia en segundo término”.

En la actualidad, la administración apenas licita obra, salvo algunas sobre todo de Aena Aeropuertos y pequeñas prioritarias obras de poco importe de algunos Ayuntamientos. “Es totalmente necesaria una reactivación de la obra pública”, apostilla.

Construcciones Llull Sastre, ha participado directamente o a través de UTE en la ejecución de grandes obras públicas, como la nueva sede de Endesa, las nuevas estaciones marítimas de Alcúdia, Eivissa, y Ciutadella, trabajos en la línea del tren Sineu-Manacor, aparcamiento de Antonio Maura, innumerables calles de la ciudad de Palma, como Olmos, San Miguel, Paseo Mallorca, Jaime III, El Borne y Paseo Sagrera. Años atrás, con el dragado de la ensenada de Can Barbará y el embellecimiento del Paseo Marítimo, se construyeron cinco relojes de sol diseñados por el ingeniero Rafael Soler, entre ellos, el más espectacular que es “cilíndrico” del Moll Vell.

La empresa ha construido infinidad de viviendas, hoteles para grandes cadenas turísticas y de gran lujo como el Hotel Castell Son Claret, actualmente trabaja en la construcción de dos nuevos hoteles de 4 y 5 estrellas para Pabisa en la Playa de Palma, en el Hotel Llorenç en el casco antiguo de Palma y en Sa Bastida, Hotel rural también de 5 estrellas. En los últimos cinco años ha construido más de 30 villas de súper lujo.

Asimismo, añade que una empresa para rehabilitar un edificio catalogado tiene que tener la calificación de contratistas y Llull Sastre es una de las pocas empresas de las islas que tiene esta habilitación, conseguida por haber ejecutado con anterioridad muchos trabajos de este tipo.

Uno de los aspectos de la nueva construcción, además de una mayor especialización de los operarios para la aplicación de las nuevas metodologías de trabajo, es que los nuevos edificios tienen que ser sostenibles y eficaces



“Damos prioridad al trabajo bien hecho, a la seriedad con eficacia, antes que a los resultados. Siendo prioridad absoluta la satisfacción del cliente”

desde el punto de vista energético y medio ambiental.

Ningún desafío “es demasiado grande para Construcciones Llull Sastre, damos prioridad al trabajo bien hecho, a la seriedad con eficacia, antes que a los resultados. Siendo prioridad absoluta la satisfacción del cliente”.

La empresa sin duda ahora tiene por delante un gran e inesperado reto con la pandemia del coronavirus. “Nunca hubiéramos imaginado las terribles consecuencias ocasionadas por el virus Covid-19 y hasta incluso conociendo sus efectos en la lejana China, no creíamos que llegara hasta nuestro entorno y menos pensábamos en una tragedia de esta magnitud”, señala.

“Hemos mantenido nuestra actividad sin aplicar ningún ERTE. Pensamos que la solución a la pandemia será muy lejana y nos estamos preparando para conseguir sobrevivir ante un difícil futuro, costará mucho salir de la situación económica que se está sufriendo y más aún si el rebrote de la epidemia es muy acentuado”, concluye.

Construcciones Llull Sastre participa en diferentes Asociaciones, Fundaciones, tiene convenios de colaboración para la formación de jóvenes universitarios y para la integración de personas con discapacidad intelectual. Bernat Llull asegura que: “Creemos en la construcción de un mundo mejor a partir de la responsabilidad de cada uno”.



Juan Martínez del Barrio

Metalúrgicas Martínez e Hijos

“Todo cambio lo podemos afrontar como un problema o una oportunidad. Yo prefiero lo segundo”

Nacido en Albacete, lleva en Mallorca 65 de sus 73 años. A la edad en la que otros niños trasteaban en las aulas, si tenían suerte, Juan Martínez del Barrio desembarcaba en Sa Roqueta. Y aquí ha hecho una vida, ha creado una amplia familia y ha impulsado su empresa a base de horas y trabajo. Mucho trabajo. “Me siento mallorquín”, dice Martínez. Está jubilado, pero se sacude esa etiqueta. Sigue trabajando, acostumbrado a un ritmo infernal, e incluso ha escrito un libro: ‘Una vida laboral’. “Vinimos con las manos en la cabeza”, recuerda que llegó sin nada y ahora puede decir que ha cumplido su objetivo con creces.

“Mi madre era mallorquina y nos fuimos a Establiments. Empecé a trabajar con siete años, guardando cerdos, cogiendo almendras y algarrobas”. Después, empezó a trabajar de pastelero “pero no me gustaba. Siempre hacía lo mismo”. Hasta que la herrería se cruzó en su camino. “Empecé en Son Gotleu con un coronel. Luego este señor ascendió a general y seguí trabajando para él. Desde las ocho de la mañana hasta las doce de la noche. Me gustaba mucho”, dice alguien que todavía sigue tocado por la pasión por su oficio. Para ir del taller a casa se compró una bicicleta con catorce años.

“Casi se puede decir que el oficio lo aprendí en Talleres Borrás, que también era de otro coronel. Antes el que aprendía un oficio bueno iba a los talleres que tenía Franco. Tornero, maestro forjador, herrero... Esas cosas. Porque no había la tecnología de ahora. Lo que se hacía antes con la fragua ahora se hace con láser. La artesanía pura hoy se trabaja poco porque cuesta mucho dinero. Ha de ser un capricho”, reconoce Martínez, que es la memoria viva de un oficio que se resiste a morir.

“Mi pasión es la herrería. De hecho, ahora que me he jubilado y estoy en casa hago cosas de artesanía en miniatura y a escala para mis hijos. Puertas en miniatura, puertas basculantes, escaleras, arados...”, dice con ahínco.

Después de aprender el oficio y madurar como artesano, se fue a Es Pont d’Inca con un socio. “Repartimos los ‘panecillos’ y me vine aquí. Repartimos poco porque yo no me quedé con nada. Sembré las habas en un sitio que no eran mías”, dice con sorna. Y entonces en 1980 dio el salto a Gremi Tintoreros. “Le conté a un amigo, Sebastián Coll, que buscaba otro sitio para establecerme en solitario y él era muy amigo de Juan Tortella, el director de ASIMA. Y así encontré este local y fuimos creciendo y creciendo... Hasta llegar a ahora”, dice mientras mira a su alrededor, un negocio con casi cuarenta años de vida esculpido a base de jornadas infinitas y buen hacer. “Había mucho trabajo, noche y día como aquel que dice. Infinitas horas, sábados y domingos”, afirma. Para él no había horarios. “Trabajaba en los hoteles desde las siete de la mañana hasta las diez de la noche. Cenaba y hasta las dos de la mañana trabajaba en mi empresa. Si quieres levantar una empresa es a base de mucho trabajo. Creo que hoy en día con ocho horas no se levanta ninguna empresa”, sentencia.

Esa filosofía por el trabajo la ha trasladado a sus cuatro hijos que trabajan con él. “Mis hijos llevan las mismas pautas que llevo yo. Si no es así... Hay horas que no se pueden cobrar: hacer presupuestos, organizar los trabajos de los empleados... Estas horas no las puede cobrar un autónomo. El empleado sí, pero el autónomo debe hacer muchas horas y sino, tienes que cerrar”.



“Si quieres levantar una empresa es a base de mucho trabajo. Creo que hoy en día con ocho horas no se levanta ninguna empresa”

Con esos horarios, la palabra conciliación es un imposible. “Tenía cuatro hijos pequeños que mantener, mi mujer y la casa”, dice, sin cuya esposa no habría podido tener la familia de la que tanto se enorgullece. ¿Es Metalúrgicas Martínez e Hijos su quinto hijo? “Lo quiero tanto que si no pudiera venir, creo que tendría una depresión”, dice emocionado, que reconoce que “me tengo que jubilar porque no tengo otro remedio. He trabajado tanto que la espalda ya no responde. Lo que cuesta es mantener la espalda a base de médicos, que pagamos gracias a nuestro trabajo”.

Además del tesón incansable, Juan Martínez del Barrio siempre ha estado pendiente de la última tecnología y ha invertido en maquinaria para que su trabajo nunca se quedara atrás. La década de los 80 fue muy intensa para este emprendedor. Con hijos pequeños y una empresa recién nacida, “tenía que levantar esto”, y señala la nave que le rodea. “Me dejaron el dinero para comprar esta nave y tuve que vender un solar que tenía. Respondía a la deuda con trabajo. Ahora tengo tres naves y otra es de mis hijos”.

Curtido desde la humildad y el esfuerzo, señala que su lema es no deber nada a nadie “y si te queda algo, para ti”. Pagar a los proveedores y a sus empleados es su prioridad y confiesa que alguna vez, después de pagarles a todos, él se ha quedado sin cobrar. “Hemos pasado lo nuestro”, recuerda.

En sus primeros años predominaban sus labores a mano con la fragua. Los pasamanos de las escaleras de mármol realizados con hierro forjado, con tornillería y machado... “No había electrodos ni soldadura. Llevaba mucho trabajo”, recuerda este artesano. De ahí pasaron a la carpintería de hierro de Mondragón y a partir de ahí, el aluminio. “Y todo esto se superaba apuntándose a una tecnología muy avanzada”, al tiempo que elaboraba enormes lámparas para hoteles, sillas, cuadros e incluso hamacas de playa de tubo galvanizado cuando los encargos flojeaban. Cualquier cosa con tal de no estar parado.

En la oficina donde se realiza esta entrevista, ante la atenta mirada de uno de sus hijos, luce un diploma de maestro artesano de la herrería. “Incluso hacíamos las cerraduras. Todos estos conocimientos se han transmitido a mis hijos, pero hoy por 300 o 500 euros tienes una cerradura de seguridad que antes no existía”. Los robots, el láser y los ordenadores han revolucionado el oficio de un hombre que ha soldado con soplete latón y hierro.

“Mi pasión es la herrería. Ahora que me he jubilado hago cosas de artesanía en miniatura y a escala para mis hijos”

Pero estos cambios tecnológicos no han arrojado a Juan Martínez, cuya empresa ya llevan sus hijos y cuenta con más de cuarenta empleados. “Cuando empecé aquí estaba solo con Manolo, que tenía 14 años. Y que sigue aquí. Manolo tampoco se quiere jubilar. Luego las mujeres nos mandáis mucho trabajo. Que si nos mandan a comprar, que si hay que cuidar de los nietos...”, se ríe y reconoce al instante que “paso gusto. Hago con mis nietos lo que no hice con mis hijos, que no los veía, pero eso sí: los llevaba a la escuela”.

La crisis de la construcción también le pasó factura y se quedó con algún que otro impagado. Reconoce que no ha sido fácil, pero había ocasiones en que prefería no cobrar la deuda. “Gente que había fallecido en un accidente o que se encontraba muy enferma... Pues no lo cobré. Pero aquí las empresas más grandes son las que te han estafado. Los que se creen más listos que luego no te pagaban. Si querías cobrar te daban solo un 30 o un 20 por ciento de la deuda total. La gente con mucho dinero son los que más aprietan. El que tiene un avión o un reloj. Y te crees que te va a pagar y luego...”, deja la frase en el aire. Sin embargo, reconoce que: “La gente más humilde es la que tiene el dinero preparado para pagarte y encima te invitan a comer si trabajas en su casa. Te ofrecen su nevera”. Clientes que le saludan por la calle o le hacen sitio en la mesa del restaurante. Juan Martínez valora esos detalles mientras aboga por trabajar con honestidad, sin deudas y ayudando al que lo necesita. “Lo poco que tenemos ha costado mucho trabajo”, afirma.

Sus hijos han visto cómo ha afrontado las dificultades en la empresa y han adquirido su talante de trabajador, llegando a trabajar dieciséis e incluso veinte horas si era necesario para cumplir con los plazos. Mientras otras empresas se ven obligadas a cerrar por falta de relevo generacional, él tiene a sus cuatro hijos en la empresa. “Yo estoy contentísimo al ir a una obra y ver el trabajo de mis hijos. Cuando hablo con el propietario o el maestro de obras y me dice que mis hijos no son de diez, sino de quince. Me enorgullece mucho ver cómo mis hijos valoran lo que he creado”. El orgullo no le cabe en el pecho y se emociona. ¿Tan trabajadores como el padre? “Más. Y más inteligentes”, dice entre risas.

La crisis de la construcción afectó a su sector, cómo no. Pero sobrevivió “sin deber nada a nadie. Es lo más importante. No despedimos a nadie. Antes, el

“Cuando hablo con el propietario o el maestro de obras y me dice que mis hijos no son de diez, sino de quince. Me enorgullece mucho ver cómo mis hijos valoran lo que he creado”

que no valía se iba a la calle y el que sí se quedaba. Aquí hay gente que lleva muchos años”, afirma. Recuerda que había menos trabajo, pero no fue una caída dramática. Esta experiencia les permite afrontar los desafíos de estos últimos tiempos: “En la empresa nos preocupa la situación provocada por la pandemia de la Covid-19. Es un escenario nuevo que afecta a todo el mundo. Hemos adoptado todas las medidas necesarias para adaptarnos, para trabajar con la garantía de seguridad para nuestros empleados y clientes”, cuenta. Y asume el desafío al que se ha enfrentado el mundo en 2020: “Todo cambio lo podemos afrontar como un problema o una oportunidad. Yo prefiero lo segundo. Espero que esta pandemia tenga las menos repercusiones posibles tanto sociales como económicas”.

Juan Martínez confiesa que el trabajo no solo le ha quitado el sueño, es que “estuve siete años sin dormir. Es tan malo que no quiero ni contarlo. Si no hubiese sido por mis hijos, no estaría aquí. La noche para mí era como una cárcel. Pero no dejé de trabajar aunque lo hacía sonámbulo. Gracias a Dios lo he superado”. Sufre secuelas de su intensa vida laboral y padece de acúfenos, ruidos que se incrustaron en su oído y que no le dejan descansar.

Cuando echa la vista hacia atrás, reconoce que ha habido momentos difíciles pero el trabajo ha sido su pasión. Se siente artesano e incluso aprovechaba sus vacaciones para seguir trabajando. “Manolo y yo pasamos las vacaciones haciendo una escalera de incendios en miniatura. Mi mujer me regañaba y me decía que solo pienso en trabajar. Pero es que el resto del año no podía hacerlo”, confiesa entre carcajadas.

Martínez advierte que la fragua es la base de su empresa y que cuando visita alguna ciudad admira el trabajo de las puertas hechas con remache. “Es ir al Valle de los Caídos y ves esas puertas... Son vidas de trabajo”, reconoce. Juan Martínez dice que no ha creado ningún imperio, pero sí muchos puestos de trabajo. “Todos mis hijos servían para estudiar una carrera, pero escogieron esto. Y aquí están, sufriendo”, dice. Siempre riendo. Siempre orgulloso de su trabajo y su familia.



“He trabajado tanto que la espalda ya no responde. Lo que cuesta es mantener la espalda a base de médicos, que pagamos gracias a nuestro trabajo”

Andrés Morell Brotad

Conagua

“Los empresarios están poco valorados en España, a pesar de ser los creadores de puestos de trabajo”

Creada de una manera casi espontánea, Conagua es una empresa que puso los primeros cimientos en el año 86, y su dueño y fundador está al frente desde entonces. Conversamos con Andrés Morell (1941, Palma) en su despacho, al cual viene a diario a sus 79 años.

Lee los periódicos y recorta las noticias que le interesan. ¡Tiene un gran archivo! “En toda mi vida, no he visto un anuncio, en Palma, solicitando un químico”, gesticula.

Este empresario iba para aparejador, “éramos terratenientes, teníamos fincas agrícolas, pero llegó un momento que las fincas se fueron repartiendo, quedó una generación y tuvimos que ponernos manos a la obra”. Recuerda cuando le dijo a su madre que se iba a estudiar a Barcelona la carrera de aparejador, y le dijo: “Por qué no estudias de químico, que a tu hermano le va tan bien, y le hice caso. Aunque creo que de aparejador me hubiera ido bien”, sonríe.

Andrés estudió Químico de Sarriá en la Universidad de Barcelona, “un título muy reconocido en esa época”, dice.

Estuvo un año y medio en Melilla haciendo el servicio militar y un año en la Escuela Superior de Tenería de Igualada. Después estuvo buscando trabajo de químico en Barcelona, tuvo una oferta para ir a trabajar a Valladolid a una central de recogida de leche, pero uno de sus hermanos (son seis) le encontró trabajo en Danone. Tenía 24 años y transcurridos seis años la fábrica cerró. “Como había cogido experiencia en todo lo que es limpieza de tuberías (sin desmontarlas), desengrasantes, desinfectantes... me sirvió para juntarme con el socio que tuve y montamos la empresa de productos de limpieza, de mantenimiento y piscinas”.

Se llamaba Deterquímica S.A., era el año 72 y en el año 86 Andrés y su socio vendieron todos los productos de tratamiento de agua a una multinacional americana. Al cabo de un tiempo, la multinacional le devolvió a Andrés todos los productos químicos de tratamiento de agua, polifosfatos, inhibidores de incrustación... “debido a que la multinacional no comercializaba estos productos en ninguna parte del mundo”.

En esa época, Andrés Morell se dedicaba a construir naves para él. “Recuperé los clientes, sobre todo de la cadena Sol Meliá, poco a poco los técnicos que me conocían me iban pidiendo productos y sin saber a dónde iba, fue creciendo la empresa”. “Somos una empresa atípica porque nunca hemos tenido comerciales, nos conocían por el boca a boca”, expresa, “para nosotros ha sido una ventaja. Somos pequeños pero seguros”.

A fecha de hoy son cuatro trabajadores, entre los que se encuentra su hijo, ahora a cargo de la empresa. “Mi hijo es de mis ideas, no quiere asumir demasiados riesgos”, afirma.



“Mi hijo es de mis ideas, no quiere asumir demasiados riesgos”

En Can Valero lleva desde el año 75. “Antes teníamos toda la manzana, pero mi socio me robaba y tuvimos que vender la empresa. Él se quedó con la parte que hace esquina, actualmente propiedad de Distribuciones Sillero, que mi exsocio la hipotecó a la Banca March acabando en manos del banco”.

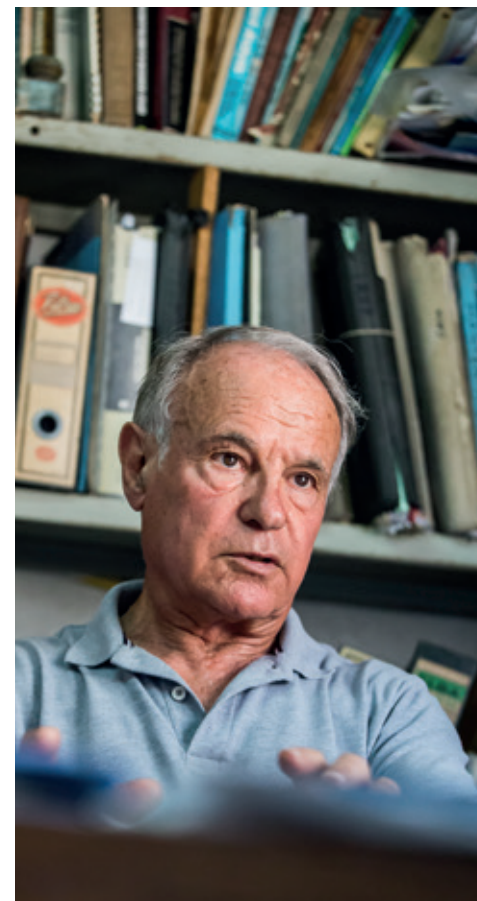
Deterquímica S.A. empezó con pocos trabajadores (tres o cuatro), pero crecieron mucho y vendían mucho, sobre todo detergentes para la hostelería. Todo se fabricaba en la empresa: desengrasantes, desinfectantes, productos para la piscina... En esa época, comenta Andrés, “no había competencia nacional, la que había era básicamente americana y vendían carísimo”. A día de hoy “ha bajado de tal manera que no hay márgenes”, dice.

¡Menos mal que no hemos crecido!, exclama, ¡menos mal que hemos diversificado en el sector de turismo! Para Andrés, así como en el sector inmobiliario la gente va a vender más caro que el de al lado, “aquí todo lo contrario”. “Aquí para hacer un cliente hay que ofrecer algo más barato”. Durante cincuenta años de abaratar, opina, “hay empresarios locos que ya no están porque se han arruinado. Y ahora los márgenes están ínfimos. Hay que ir con pies de plomo luchando con numerosas empresas”.

“Al final, no hemos pasado pena. Nunca hemos pedido un crédito y bueno, vamos despacito, pero tranquilos”, destaca.

Andrés nos cuenta que hace dieciocho años tuvo una embolia, se quedó sin poder escribir ni hablar, “tuve que volver a aprender”. En ese momento, su hijo, empezó a trabajar en la empresa.

No se define como empresario, porque opina que “es una palabra que merece mucho



“No había competencia nacional, la que había era básicamente americana y vendían carísimo”

respeto porque hay empresarios que lo han dado todo por la empresa como Gabriel Escarrer, Antonio Fontanet, Miquel Fluxá, Pablo Piñero, Gabriel Barceló... “A Gabriel Escarrer le conocí con cuatro hoteles y ahora tiene, ¿400?”.

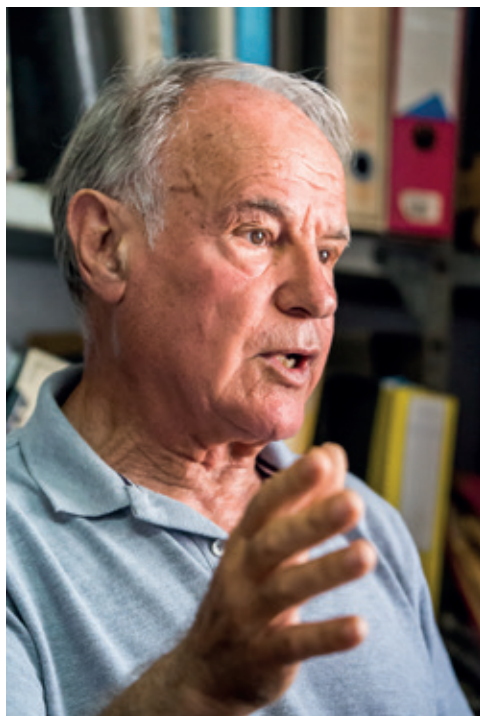
Andrés tiene muy claro que ha creado un negocio “para vivir, no para hacer empresa”. “Los negocios son difíciles y en este país el empresario no está valorado como se merece ni se le apoya. Aquí empresario es sinónimo de explotador, defraudador y millonario”.

Uno de sus hermanos, hace 65 años ya quería montar un hotel y el resto de los hermanos “nos asustamos”. “Muchos hoteleros han llegado muy alto, pero por el camino se han quedado muchos.

Andrés es de los que piensa que lo importante es diversificar y “no tenir tots es ous dins els meteix paner”.

Con su exsocio, nos cuenta, compraron un solar en Valencia, “cuando nos separamos le compré la mitad del solar y a partir de aquí hice seis naves para alquilar”. Con la crisis de 2008 le quedaron las seis vacías y 30.000 euros de gastos anuales entre IBI, patrimonio, gastos de polígono, contadores de agua y electricidad. “No me quedó más remedio que reorientar dicho negocio reconvirtiendo tres naves en trasteros de 30 y 45 metros cuadrados para autónomos y pequeñas empresas”, explica.

A este químico que ha ejercido desde los 25 años como tal, le gusta leer, escuchar música clásica y hacer deporte. Empezó con el tenis, después hizo windsurf, después lo dejó porque los participantes dejaron de venir a las regatas. “Mi hijo hacía bicicleta y me dijo un día, Papá ven a las carreras de mountain bike que allí somos

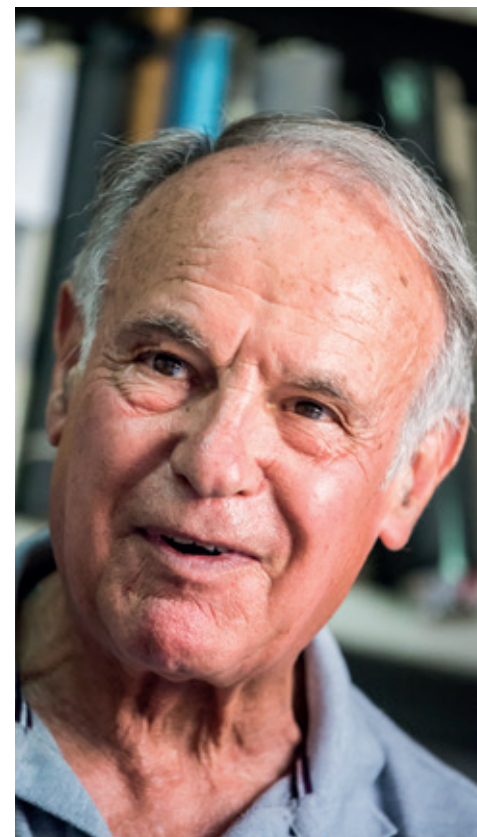


“Somos una empresa atípica porque nunca hemos tenido comerciales, nos conocían por el boca a boca”, expresa, “para nosotros ha sido una ventaja. Somos pequeños pero seguros”

doscientos, me compré una bicicleta e hice triatlones y carreras de montaña. De hecho, gané un campeonato de España (veteranos) de windsurf”, confiesa orgulloso y nos enseña la noticia publicada en el periódico que tiene enmarcada en su despacho.

Como ha comentado antes, insiste convencido, que los empresarios están poco valorados en España, “a pesar de ser los creadores de puestos de trabajo, riqueza y que por consecuencia mantienen la Seguridad Social, el funcionariado, el ejército, la justicia, etcétera”. Del gobierno actual (2020), describe, “frankenstein, sociocomunista y separatista, me asusta pensar lo que nos puede llegar”, concluye.

Andrés Morell es una persona humilde que transmite serenidad y paz en sus palabras, un hombre honesto que ha trabajado con tesón. Su despacho está lleno de recuerdos, desde botecitos y productos químicos, libros, diplomas, recortes de periódicos... así “palpa” lo que es y a lo que se ha dedicado.



**Maria Antònia Moyá**

R.T.B. Ingenieros

“No tendría que haber ninguna lucha si se reconocieran los méritos de las mujeres”

Es una mujer tranquila y pragmática. Y detrás de una seriedad inicial, esconde muchas sorpresas. Maria Antònia Moyá esconde una mujer inteligente, pionera en el mundo de la ingeniería. Y comprometida. Es madre de ingeniera, abuela de mellizos y madrina de una joven que estaba destinada a un trabajo sin formación pero que ahora tiene ante sí un brillante futuro gracias al apoyo incondicional de Moyà.

Pero, ¿qué es R.T.B. Ingenieros? “Es una empresa de montaje para instalaciones eléctricas para infraestructuras. Todo lo que son redes públicas, instalaciones de alta tensión y baja tensión, hacemos para Gesa la mayoría de ellas. Llevamos a cabo instalaciones transformadores y centros de medida para edificios singulares que tienen contrato en alta tensión, no en baja tensión como el resto de consumidores”, explica, descubriendo un mundo nuevo para todos aquellos que son ajenos al mundo de la ingeniería. Hoteles, hospitales, residencias de la tercera edad, la universidad, la cárcel... Todos estos grandes equipamientos pasan por sus manos y su sector se encarga de dotarles de energía.

R.T.B. Ingenieros nació en 1999 pero es hija de otra empresa, MEMSA Montajes Eléctricos Mallorquines, que nació en 1965. “Empecé con diecisiete años a trabajar como administrativa en esta empresa, que estaba formada por un grupo de ingenieros que habían terminado la carrera hacía medio año”, explica. Las matemáticas no cuadran. ¿Cuántos años tiene ahora? “Setenta y dos”. ¿Y sigue trabajando? ¿No piensa jubilarse? “De momento no”.

Otra pregunta surge ahora: ¿cómo pasó de administrativa a ingeniera industrial? “Fui la primera de mi generación. Estudié en Barcelona y aunque no era la única mujer en el aula, sí que fui la primera mujer de Baleares. O por lo menos no ha salido nadie más a decirme lo contrario”, dice con total honestidad, y añade: “pero esto es solo una anécdota. Que yo sea la primera porque no tiene ningún mérito. Simplemente es que no había otra”.

Como iba diciendo, con solo 17 años empezó a trabajar como administrativa con esos ingenieros recién licenciados. “Yo no sabía hacer nada, de nada, de nada, había acabado el bachiller. Entonces me interesó el tema y si hay un poco de madera... Cuando tenía 23 años, decidí que quería estudiar ingeniería. Y para eso tuve que hacer el Bachiller Superior”, recuerda. Se fue a Madrid a estudiar COU en una academia especial para ingeniería. Empieza la carrera con 27 años y de 200 alumnos, solo había cuatro mujeres. Tampoco contaba con antecedentes familiares, “se dedicaban a la hostelería. Mi padre era empleado en un hotel”. De madre gallega y padre mallorquín, vive en la isla desde que tiene cuatro años.

“Yo solo he tenido un empleo en mi vida”, recuerda sus tiempos de juventud, con esa pandilla de jóvenes ingenieros industriales. Entonces se fundó MEMSA y siguió con ella. Y cuando estudiaba, todos los viernes y las vacaciones seguía trabajando



“Vives con lo imprescindible y sabes vivir en economía de guerra. Ese es el problema de mucha gente: que se ha creído rico cuando no lo era”

con ellos. En 1981 fue ascendida a directora gerente hasta 2012, cuando dejó el cargo en la empresa. De forma paralela, RTB nació en 1999, en la que ejerce desde entonces el cargo de directora.

Se resiste a jubilarse mientras la salud se lo permita. “Mi trabajo no es un trabajo. Para mí no es ningún sacrificio”, explica. Moyà explica que “el otro día me pidieron un currículum y me quedé muy sorprendida. Solo tiene tres líneas: soy ingeniera industrial, he sido directora de MEMSA y directora de Redes. Nada más y nada menos. Tres líneas que condensan 55 años de trabajo, trabajo y trabajo”.

Reconoce que: “La ingeniería industrial es un mundo un poco masculino y tienes que estar en fábricas, talleres, también trabajas en oficinas, por supuesto. No sé por qué, pero las ingenierías no les resultan tan atractivas como la arquitectura, por ejemplo. Yo creo que puede haber entre 50 y 60 ingenieras industriales en Baleares de 700”, explica. Pese a estar en un mundo tan masculino, jamás ha tenido ningún problema. Al contrario, “somos una familia. Y mi marido era ingeniero industrial. Como mi hija”. Su marido era Ramón Oliver Barceló, primer director gerente de Emaya en la democracia, desde 1979 hasta 1971. “Mi marido, además de director de Emaya y fundador de MEMSA, fue asociado de ASIMA desde el año 1967. MEMSA se instaló en el Polígono Son Castelló en febrero de 1967, que se inauguró poco después de instalarse nuestra empresa. La urgencia de nuestra mudanza vino motivada porque estábamos en el barrio de la Soledad y a las seis y media de la mañana despertábamos a los vecinos. Además, todas las naves que se iniciaron en el nuevo polígono, la primera que acabó Sebastián Coll, por su dimensión fue la de MEMSA”, recuerda Moyà.

Esta ingeniera recuerda además un detalle biográfico vital: empezó la carrera con 27 años en Barcelona. Cuando la terminó, su hija, Victoria Oliver Moyá, ya tenía ocho años. “Hice la carrera con la niña. Me di cuenta del sacrificio de ser madre cuando había niños cerca de mí y vi lo traviesos que son. Antes estaba inmersa y no me enteraba. Era una cosa que tenía que hacer y



“Hay gente que vive de la empresa y tenemos una profesión muy especializada. Cuando una empresa se cierra, algo se cierra”

la hacía. Y ya está. Pude conciliar mi familia mal, porque se hace mal. Durante la carrera fue difícil: yo iba a clase, mi hija al colegio y luego estudiábamos juntas”.

Regresaron a la isla, ya licenciada, pero se topó con la crisis del 79, que se había alargado más de la cuenta. “Mi hija fue la víctima de esa crisis. Mi cuidado hacia ella fue mucho menor. Era brutal. Había muerto Franco en 1975, las elecciones y todo el follón político. En 1973 nos enteramos de que había una crisis, pero fue a partir del 76-77 cuando empecé la parte más dura. Para nosotros no terminó hasta 1986”, recuerda la empresaria.

Reconoce que: “Con la crisis de 2008 hemos aprendido que trabajar ocho horas es una maravilla. Antes trabajaba yo qué sé, a las siete de la mañana y mi jornada de siete a ocho o nueve de la noche. Esto es un absurdo”. La conciliación era posible porque trabajaba con su marido.

En la actualidad es socia de R.T.B. con cuatro ingenieros, después de desligarse de MEMSA en 2012. “El viaje ha sido duro. Con la edad que tengo ya he remontado la tercera crisis dura. Esta ha sido larga, pero es que las otras también han sido finas”, recuerda. La crisis del 73 (la del petróleo) y la de 1991 la solventaron bien, dentro de lo que cabe. “Trabajábamos para Endesa y esto nos permitió sobrevivir. Al ser una empresa muy grande nos pudo dar trabajo suficiente para la época”. Lo mismo ocurrió en 1991. “Nosotros nunca hemos reducido personal, simplemente nos readaptamos un poco para poderla sobrellevar y superarla”.

La crisis de 2008, en cambio, no estaban contratados por Endesa y es la que les ha parecido más dura. “Todavía la estamos peleando”, confiesa, para lo que ha tenido que aportar “todo el capital que teníamos. Tienes que escoger: o empresa o capital, que no sirve para nada. Si no lo explotas ni le sacas un rendimiento, es difícil. Lo que tiene valor



**“Mi trabajo no es un trabajo.
Para mí no es ningún
sacrificio”**

es lo que produce. Hemos tenido que vender nuestras propiedades para poderlas invertir en la empresa y gastar todos los beneficios que la empresa había acumulado desde 1999. Y aquí seguimos”.

Quizás otro en su lugar se habría jubilado, pero Moyà se siente responsable. “Hay gente que vive de la empresa y tenemos una profesión muy especializada. Tenemos poca competencia y un cierto valor tecnológico. Cuando una empresa se cierra, algo se cierra. Sobre todo en Mallorca, donde cuesta montar una empresa con un servicio tan imprescindible como la reparación de cualquier elemento que aquí no hay. Estamos aislados y habría que esperar a que venga de la Península. Los cierres nos hacen dependientes de fuera”.

Los transformadores de averías, por ejemplo, tan necesarios para hoteles, hospitales o una residencia de anciano. “Si se queda sin corriente, ¿cómo lo arreglamos? Nosotros en cuatro horas resolvemos el problema”, se pregunta Moyà. Esa responsabilidad con sus empleados y con la isla le hace seguir con su proyecto. Un gran hospital de las Islas será uno de sus próximos clientes, confiando en que en el momento que tengan una avería, en R.T.B. se lo pueden arreglar de manera inmediata.

Moyà insiste que el cierre de una empresa supone también una pérdida para la isla. “Aquí todo está enfocado al turismo, pero nosotros a pesar de que somos un servicio que servimos al turismo, también servimos a otra gente. Se habla mucho de diversificar economía. Nosotros hemos innovado”. Aunque reconoce que hay energía para todos, “hay una masificación excesiva. Mallorca es un territorio limitado y al final no podemos convertir toda la isla en autopistas. Ni dedicar nuestras zonas verdes a infraestructuras eléctricas con los parques fotovoltaicos”, explica Moyà.

La crisis es un tema recurrente para esta veterana empresaria: “En el 73, en España teníamos poco. Pero en esta última crisis tenemos más cosas de las que hay que prescindir. El problema de todo esto es cuando la gente se queda sin trabajo. Ahora ha sido brutal porque todo el mundo tenía una hipoteca”.

**“Fui la primera
de mi generación.
Estudié en Barcelona
y aunque no era la
única mujer en el
aula, sí que fui la
primera mujer de
Baleares. O por lo
menos no ha salido
nadie más a decirme
lo contrario”**

En cuanto a la crisis del coronavirus que ha irrumpido en nuestras vidas, su experiencia le dice que “debido al parón, faltará capital para las inversiones que los hoteles hacen cada año tanto para modernizarse como en reparaciones de infraestructura. Las empresas sufrirán esta falta de trabajo y por ende el empleo. Creo que el año 2021 se nos hará largo y lo recordaremos bastante tiempo. Con la vacuna, los hoteles se podrán recapitalizar y las inversiones serían para el 2022. Habrá que pasar este año 2021 como se pueda y habría que prepararse para cuando pase la pandemia. Tecnológicamente hay muchos cambios que requieren tiempo y podríamos aprovechar este año”.

Moyà es una caja de sorpresas, cuenta que un día fue a un wok chino y pidió agua a una camarera china. La chica no le entendió y entonces Moyà se ofreció a enseñarle español en su oficina. “Yo tampoco sabía chino, así que compré cuentos y en seis meses ya hablaba el idioma, aunque solo me entendía a mí”. Fue a la escuela de idiomas, estudió y sacaba excelentes. “Blanca era un pequeño tesoro, tenía que estudiar”, recuerda Moyà. Hace escasos meses ha acabado la carrera de Derecho. “Y todo esto porque ella no entendía qué era el agua natural. El mérito es de ella, no cabe la menor duda. La vida está llena de circunstancias raras y yo soy ingeniera por una circunstancia similar”, reflexiona.

Se niega a acabar la entrevista sin decir algo en favor de las mujeres: “Creo en las cuotas. Ellos siempre son más listos porque se lo creen. El sacrificio para nosotras es demasiado alto para llegar al mismo punto. Y somos el 51 por ciento de la población”. Es momento de reivindicaciones: “No tendría que haber ninguna lucha si se reconocieran los méritos de las mujeres. También nos falta el gen de ser trepa. Porque nos parece más importante cuidar de la familia que escalar. Se dice que detrás de un gran hombre hay una gran mujer. Y detrás de una gran mujer hay una gran asistente. Porque sino no hay manera”.



“Somos todoterreno porque tenemos el cerebro de pobre. Es una ventaja”

Se vuelca en el cuidado de sus nietos gemelos y ayuda a su hija, madre monoparental. Abuela, en activo y peleando la crisis. “Somos todoterreno porque tenemos el cerebro de pobre. Es una ventaja. Vives con lo imprescindible y sabes vivir en economía de guerra. Ese es el problema de mucha gente: que se ha creído rico cuando no lo era”. Y entonces no puede evitar mencionar al empresario “que nunca tiene dinero propio, es una reserva para paliar cualquier problema que tenga la empresa, que así es como han sobrevivido todas en esta crisis. A base de todos los ahorros familiares que se tenían”. Para ella, “todos los empleados son parte de la familia. Nosotros tuvimos que congelar el sueldo seis años y nadie abrió la boca. Los empleados también van en el mismo barco. Y si no lo saben, no se merecen trabajar en esa empresa. Porque tener un empleo en el que cobras cada mes es un bien importante”, zanja.

La sabiduría, la experiencia y el sentido común se desgranaban en cada una de las palabras de esta pionera.



**Rafael Moyà**

Moyà Saus e Hijos - IFA

“He sufrido muchísimo, pero también he tenido muchas alegrías. El empresario tiene días buenos y días malos”

Entramos en una nave de 2.500 metros cuadrados ubicada de la calle 16 de julio del polígono Son Castelló. Con más de 4.800 artículos, el grupo Moyà Saus se dedica a la distribución de alimentación, tanto a nivel mayorista como minorista.

Inmensa, como si estamos en un laberinto con pasillos repletos de productos de alimentación, limpieza..., perfectamente etiquetados, ordenados para un correcto reparto. Su historia se remonta a 1928 en Mallorca y Rafael Moyà nos cuenta cómo nace el grupo empresarial.

En 1890 su abuelo que tenía 15 años y vivía en Binnisalem “se hartó de pasar hambre”. Recogió los dineros de la familia que pudo, se embarcó en un velero que iba a Cuba y estuvo tres meses en el mar para llegar. Con 18 años conoció allí a una mujer catalana, se casaron, tuvieron tres hijos y montaron una tienda de alimentación de comestibles. Estuvieron unos años para ganar dinero y volvieron a España. Ella se llamaba María Sal Vives y su abuelo Salvador Moyà Pol. De ahí viene el nombre de Moyà Saus, que eran los apellidos de su padre.

De Cuba se fueron a Cataluña unos años, pero al final decidieron instalarse en Mallorca. Con el dinero ahorrado compraron una finca al lado de la Iglesia de San Sebastián en Palma y allí su abuelo y su padre montaron un negocio al por mayor en el año 1928. A partir de este año comienza la andadura de la empresa en Mallorca.

Comenzaron a buscar un local, encontraron uno en la plaza de la Puerta de San Antonio, en Palma, que estaba medio destruido. Mientras lo arreglaban se fueron a la calle Font i Monteros provisionalmente unos meses y en Palma estuvieron trabajando treinta años como empresa dedicada a la distribución mayorista de alimentación.

Cuando llegó la Guerra Civil Española, en 1936 tuvieron que vivir los desmanes de la guerra donde le requisaron todos sus enseres. “Mi padre y mi abuelo hicieron una cosa muy nueva en aquel momento que era que un mayorista de alimentación servía a domicilio. Compraron un carro y un caballo, y con un carretero, empezaron a distribuir. Cuando las cosas empezaron a ir mejor, compraron un camión Ford pequeño y siguieron distribuyendo. Estando en años de guerra, un teniente con dos soldados le dijeron que el camión quedaba incautado para el ejército porque lo necesitaban. Compraron otro camión y siguieron”, recuerda.

En 1970 la empresa fue una de las diez primeras en instalarse en el nuevo polígono Son Castelló de Palma y pasaron a construir la empresa de su padre como sociedad anónima. Aquel mismo año se asoció como miembro accionista al Grupo IFA (International Food Association), una empresa europea de alimentación. “Se creó en España, vino un señor a vernos, vio que se estaba construyendo este local y nos dio entrada a esta cadena. Desde entonces hace más de 50 años nuestro negocio creció de una manera exagerada, porque ellos nos daban comisiones, descuentos... esto creó un crack dentro del negocio y fuimos creciendo, ampliamos el local que teníamos y compramos el tercer solar”.



“Seguimos siendo empresa de carácter familiar cien por cien mallorquina de lo cual me enorgullezco”

Su padre compró el solar en el que estamos de 4.950 metros a 110 pesetas el metro cuadrado urbanizado y enseguida construyó media nave de la que hay ahora, “porque en aquel momento el dinero era escaso”. Cuando se trasladaron todos los hermanos estaban incorporados a la empresa (tres chicos y una chica). “La chica quería estudiar, pero aquí en Palma solo podía ser o maestra de escuela o enfermera, no había más. Escogió magisterio y ha cubierto toda su vida en ello”, cuenta.

A medida que iban cumpliendo años, apostilla, su padre les decía: ¡tú pa ca! (sonríe). “Mi hermano pequeño José María quería ser piloto, mi hermano mayor pintaba muy bien y quería ser pintor y yo quería ser médico”.

Rafael le decía a su padre: “Papá, yo quiero seguir estudiando”, pero su padre le decía: “Tu padre no tiene dinero para enviarte fuera a una universidad y a un colegio mayor, por lo tanto, vente conmigo a trabajar porque te necesito. ¡Vale!”.

El primer día que entró a trabajar en la empresa familiar, dice, “fui a la tienda de la Puerta de San Antonio y tonto de mí me puse una camisa, corbata... iba todo limpito, y pensé para mí, yo hijo del dueño, ¡jefe! Cuando llegó mi padre me dio una escoba y me dijo: empieza a barrer. ¡Toma! (y se ríe al recordarlo). Y ahora te vas con el motocarro al almacén a buscar esto y esto...y a cargar cajas”. “Santa madre de Dios, ¡dónde me he metido con 18 años! pensé en ese momento”. Al día siguiente, tuvo muy claro en ir a trabajar con alpargatas, un pantalón y camisa vieja.

En 1952 fue realmente la incorporación de Rafael Moyá a la empresa de su padre. “Hace 68 años que cotiza a la seguridad social y no he estado de baja ni un solo día”, admite.



“Con 68 años de trabajo no he estado ni un solo día de baja”

Sus primeras vacaciones fueron en París porque le interesan mucho los idiomas. Nos cuenta que tenía un amigo que trabaja en un hotel y le dijo: “Tú te sientas a mi lado, si viene un alemán tienes que decirle *danke*, si viene un inglés *thank you* y si viene un francés *merci*”. Y a partir de ahí, empezó a aprender idiomas, tenía muy pocas horas libres y dos horas a la semana las dedicaba a estar con su amigo en la recepción para aprender.

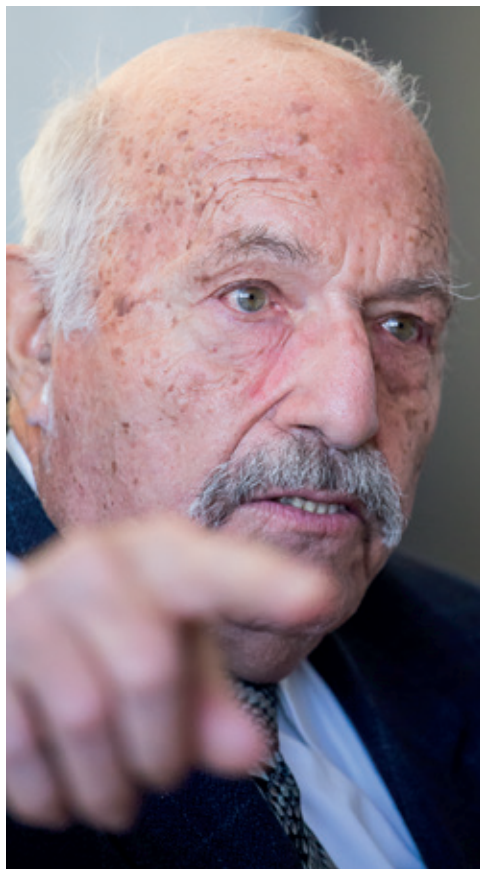
El hermano mayor, Salvador falleció en 2003 y la cuarta generación ya está en la empresa. Hay dos sobrinos trabajando, uno del hermano mayor y otro del hermano pequeño. “Una hija mía estuvo aquí, pero decidió trabajar en la Cruz Roja por vocación”, comenta.

En la posguerra se creó una Cooperativa que se llama Balear de Detallistas Comestibles, sin intención de lucro y te vendían la mercancía a precio de coste. “Nuestros clientes se fueron a la cooperativa porque eran los que más consumían y esto nos creó un problema terrible. Fue una época y una crisis muy dura, es cuando inventamos nuestro Cash & Carry para contrarrestar la situación, este Cash & Carry era de 150 metros. Fue el primero que se creó aquí y fue lo que nos dio un gran impulso”.

A lo largo del tiempo, han ido ampliando su negocio con la apertura en 1991 de un nuevo Cash en el polígono Son Castelló, la apertura de supermercados propios y de otros Cash & Carry en Inca y Manacor.

“En aquellos momentos luchábamos con otros competidores de índole local que hoy en día no están: Cooperativa Detallista, Alzamora, Agrícola Mallorquina, etcétera. Con la diferencia que en la actualidad lo tenemos que hacer con grandes empresas nacionales y multinacionales como Mercadona, Carrefour, Lidl...”, afirma.

A día de hoy esta empresa familiar puede presumir de tener una cuarta generación en plantilla, “seguimos siendo empresa de



“Si vendiéramos el negocio y no pudiera venir a trabajar creo que sería mi tumba”

carácter familiar cien por cien mallorquina de lo cual me enorgullezco, hemos conseguido ser una de las empresas mallorquinas punteras de nuestro sector”, destaca.

Entre otras cosas, resalta, “tenemos los tres centros anteriormente ya comentados y disponemos de 80 centros franquiciados y propios en toda Mallorca en una sala de venta de unos 30.000 m2. En el año 2015 incorporamos un centro logístico de alimentos perecederos (fruta, chocolates, galletas) en Mercapalma de unos 5.000 m2 que nos da la posibilidad de ofrecer muchos productos de carácter local, esto nos ha dado un empuje impresionante”.

Otro de los grandes aciertos que ha llevado a cabo la empresa es adquirir 1.800 metros de parking donde está Cash Mallorca en la Avenida 16 de julio,31. “El parking nos da más clientela, ha sido un gran sacrificio, pero no te queda más remedio”, apostilla.

Este hombre que desprende una gran energía tiene muy claro que si vendieran el negocio y no pudiera venir a trabajar sería su tumba.

Se define como una persona positiva, pero tiene claro que siempre surgen problemas. “Cada año puedes esperar que sea malo, que vendrá otra crisis y claro que vendrá”, afirma, ¡si es evolutivo! exclama. “He vivido la crisis más importante de la vida que fue la posguerra. Los años 50. La gente se tambaleaba por la calle muerta de hambre, llevaban unos pantalones con remiendos porque no había para comprarse nuevos, veías críos en la calle muertos de hambre”.

Con la crisis sanitaria de la Covid-19, afirma, “nos enfrentamos a un nuevo escenario económico complicado derivado de otro sanitario no menos complicado. La verdad es que nuestra intención es seguir luchando como lo hemos estado haciendo siempre en momentos malos y en momentos menos convulsos y más benévolos. Intentaremos no parar y seguir colaborando y fortaleciendo la economía de nuestra comuni-



“Cada año puedes esperar que sea malo, que vendrá otra crisis y claro que vendrá”

dad de les Illes Balears. Sin duda el futuro es muy incierto, pero debemos reaccionar en positivo y con nuevas iniciativas como reacción a la actual debacle económica”.

Tiene muy asumido que en esta vida se ha de sufrir, “yo he sufrido muchísimo, pero también he tenido muchas alegrías”, afirma. Y con convicción expresa que “el empresario tiene días buenos y días malos”.

Lo que no puede soportar es que un empleado les robe. Hay cámaras por todos los lados... “aquí es muy fácil, hay gente que prepara y gente que reparte. Si se ponen de acuerdo es fácil que nos roben, de hecho, hemos pillado algunos”. También roban los clientes, dice, entre un uno y un dos por ciento al año de la venta.

A sus 86 años (en el momento de esta entrevista) se cuida mucho. Come fruta, verdura y legumbre. Un día a la semana carne y un día a la semana pescado. En confianza nos dice que “hace veinte años que peso 70 kilos, ni uno más ni uno menos. Ahora, camino y como poco. Nunca tengo frío, nunca tengo calor”.

Trabaja por la mañana y por la tarde va a caminar cada día. “A los 60 años mi hija me robó la moto, a los 80 años mi hija me robó la bicicleta, iba cada día por el carril y ahora no me queda más remedio que ir a pie. Hago una hora y media cada día”, confiesa.

En su despacho tiene una reliquia. Nos lo enseña. Se trata del primer teléfono móvil que se fabricó en el mundo, fabricado en Estados Unidos, lleva una pila de moto, tenía seis horas de autonomía, y Telefónica creó una línea especial para este teléfono. Los últimos que emplearon este aparato fueron los pescadores porque no tenían cobertura en medio del mar y Telefónica les dio la oportunidad de hablar.



“Hace veinte años que peso 70 kilos, ni uno más ni uno menos. Ahora, camino y como poco. Nunca tengo frío, nunca tengo calor”

¿Cómo es que lo tiene usted? pregunto. “Porque me costó 165.000 pesetas hace treinta años y no he querido tirarlo”, responde.

“Todos los inmigrantes que llegaban aquí lo primero que hacían era comprar una bicicleta, un transistor y una gabardina. La gente de la Península venía aquí a trabajar y lo primero que se compraban era eso”.

Le encanta el campo y una vez se lo llevó a un campesino que le preguntó: ¿qué es y dónde se enchufa? No se enchufa, le contestó. “No me lo creo”, dijo el campesino. “Marca el teléfono de tu casa y verás cómo hablas con tu mujer. Se volvía loco”, sonríe.

En la entrada de la oficina hay una máquina de escribir, “una registradora que inauguró hace sesenta años y que les hizo ganar un millón de pesetas”.

Y si de algo puede presumir Rafael Moyá es de ser una persona muy puntual. Una de sus grandes aficiones son los relojes y en su despacho hemos podido ver muchos.



**Catalina Pol**

Grúas Pol

“Ser empresario es ir de la mano del riesgo. Es invertir en innovar”

En el corazón del polígono Son Castelló, en Gremi Fusters, hay una gran nave llena de camiones enormes y mastodónticas grúas. Para acceder a las oficinas hay que subir unas escaleras, tal vez treinta escalones. Y al pie de las escaleras hay una silla elevadora para sortear esos escalones. Allí arriba, en una oficina con vistas a la nave con camiones y grúas, se encuentra el cuartel general de Catalina Pol.

-A mí lo que me pasa es que mi padre todavía está bien. Tiene 92 años y viene cada día. Yo soy como el Príncipe Carlos de Inglaterra. Él nunca será el rey de Inglaterra, lo será su hijo- dice entre risas Catalina Pol, administradora de Grúas Pol. Es la segunda generación de esta empresa en la que la tercera ya está tirando del carro. Y la primera, formada por Antoni Pol, sigue aún incombustible. “Mi padre, Antoni Pol, ha estado hasta hace muy poco al pie del cañón. Él sí que empezó de cero...”, dice su hija.

Catalina Pol solo tiene palabras de reconocimiento hacia la labor de su padre y ahora está al frente de la empresa familiar, aunque “siempre he estado respaldada. Nunca he sentido esa sensación de soledad del empresario”. A sus 52 años, es la administradora y financiera de la compañía. No se siente la sucesora, “somos un equipo”, y a su alrededor hay un tejido que la apoya. “También está el padre de mis sobrinos, Miguel Garau, que ha sido el director de la empresa durante todos estos años. Entre él y yo sí que hemos sido el relevo de mi padre. Pero es que el relevo de mi padre...”.

- ¿No se deja relevar?
- Ahora sí- dice sonriendo.

La empresa es el hábitat natural de Antoni Pol, el fundador de Grúas Pol. “Es que si no viene a vernos... De cabeza está perfecto, pero tiene artrosis y la escalera le venía grande”, de ahí esa silla para salvar los obstáculos.

Grúas Pol nació legalmente en 1980, pero sus orígenes se remontan a hace 75 años, cuando “mi padre tenía 23 años”. El abuelo de Antoni Pol, Guillermo, repartía con un carro. “Mi padre cuenta que todos los que nacían con carro, morían con carro”, dice su hija. Del carro de Guillermo Pol a la revolución tecnológica en la que un casi centenario Antoni Pol tiene teléfono móvil. “Él era pequeño y no había electricidad. Había poquísimos coches, el transporte se llevaba a cabo con animales. Y que mi padre llegue a día de hoy con esta maquinaria, con ordenadores... Creo que el gran cambio que ha vivido la generación de mi padre no lo va a vivir nadie”, dice esta empresaria.

Antoni Pol consiguió un camión de segunda mano en la Guerra Civil. Pronto empezó a tener uno y otro. Ahora cuenta con cincuenta empleados, aunque antes de la última crisis llegaron a los 70, que se quedaron en la mitad por la caída de la actividad. Ahora Grúas Pol está en pleno crecimiento y sigue trabajando con camiones, grúas, camiones-grúas...



“Mi padre cuenta que todos los que nacían con carro, morían con carro”

“Tocamos todas las ramas. El de grandes obras de construcción, como aeropuertos, autopistas, puentes... Pero luego hay infinidad de trabajos pequeños. El día que se encendieron las luces de Navidad en el Borne estábamos aguantando a los trapecistas. Estamos muy metidos en el mundo de la náutica, levantando barcos”, dice Pol. Los puertos de Mallorca presumen de ser de los mejores del Mediterráneo y aquí Grúas Pol se dedica a quitar piezas de los barcos, motores, botabaras, mástiles... Es la actividad conocida como jarcia. También trabajan en el sector de la jardinería, colocación de piscinas o cristales, colocación de aires acondicionados en azoteas, la decoración de Navidad de la fachada de El Corte Inglés...

Quién le iba a decir al pionero Antoni Pol que su empresa se encargaría de colocar las estrellas de Navidad de Palma... Su objetivo siempre fue “crear una empresa fuerte, que no grande. El crecimiento muy rápido siempre nos ha dado miedo. Nos gusta más que nuestra empresa sea familiar, conocer a nuestro personal”, dice Catalina Pol, que al igual que su padre, no ha querido abrir sucursales fuera. Eso no les impide trabajar continuamente en Ibiza y Menorca.

Antoni Pol empezó haciendo repartos, luego contrató a dos o tres empleados y en los años 60 creció de manera exponencial. Quiso comprar una grúa, pero le dio miedo la inversión, así que junto a otras empresas de transporte “decidieron comprar la primera grúa móvil de Mallorca y fundaron una sociedad. Funcionó y compraron otra y otra. Pero todo el trabajo venía de Grúas Pol. Y mi padre les propuso la separación. Ellos compraron la grúa, pero no les funcionó. La primera grúa de esta empresa es de los años 70”, cuenta la administradora de la firma.

Con veinte años Catalina Pol entró en la empresa con las ideas muy claras: “Quería continuar el trabajo de mi padre. Opté por la vía rápida, por el FP, y aprendí muchísimo”. Aunque se mueve con vehículos de tierra, su pasión son los barcos. “Durante un tiempo tuve una empresa náutica y me di cuenta de que un empresario es un empresario: da igual si son barcos o camiones.



“El crecimiento muy rápido siempre nos ha dado miedo. Nos gusta más que nuestra empresa sea familiar, conocer a nuestro personal”

Ser empresario es ir de la mano del riesgo. Es invertir e innovar". A pesar de montar otra empresa, nunca dejó de estar en Grúas Pol y siguió el legado familiar rodeada de los suyos, de la mano de su padre.

Durante un tiempo su hermana también trabajó, aunque se fue a Barcelona y se separó de su marido, Miguel Garau, que se quedó al frente de Grúas Pol junto con Catalina. "Nosotros no hemos tenido problemas. Sé que hay empresas que sí. Tal vez si puedo dar un consejo es que no entren familiares políticos. Con los hermanos tampoco he tenido problemas. Aunque claro, hablo de que no entren los familiares políticos cuando mi excuñado es una excepción...", cuenta divertida Catalina Pol. Y explica esta singularidad: "Parece mi hermano. Forma parte del equipo de toda la vida. Él sí que fue la mano derecha de mi padre hasta ahora".

Catalina Pol entró en plena década de los ochenta, cuando "todo era muchísimo más fácil. Había mucho más margen de beneficio. Hoy en día el margen es tan pequeño por la competencia, por los impuestos... Durante la crisis tuvimos que bajar los precios y aunque ahora haya otra vez trabajo, los precios se han quedado allí". Para sortear la crisis de 2008 vendieron maquinaria, lo que les permitió sobrevivir a la caída de la actividad. "Vendíamos maquinaria para indemnizar al personal", recuerda Pol.

En su empresa las inversiones son millonarias y confiesa que "los empresarios somos manejadores de dinero: lo vemos entrar y lo vemos salir. Pero si no inviertes, mueres, y en nuestra empresa es continuo". La empresaria recuerda que en los 90 había mucho trabajo y "las máquinas se pagaban solas. Lo que facturaban cada mes bastaba para pagarse su propio préstamo. Ahora si compras una, tienen que



“Nuestro nombre es nuestro orgullo. Entrar en un sitio en el que nadie te conozca y alguien diga ‘para levantar el ánimo aquí tiene que venir Grúas Pol’”

ayudar las demás a pagar esta” y todo esto pese a que los intereses a día de hoy nunca habían sido tan bajos.

En empresas como Grúas Pol los riesgos laborales son un desafío. “Es un tema muy duro. Lo tenemos todo en regla, hacemos formación, tenemos nuestro servicio de prevención, pero aún así el que trabaja se arriesga a que haya un accidente. Por suerte, hemos tenido poquísimos”, cuenta Catalina Pol y advierte que “he estado imputada por lo penal dos veces, aunque ha salido todo bien. No hablo de muertes. En una ocasión un chico que se rompió una pierna y fue él quien cometió la negligencia. Pero automáticamente, el responsable es el representante de la empresa, que soy yo”. La empresaria recuerda que un día tuvo ganas de cerrar la empresa, cuando una grúa quedó destrozada, aunque no hubo ningún daño personal. “Fue un disgusto material. Una grúa de segunda mano vale casi 400.000 euros y las nuevas, un millón de euros”, dice Pol. Justo ese mismo día supo que acababa de ser imputada por lo penal por ese accidente ocurrido hacía meses, cuando el empleado se rompió la pierna. “La asesora me dijo que era muy grave, que podía entrar en la cárcel. Y entonces me dio un bajón. No quería seguir”.

Aún así, son muchas más las alegrías las que da la empresa. “Nuestro nombre es nuestro orgullo. Entrar en un sitio en el que nadie te conozca y alguien diga ‘para levantar el ánimo aquí tiene que venir Grúas Pol’. Es una alegría entrar ya en el refranero mallorquín”, dice la empresaria. Grúas Pol ha sobrevivido con creces a la quiebra de muchas empresas mallorquinas del sector y a la llegada de compañías de la Península.

Mientras tanto, el patriarca de Grúas Pol se niega a jubilarse, aunque ya lo ha hecho de manera oficial. “Necesita venir a vernos. Me dice ‘Cata, quiero ver números’. Las cosas malas ya no se las contamos, solo le decimos lo bueno. Y viene cada día salvo que esté en el hospital. Incluso cuando está en el hospital y me dice ‘tráeme el parte de trabajo’”. Ahora los hijos de su hermana, Miquel y Toni Garau Pol, aseguran la tercera generación. “Aquí todo el mundo empieza de cero. Empezaron llevando un camión, una grúa...Y yo a

“No hay forma de irnos del polígono. Lo hemos intentado, pero se está tan bien en Asima... Llevamos treinta años”. “Llevamos toda una vida en este polígono y yo misma digo con orgullo que soy poligonera”

veces me arrepiento de no haberme sacado el carnet. Tendría que haber llevado una grúa”, dice esta mujer que advierte que apenas hay féminas en el sector. “Nunca ha venido una mujer a pedirnos un trabajo”, señala.

Mirando hacia el futuro, apuesta por “seguir innovando y reducir la contaminación de nuestros vehículos pesados”. Advierte que “no hay forma de irnos del polígono. Lo hemos intentado, pero se está tan bien en ASIMA... Llevamos treinta años”. Están esperando a la llegada de un polígono específico para transportistas, pero mientras tanto, siguen en Son Castelló. “Llevamos toda una vida en este polígono y yo misma digo con orgullo que soy poligonera”.

Catalina Pol aún se estremece al recordar la crisis de 2008. “Nos lanzamos a comprar un solar en el pico de la burbuja. Íbamos lanzados. Dimos la entrada de un solar de unas cifras... Tenía que hipotecar bienes personales de mi padre, la empresa no bastaba”. El solar se hallaba en el polígono de Son Morro y tras dar la paga y señal “yo empecé a no dormir por las noches. No me quería imaginar perder el patrimonio familiar para construir nuevas instalaciones”. Catalina Pol habló con un amigo promotor y la tranquilizó al decirle que el suelo siempre subía de precio. “Él me dijo: ‘a mí lo que me daría mucho miedo sería comprar vuestra maquinaria, que al día siguiente ya vale menos’. Pero empecé a pensar que podía venir una crisis y perder el trabajo de toda una vida”. Tras volverse atrás, al año siguiente llegó la crisis. “Nos habríamos arruinado totalmente, pero en aquel momento no había pistas...”, recuerda. “Al final se ha demostrado que lo que vale es el trabajo de cada día”, dice Pol.

No es el único desafío al que se ha enfrentado esta empresaria. El coronavirus ha puesto a prueba la solidez de los cimientos de Grúas Pol. “Ha sido para todos algo totalmente inesperado, se hablaba de una posible crisis, pero nunca podíamos imaginar que podría pasar algo así”, dice Pol, cuya empresa estaba en ese momento “en una línea de inversión creciente en



“Hacemos formación, tenemos nuestro servicio de prevención, pero aún así el que trabaja se arriesga a que haya un accidente”

función de la demanda del mercado con la adquisición de maquinaria exclusiva con tecnología de última generación. De repente nos encontramos frenados con la aparición de esta crisis mundial. Debo confesar que hemos tenido pánico: por el futuro de nuestra empresa y de nuestro país y por la incertidumbre de algo sin precedentes que jamás habíamos vivido”, cuenta la empresaria.

Catalina Pol señala que “de momento en nuestro sector, y supongo que por inercia, sigue habiendo trabajo. Las obras empezadas tienen que acabarse, hemos perdido muchos clientes varios y la dinámica va bajando por momentos. Pero aun así estamos intentando no recurrir a un ERTE y conservar la plantilla de operarios, viviendo el día a día con muchas ganas de poder seguir hacia adelante”. Catalina Pol, como todos, desea volver a la normalidad cuanto antes.





Guillem Pol

Motor Mallorca

“Porque tengo un buen equipo, he tenido las ideas que han dado su fruto y este fruto es ver a la gente contenta. Conozco a todos los obreros por su nombre”

Es risueño y bromista. Tanto como profundamente trabajador y profesional. No extraña nada cuando afirma que “mis trabajadores me estiman”, algo de lo que se enorgullece. Guillem Pol (Palma, 1937) derrocha tal jovialidad que parece mentira que esté a punto de cumplir los 82 años (al realizar esta entrevista).

-Yo no mando nada. Mi hijo manda aquí. Mi mujer manda en casa y mis nietos mandan en todas partes- dice entre risas.

-No será tanto- le decimos.

Por “aquí” se refiere a Motor Mallorca, a donde sigue acudiendo pese a que muchos llevarían, a su edad, dos décadas jubilados. Guillem Pol sigue al pie del cañón y recuerda con claridad sus inicios: tejero, curtidor, vendedor de

coches, hotelero... “Empecé en 1969 con una fábrica en Gremio Tintoreros, número 43. Era la fábrica de curtidos. Traíamos las pieles y las convertíamos en cueros para confección. En aquel entonces yo tenía 32 años”. ¿Un joven emprendedor? Él hace un gesto de desagrado: “Yo soy empresario. Empecé la fábrica levantando las paredes”.

¿Qué pasó antes? A los veinte años montó una tejera en Puigpunyent “con un tío de mi novia, Juana María, la que hoy es mi mujer. Llevó las riendas de la producción. “Pagaba a la gente a 7 pesetas la hora nocturna. El horno estaba funcionando las 24 horas. Y no había el machismo que hay ahora. Las mujeres reclamaron el turno de noche para ganar lo mismo que los hombres. Siete pesetas, cinco céntimos de euro”, recuerda.

La fábrica le venía de familia. Su padre tenía una fábrica de madera y elaboraba cajas para la exportación de naranjas y cebollas a Valencia. La tejera que montó Guillem Pol estaba en la finca Son Net de Puigpunyent. “Mi padre cortaba 60 toneladas cada mes de pino y tardó veinte años en dar la vuelta a la finca 4.444 cuarteradas tenía la finca”. La tejera recayó en Son Net porque su padre era muy amigo del propietario y tenía “una arcilla muy buena”. Tras hacer la mili, se casó en 1962 y dirigió la tejera durante siete años. Y de allí dio el salto a los curtidos, creando una sociedad con sus cuñados. Pero he aquí que “vendí la fábrica de tejas y a los tres años liquidé la de mis cuñados y me vine aquí, a Gremio Tintoreros, a montarla solo y sin estorbos”.

Mientras esperaba los permisos, empezó a construir la fábrica. Era 1966 y hasta 1969 no pudo poner en marcha el primer bombo de curtidos. “Y empecé a trabajar fuerte. Todos los días, sábados y domingos. En aquel tiempo no estaba de moda el sábado libre. Y el domingo yo trabajaba porque no se había desarrollado la fábrica al completo. Tenía que elaborar el producto que se vendía, tenía muchos pedidos”, dice. “Si trabajaba los domingos, la máquina podía hacer dos vueltas a la semana y aguantaba la producción. Y yo iba poniendo bombos y bombos y bombos... y hasta aquí”, dice mientras da un golpe en la mesa de su concesionario del polígono Son Castelló.



“No sabía de coches, pero no importa. Tienes que saber vender coches, ser prudente en las compras y a la hora de tener gente, saberla llevar”

Sus pieles iban destinadas al calzado y confección, y eran “de las llamadas toro salvaje, para abrigos para los suecos y franceses”. En los tiempos en los que la producción de calzado de Inca era la niña bonita de la industria mallorquina, Guillem Pol preparaba la materia prima y la llevaba a Lotusse, Camper, Mumper o Crespí.

Y he aquí que llegó un nuevo salto laboral. “En Inca un señor me dice ‘¿por qué no te metes en coches?’. Habían terminado el polígono de Inca y había una empresa que se llamaba Móvil Inca que iba mal porque se quedó sin dinero. Uno de los socios era maestro de escuela y el otro tenía máquinas tragaperras. Me metí un poco allí e hicimos una oferta. He tenido mucha ayuda en la banca, porque siempre he quedado bien y se me ha respetado mucho. Y entonces compré la sociedad de Inca”. Así nació Ford Inca, “que en realidad vendía Ford Fiesta. En Palma estaba Motor Balear que también tenía la Ford, pero Ford Inca le pasó por encima y en la central de Europa me pidieron que cogiera Ford Palma”.

Y todo esto mientras “no sabía de coches, pero no importa. Tienes que saber vender coches, ser prudente en las compras y a la hora de tener gente, saberla llevar”. Porque para Guillem Pol el personal es vital para la buena marcha de una empresa. “En los curtidos, en plena temporada llegaba a tener 50 obreros, así hasta el año 2000. Ahora contamos con 400 empleados, porque también tenemos Ford y Mazda en Málaga”. Pero no son números: “Siempre he respetado mucho al trabajador y éste me respeta mucho a mí. Te sientes querido por ellos. Y no es el dinero lo que te hace trabajar y sentirte a gusto, es el que la empresa y el trabajador te reconozcan. Si yo he crecido ha sido porque me han ayudado. Porque tengo un buen equipo, he tenido las ideas que han dado su fruto y este fruto es ver a la gente contenta. Conozco a todos los obreros por su nombre”, reflexiona.



“No quiero un Messi, quiero que todos seamos un equipo. Tuve uno que lo era, pero se peleaba con todo el mundo”

Consciente de la necesidad de crear un equipo cohesionado, sentencia que “no quiero un Messi, quiero que todos seamos un equipo. Tuve uno que lo era, pero se peleaba con todo el mundo”. En 2011 acometió un ERE y “tuvimos que despedir gente, que te sabe mal. Te rebelas contra esta decisión porque levantas una empresa para crear trabajo. Pero gente que he tenido que sacar me la encuentro ahora por la calle y me dan un abrazo. Y eso me llena de satisfacción”.

Cuando comenzó su aventura con los concesionarios “no sabía nada de coches”, así que su secreto fue rodearse del mejor equipo, que “aún lo tengo. Y no se han ido”.

Pol es testigo clave de la transformación económica de las Islas. Cuando abrió la fábrica de curtidos estaba rodeado de almendros y vivía un salto de una sociedad agrícola con cierto desarrollo industrial. Ahora, “todo es comercial”. En 1973 “cayeron muchos industriales” que sufrieron la crisis y el coste de la insularidad. En esa crisis, la suya fue la única fábrica de curtidos que sobrevivió. En el año 2000, se dio el salto a la normativa europea y desde Industria le advirtieron que necesitaba una licencia nueva y una serie de cambios en las canalizaciones para depurar aguas en el Coll d'en Rebassa. Los impedimentos fueron tantos que tuvo que trasladar la fábrica de curtidos a Igualada.

Pol estuvo durante unos años compaginando el negocio de los curtidos con los coches. “Lo que más se vendía en Palma era el Ford Fiesta”, recuerda Pol. En un momento dado la fábrica intentó cambiar el nombre del modelo, pero estaba tan implantado en las Islas que tuvieron que desistir de su idea. En el año 2000, Motor Balear “tiene un fallido” y entonces se expanden a Palma tras su buena gestión en Inca. Se enorgullece de la cuña muy popu-



“No es el dinero lo que te hace trabajar y sentirte a gusto, es el que la empresa y el trabajador te reconozcan”

lar en la radio, en la que un niño presumía de que su padre se había comprado un coche en Ford Inca ya que le desplazaban hasta allí desde Palma y si se le rompía, le daban uno de sustitución. “Arrasamos”, cuenta el empresario, que así logró captar a un buen puñado de clientes de Ciutat. Pol hizo gala de una estrategia muy afinada. La marca ofrecía dinero por alcanzar los objetivos de ventas, que en el caso de Inca eran muy asequible. Al captar clientela de Palma, los sobrepasaban con creces y con ese beneficio extra solventaba la inversión de la publicidad. Una jugada maestra que contó con un aliado: la autopista de Palma a Inca pasaba por delante de su concesionario.

Ahora, Motor Mallorca cuenta con Ford, Mazda, Audi, Seat y Volkswagen en Inca. Eso sí, los tiempos han cambiado y ahora se ven sometidos a la presión de la central, de los objetivos que vienen de Europa o EE UU. Si antes había poco más de cuatro marcas en el mercado, ahora se enfrentan a una veintena. ¿Cómo sobrevivir en ese mercado tan competitivo? “Teniendo a gente buena, saber hasta donde puedes llegar y contar con el visto bueno de la banca y las marcas”.

En la crisis del 73 vivieron la sequía crediticia, hubo despidos e incluso deudas pendientes. “Todavía hay gente que me debe dinero en pesetas, pero son cosas de la vida y hay que vivir con ellas”, dice con resignación. En la crisis del 92 el mercado común y el euro hicieron de las suyas: “Vinieron los hombres de la gabardina”.

El secreto para sobrevivir fue diversificar: de los curtidos a los coches y de ahí, a lo hoteles. Es propietario del hotel Isla Mallorca, en Son Armadans, y el hotel Negresco, en Playa de Palma. “Cuando cogimos el Isla Mallorca era un negocio en ruinas. Queríamos ayudar a un compañero, pero fue duro”. En 1981 se hizo con el hotel al completo que era un dos estrellas que se convirtió en uno de cuatro. Y ahí apareció su hija, Marilén Pol, la recordada presidenta de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca, que falleció en enero de 2013. “Ella había terminado de estudiar dirección de empresas turísticas y la puse a ‘chupar barra’ en 1976”.

Se trataba de un hotel en precario que necesitaba una reforma urgente. Guillem Pol contempló el panorama con ojos ajenos al negocio turístico y se llevó las manos a la cabeza: “Fui con mi hija y el director del hotel, Manolo, e hicimos un repaso de las habitaciones. Cuando lo vi, les dije que merecían

“Los líderes de la empresa son aquellos que pelean por su empresa desde la mañana a la noche”

una medalla por vender esta porquería de habitaciones”. Y decidió reformar el establecimiento para subir su categoría.

Guillem Pol es un medio jubilado atípico. Llega al concesionario a las 9 de la mañana, “mi hijo me cuenta sus problemas y me pongo a firmar. Luego recorro el taller y de ahí me voy al hotel Isla Mallorca. En verano, voy al Negresco”. Afirma que su mujer no cree que pueda estar parado en casa y le dice “no se te van a caer las paredes encima por quedarte en casa”. “Y después tengo la finca: 24 cuarteradas y 2.700 olivos. Hacemos aceite, el mejor de Mallorca”, dice orgulloso de Sa Cadenera, mientras aboga por “respetar las ideas de mis hijos” y presume de sus once nietos, de los 30 a los 3 años.

Afronta con optimismo la irrupción del coche eléctrico, “es impepinable”, y es consciente de que esta transformación supondrá una reducción de plantilla. “Aunque no afecte a la venta, sí lo hará en el taller”. Recuerda cuando iba en su Vespa con un periódico bajo la ropa para protegerse del frío. Pero tenía una máxima que sigue vigente: “Antes invierto en la empresa que comprarme un coche. Has de invertir en la empresa, creer en ella”. Otro de sus secretos es “respetar a la gente y diversificar. Cuando una cosa va mal, la otra va bien”.

La crisis de 2008 ya le cogió con experiencia. Ajeno a las operaciones de especulación y sin endeudarse, ha podido capear la situación. “Los líderes de la empresa son aquellos que pelean por su empresa desde la mañana a la noche”, afirma, mientras insiste en que “yo he ganado peseta a peseta, euro a euro. Hay que perseverar y luchar. No voy a tirar el dinero ni lo voy a machacar. Lo voy a invertir en lo que conozco”.

La irrupción del coronavirus ha supuesto un terremoto. “A estas alturas de mi vida lamento muchísimo la crisis en la que nos hemos visto inmersos. Nuestra generación, por suerte o por desgracia, ya ha pasado por varias, pero ninguna como esta. Y digo por suerte o por desgracia porque creo que siempre debemos sacar una lectura positiva de cualquier situación crítica. No creo que sea una crisis como la del 73 o la del 2008. Espero que, si todos hacemos las cosas bien, tal y como nos piden las autoridades, será una crisis que si alcanza los dos años nos podemos dar por satisfechos”, dice Guillem Pol. Este veterano empresario cree que “tras esta crisis habrá un antes y un des-

“He ganado peseta a peseta, euro a euro. Hay que perseverar y luchar. No voy a tirar el dinero ni lo voy a machacar. Lo voy a invertir en lo que conozco”

pués, sobre todo en las personas de una cierta edad que pienso que es el colectivo que ha vivido esta situación quizás con más ansiedad. Espero y confío en que la juventud vea esta crisis con más claridad humana”.

Guillem Pol tiene muy claras sus prioridades y para él la familia y el trabajo son lo más importante. “Debo todo lo que soy a mi mujer y cuando termino el trabajo es una felicidad encontrarla”, dice. Volver a encontrarse con “la mujer que ha pasado toda su vida los sinsabores y alegrías que conlleva el ser empresario”. Son ochenta y dos años de firmes convicciones que han dado resultado. Padre de cuatro hijos, tiene con él trabajando a Luis y Margarita, mientras Toni Lluís tiene una empresa de formación.

“Estoy jubilado al 50 por cien con 82 años. Yo quería jubilarme este año, si me dejan”. Y entonces se dirige a su hijo Luis, testigo de esta entrevista.

- ¿Me vas a dejar jubilarme?

- ¿Para qué? Con lo bien que te va.

La sorna se hereda.





Joan Puig

Comercial Distribuidora Puig

“El empresario tiene que tener la habilidad de futurólogo, ser capaz de adivinar hacia dónde va el mercado, qué cambio y transformaciones va a tener”

Es presidente del clúster de químicos de Balears, gestiona un hotel en el Port de Sóller y es la cuarta generación al frente de Jabones Puig, una empresa familiar que se encamina hacia los cien años de vida. Joan Puig es incansable, metódico y trabajador. Y confiesa que después de su jornada de trabajo se relaja tirando cañas cuando se pone tras la barra del bar del hotel Cítric.

Joan Puig es el administrador y propietario de Jabones Puig, una fabricante de detergente que arrancó en 1926 y que ha sabido reconvertirse en un proveedor de grandes cadenas hoteleras haciendo gala del I+D. Ha capeado las transformaciones de la economía mallorquina y prueba de ello es la vitalidad de esta marca, conocida por todo el sector.

La empresa fue fundada por Miquel Puig, bisabuelo del actual administrador, que empezó en Sóller a fabricar pastillas de jabón para lavar la ropa. Joan Puig cuenta que “Sóller tiene una gran tradición aceitera. Con esas olivas se hacía aceite de gran calidad. De esos restos salía un aceite de menor calidad y una vez más se volvía a prensar y salía orujo. Y se volvía a prensar una vez más y aparecía un aceite de muy mala calidad con el que se hacía el jabón con sosa cáustica o potasa”. En la década de los años 20 y 30 la empresa familiar vendía en las tiendas de Sóller y también puerta a puerta.

En los años 50 la familia Puig fundó una empresa de tejido, que cerró en 1971 por la crisis del algodón. “La Guerra Civil provocó el esplendor de la fabricación del tejido en Sóller, que tomó el relevo a Cataluña. Se contaron hasta 16 fábricas de tejido en la localidad que cerraron entre 1965 y 1975. La última aguantó hasta 1989”, recuerda.

Al bisabuelo le tomó el relevo el abuelo Juan Puig junto a sus tres hermanos. “Eran los años 60 y 70 y mi abuelo era juez del juzgado de Tramuntana”, explica el actual responsable de la empresa. Poco a poco fue adquiriendo la parte de sus hermanos en el negocio y en 1977 entró en la firma Valentí Puig, el padre de Joan, que hizo lo propio en 1993.

“El negocio está muy arraigado en mi familia. Toda mi vida he estado muy ligado a él. Con dieciséis años me dedicaba todos los veranos a trabajar aquí”, recuerda Joan Puig, que con 23 años se hizo cargo del departamento comercial de la empresa. En 2003 se puso al frente de la empresa y en 2005 fue nombrado administrador.

Estudió Empresariales a distancia y a través del Clúster de la Industria Química IB (CliquiIB) empezó a colaborar con el departamento de química de la UIB. “Junto con la Fundació Universitat-Empresa (Fuieb), estamos muy unidos al departamento de Químicas para orientar a los estudiantes hacia posibles salidas laborales”, cuenta.

El actual responsable de la empresa es la cuarta generación y es capaz de trazar un mapa de la transformación de la isla a través de la trayectoria de Jabones Puig. “Era una empresa local que vendía en Sóller cuando no había túnel. No podíamos suministrar al resto de Mallorca. Pero en los años 70

“Somos pymes que luchan contra multinacionales. Somos rápidos, pero ellos gastan millones de euros en innovación. Por eso creamos el clúster”

montamos una pequeña delegación en Palma, cerca de la plaza de los Patines. Un hermano de mi abuelo llevaba esa oficina y empezamos a fabricar lejías y algunos detergentes”, explica.

En aquel momento se dedicaban al mercado doméstico y desde ese pequeño almacén de Palma ampliaron el mercado, centrándose en colmados y tiendas. Llega la década de los 80 y aparecen grandes superficies como Pryca y Continente. Los colmados caen en picado mientras el boom turístico está en pleno apogeo. “Nuestro mercado tradicional muere mientras el turismo demanda productos de limpieza y detergentes”, dice.

En ese preciso instante la empresa familiar da un golpe de timón y asegura así su supervivencia. “El sector hotelero demanda más variedad y productos complementarios. Además de lejía y fregasuelos, piden fregonas, bayetas, papel higiénico... En ese momento asumimos representaciones de limpieza para cerrar el círculo y vender todo tipo de productos”.

En los 90 abandonan el mercado tradicional y se enfocan hacia la hostelería. La oficina junto a Plaza Patines se queda pequeña y amplían su mercado al resto de la isla. El túnel de Sóller aún no existe y expandirse por Palma es una prioridad. En 1978 cierran la fábrica de Sóller y dan el salto al polígono Son Castelló, en su emplazamiento actual.

Además de fabricar, distribuyen productos químicos, detergente y productos de limpieza. Los hoteles demandan productos para sus piscinas. Con el tratamiento de agua de piscina “cerramos el círculo de la higiene en la hostelería”.

“La puerta de las oportunidades estaba en Palma”, dice que recuerda que no todas las fábricas de jabón tradicionales supieron adaptarse a los nuevos tiempos. Advierte que “el empresario tiene que tener la habilidad de futurólogo, ser capaz de adivinar hacia dónde va el mercado, qué cambios y transformaciones va a haber. Y lo que tú decidas que va a pasar, que tengas la suerte de que eso pase, de que apuestas hacia un sentido y esto se produzca, es la oportunidad”.



“El negocio está muy arraigado en mi familia. Toda mi vida he estado muy ligado a él. Con dieciséis años me dedicaba todos los veranos a trabajar aquí”

En el caso de esta empresa familiar, fue el abuelo Juan Puig quien en la década de los 50 empezó a vaticinar el éxito del turismo. Su abuelo vio cómo algunos emprendedores adquirirían tierras junto al mar, que entonces no tenían valor, y abrían un hotel para recibir a los primeros turistas. “Mi abuelo era muy inteligente y tenía muchas inquietudes empresariales. En 1934 él fundó el hotel Costa d'Or en Llucalcari. Era en ese momento el segundo hotel de Mallorca, porque el primero fue el Gran Hotel de Palma”, recuerda. El hotel cerró tras la II Guerra Mundial, pero en 1965 adquirió un pequeño hotel de Sóller.

“En mi familia no se entendía que el hotelero pagara a crédito. He oído contar que había mucho miedo porque estaban acostumbrados a cobrar con dinero al contado. El hotelero compraba una gran cantidad de producto a crédito, el boom turístico creó nuevas formas de comercialización. En los 50 llegaba alguien que no conocías y te decía: ‘Tengo un hotel, apúntame lo que te debo’”, recuerda el empresario.

Mallorca sobrevivió a la crisis de los años 90 gracias al turismo y empiezan a despegar las grandes cadenas hoteleras. Puig señala que “de tener uno o cuatro hoteles, crecen ahora de forma exponencial y aparecen los Big Four (Meliá, Barceló, Iberostar y Riu). Salen fuera y llevan a cabo una internacionalización brutal. El modelo vuelve a cambiar”. Las multinacionales de la limpieza huelen el negocio y aterrizan en la isla. “La industria local de lejía y detergente nos encontramos con un problema. Ellos tienen una gama más amplia, con un producto con una presentación más moderna y solucionan la higiene de las cadenas hoteleras fácilmente. Si una cadena mallorquina abre en Canarias, le sirven allí. Si se van al Caribe, allá también van estas multinacionales”, explica.

Es momento de reinventarse. Una vez más. “Al hotelero mallorquín le gusta comprar a gente de confianza. Nos ven con buenos ojos y nos convertimos en su brazo armado en la isla”, dice el responsable de la empre-



“Mi abuelo era muy inteligente y tenía muchas inquietudes empresariales”

sa. Cae la fabricación y crece la comercialización de Camp, que cuenta con marcas tan reconocidas como Colón y Flor. “La entrada de las multinacionales nos hace espabilar comercialmente. Ya no somos suministradores, sino solucionadores de problemas”.

Si antes dejaban el pedido en el economato y se iban, el choque con las multinacionales les empuja a evolucionar, suministrar y ofrecer soluciones. Para conocer a fondo la aplicación del producto, comenta, “formamos parte del I+D y podemos experimentar con nuestros clientes a través del clúster químico. Hemos pasado de ser proveedores a técnicos en aplicación del producto”.

El responsable de Jabones Puig dice que: “Somos pymes que luchan contra multinacionales. Somos rápidos, pero ellos gastan millones de euros en innovación. Por eso creamos el clúster”, que reúne a las empresas químicas de las Islas. “A través de la cooperación de empresas, de la competencia, investigamos juntos. Buscamos la solución en la universidad, el laboratorio y la tecnología. Llevamos a cabo proyectos para el sector hotelero, que nos ayudan a ser más competitivos. Las multinacionales son tan grandes que no pueden dar solución a un problema endémico”, dice. Y pone como ejemplo las soluciones para las piscinas: “Por el clima frío son muy habituales las piscinas cubiertas. Pero Mallorca, Canarias y Caribe tienen problemas recurrentes, donde el agua es escasa y cara. El hotelero paga dos euros el metro cúbico”, afirma.

Desde hace cuatro años Jabones Puig es distribuidor de Proquimia, “una firma catalana con fábricas propias en ocho países y presencia en otros 32. Ellos están entre las tres mejores empresas del sector del mundo y nosotros somos los solucionadores de problemas de la isla. Es una alianza muy buena para ambas partes”.

Jabones Puig se encuentra en un momento crucial. “Ahora (mayo de 2020) resulta difícil valorar cuáles serán las repercusiones en nuestro sector derivadas de la crisis sanitaria provocada por el coronavirus Covid-19. Nuestras empresas en estos momentos han quedado prácticamente paradas y los niveles de producción se han visto reducidos a mínimos históricos. No sabemos en qué momento se restablecerá la normalidad turística y la incertidumbre

“Al hotelero mallorquín le gusta comprar a gente de confianza. Nos ven con buenos ojos y nos convertimos en su brazo armado en la Isla”

se ha apoderado del mercado tanto empresarial como laboral”, cuenta.

Sin embargo, “la planta hotelera sigue en pie, los empresarios tienen ganas de abrir y seguro que los europeos tienen ilusión de regresar a su destino favorito de vacaciones. Sin duda nuestra empresa dedicada a ofrecer soluciones en el ámbito de la higiene va a jugar un papel muy importante de ahora en adelante. La limpieza y la desinfección se han convertido en las armas más efectivas a la hora de combatir la transmisión vírica. Una vez superada esta crisis se nos abrirá un abanico de oportunidades y sectorialmente jugaremos un papel mucho más importante dentro del suministro hotelero. Para ello, sin duda, deberemos prepararnos para estar a la altura de la futura demanda”.

Dada su experiencia, Joan Puig cree que la pyme tiene futuro “formando parte de un grupo internacional. Mallorca es un banco de pruebas de la hostelería”. Esta empresa familiar está cerca de cumplir los cien años de vida y confiesa que no siente el peso de mantener la herencia familiar: “Dicen que la tercera generación se carga las empresas. Como soy la cuarta, hemos pasado la media”.

Esta cuarta generación ha sido responsable de “un crecimiento sostenido espectacular, de mantener una gran presencia en el mercado. En los últimos quince años hemos triplicado cifra de facturación, aunque los gastos también han crecido”. Puig se muestra orgulloso de su familia y de sus compañeros y confiesa que “en un negocio tienes que trabajar muchas horas y le dedicas una parte muy importante de tu vida”.

Tras esa renuncia personal, confiesa que a sus hijos “no les voy a inculcar el negocio familiar. Mi idea es que ellos hagan su vida y que el negocio genere tanto capital para hacer lo que ellos quieren. Tengo una hija de dieciocho



“Me gusta el mundo empresarial, crear proyectos y perseguir metas”

años y uno de diez y no veo aquí a la quinta generación”. Cree que sus hijos elegirán otro camino, aunque “nunca se sabe”.

¿Qué diría el bisabuelo de Sóller al ver en qué se ha convertido su empresa de jabones? “Estaría muy orgulloso. Como empresario echo en falta haber fundado una empresa, pero he continuado el proyecto de mi bisabuelo, que siguió mi abuelo, luego mi padre...”. Puig se confiesa muy activo, “me gusta el mundo empresarial, crear proyectos y perseguir metas. Dirijo el clúster de química y estamos haciendo un estudio sobre agua. Hay una oportunidad de negocio, pero no tengo tiempo...”.

Hiperactivo, trabaja más de diez horas al día, aunque “mi mujer diría que en realidad son catorce”, dice entre risas. Además de Jabones Puig, gestiona el hotel Cítric del Port de Sóller. “Hay empresarios estresados que cavan un huerto. Yo me voy al hotel y empiezo a tirar cañas para desestresar”, dice Puig, que añade con sorna que “no tengo vocación de hotelero, pero sí de tirador de cañas y relaciones públicas”.



Bartolomé Riera

Angel 24

“Lo que empezó casi siendo un juego ha sido mi forma de vida y ahora estamos consolidados en el sector de servicios empresariales”

Cuando creas una empresa tienes que tener en cuenta la importancia de la capacidad de adaptación. Has de estar dispuesto a cambiar. Esta idea la tuvo muy presente Bartolomé Riera, presidente de Angel 24, cuando empezó con una empresa de mensajería y más adelante de localización de personas a través del “busca” un localizador que daba aviso para después ponerse en contacto con la persona interesada en localizarte. En la época sin teléfonos móviles fue un sistema muy utilizado antes de la generalización del móvil.

La empresa hoy en día ha cambiado mucho, orientándose hacia el sector de servicios empresariales. “Muchas veces es la propia empresa la que decide ir por un camino, hay que ser observador y saber cuál es la decisión adecuada”, asegura Bartolomé Riera que añade que “el cambio es constante en una empresa”.

Hoy en día ofrece servicios de almacenamiento de datos, digitalización de documentos y logística de transporte, entre otros.

Antes de decidir montar la empresa de mensajería, junto a su esposa María Rosa Amengual, Bartolomé Riera parecía destinado al mundo del deporte. Jugador de fútbol y entrenador, durante los primeros años setenta, todo indicaba que podía hacer de su afición una profesión. Jugó en el Soledad y en el San Javier. “Me hice el curso de entrenador y estuve en el Solter y el Porreras. También en los juveniles del Mallorca. Con el Porreras logramos dos ascensos”, recuerda.

Su esposa era jugadora de baloncesto del Flavia, único equipo de primera división femenino. Todo parecía indicar que este matrimonio estaba encaminado al deporte.

Antes de fundar la empresa trabajó en un laboratorio farmacéutico, experiencia laboral que le fue muy útil posteriormente. Con una idea “diría que casi romántica” decidieron emprender una aventura empresarial al principio sin “saber muy bien lo que íbamos a hacer”. Aunque con el afán de construir algo propio, con la decisión y el entusiasmo que conlleva una aventura juvenil.

Este proyecto era “adentrarnos en una “terra incógnita”, pero con la ilusión de levantar una empresa nuestra y sabiendo que lo más difícil era tomar la decisión y empezar”.

A lo largo de estos años, han afrontado retos que parecían imposibles, como reinventarse una vez que el negocio del busca daba señales de agotamiento por la revolución de la irrupción de las nuevas tecnologías.

La experiencia enseña que lo importante en la vida es “acertar con el futuro, analizar bien por dónde pueden ir las tendencias, cómo van configurándose oportunidades nuevas y ver la oportunidad”, resalta.

La empresa la fundaron Bartolomé Riera y María Rosa Amengual en 1978 con el nombre de Ángel Nocturno.



El invento del “busca” funcionó muy bien durante dieciocho años y permitió la consolidación de la empresa

Recuerda que empezaron con un servicio de mensajería. Era una idea, una aventura de gente joven, que pensaron que no había un servicio de mensajería para domicilios particulares. En aquellos años no había más que una farmacia de guardia para toda la ciudad de Palma. La idea era dar este servicio nocturno a personas que pudiesen necesitar alguna cosa, una medicina o ir a buscar algo olvidado.

Después ofrecieron la posibilidad de enviar un documento de una empresa a Madrid o Barcelona era un avance porque como instrumento de comunicación sólo existía el “telex”.

Este es el momento en el que la mensajería empieza a despuntar, cuando tiene un valor empresarial.

Bartolomé Riera trabajaba en un laboratorio farmacéutico y llegados a este punto tuvo que tomar una decisión.

“Cuando el trabajo empezó a tomar volumen, tuve que decidir entre el laboratorio farmacéutico o la empresa y decidí seguir con la empresa. Lo que empezó casi siendo un juego ha sido mi forma de vida y ahora estamos consolidados en el sector de servicios empresariales”.

Tal vez por nostalgia Bartolomé Riera no ha querido abandonar los orígenes del negocio y mantiene un servicio de mensajería responsable y centro especial de empleo. En el que trabajan cincuenta personas y hacen el reparto con vehículos eléctricos. “Es un servicio de mensajería responsable”, subraya. En la actualidad este centro se ha convertido en una fundación sin ánimo de lucro.

Muchas veces le han preguntado qué opina de los nuevos servicios como Deliveroo. Destaca que Ángel 24 fue una de las primeras empresas que reparó a domicilios, aunque la principal diferencia es que en aquel tiempo no existían las plataformas digitales. Los repartidores solían ser estudiantes



Echando la vista atrás, se siente orgulloso de haber sido pionero en algunos aspectos y está también satisfecho de la evolución de una empresa, creada con su esposa, María Rosa Amengual, en un ya lejano 1978

que querían tener unos ingresos y trabajaban una serie de horas a la semana. La apertura del negocio coincidió con la puesta en marcha de la universidad, así que no faltaban repartidores.

“Deliveroo y Glovo, son la versión 3.0 de nuestro inicial negocio de mensajería”. Ahora hay muchas más casas de comidas y el cliente ya está informado de las opciones que hay.

“Nosotros cuando empezamos teníamos que leer a los clientes el menú, papas fritas, hamburguesas, lo que fuera, llamar al restaurante para pasar el pedido, recogerlo y entregarlo. Todo esto a base de llamadas en cabinas telefónicas, con el bolsillo lleno de monedas, y seis de cada diez cabinas averiadas. No tiene punto de comparación”.

Hay que regular desde el punto de vista laboral este trabajo con las plataformas digitales e integrarlas en el mundo del trabajo. Nosotros cuando teníamos estos servicios de mensajería creamos nuestro propio convenio laboral”.

El mundo de la mensajería ha ido evolucionando. En Palma había servicios de “recaderos” y empresas dedicadas al envío de paquetes y maletas. Algunas desaparecieron por no adaptarse a las nuevas necesidades.

Hacia los años ochenta crearon el servicio que se hizo más popular. La localización de personas mediante el “busca”.

El sistema de localización de personas fue un éxito rotundo. El empresario pone de manifiesto que el sistema fue una novedad en España. Recuerda que en Francia se estaba montando un servicio parecido. Se dieron cuenta que Telefónica estaba trabajando también en una forma de localización.

Dieron todos los pasos necesarios para montar el sistema, levantando antenas. El obispado les dejó poner las antenas en San Salvador (Felanitx) y Puig de Santa Magda (Inca). “Pudimos utilizar también el tejado del edificio de la Plaza Madrid, en aquel tiempo el más alto de Palma”, recuerda.

Asimismo, se dio cobertura instalando torres de comunicación en la Sierra de Na Burguesa (Calvià).

Angel 24 tiene un plan de mejora porque, aunque el proyecto no sea del todo original, siempre se pueden incorporar aspectos novedosos

Con respecto al pequeño “aparatejo” que recibía el aviso, recuerda que los compraron en Inglaterra y tenían unas baterías especiales que no se comercializaban en España.

Esta inversión en poco tiempo compensó los gastos. Tuvieron la suerte de que los médicos utilizaron el busca. “Anestelistas, cirujanos, ginecólogos que tenían que estar localizados utilizaron este sistema”.

Con este sistema de “busca personas” los profesionales que tenían que estar localizados contaban con una cierta autonomía. Podían salir de su casa. Lo único es que tenían que estar cerca de un teléfono.

Entre los médicos la implantación fue muy rápida. “Teniendo la ventaja que, por mi trabajo anterior en el laboratorio, tenía muchos conocidos médicos”.

Así que en poco tiempo amortizaron la inversión. “La gente me preguntaba cuándo podrían hablar por el busca. En principio había un problema técnico de cobertura. El segundo inconveniente era que la compañía Telefónica -el único operador que había en España- tenía la exclusiva de las comunicaciones bidireccionales. Nos dieron la licencia porque se trataba de una comunicación unidireccional”.

El invento del “busca” funcionó muy bien durante dieciocho años y permitió la consolidación de la empresa.

Los tiempos cambian y los negocios igual. Han de adaptarse a la marea dominante. El hecho es que con la generalización del uso del móvil hubo que hacer un replanteamiento del modelo empresarial.

“A finales de los años noventa decidimos dismantelar nuestra infraestructura porque el teléfono nos estaba comiendo el terreno”, afirma Bartolomé Riera.

La empresa emprendía un nuevo rumbo. Intentaron entrar en el mundo de la telefonía, pero era mucha la inversión que requería. “Abandonamos el servicio de busca con la satisfacción de haber sido de los primeros en llevar a cabo esta iniciativa”. Decidieron dar un nuevo enfoque al negocio.



Esta nueva orientación fue posible porque “siempre hemos hecho una inversión en mejora tecnológica.” Subraya la capacidad que ha de tener la empresa para contar con las “últimas novedades en tecnología”, esto permite ir probando “diferentes iniciativas”.

En un proyecto empresarial, como en muchas otras cosas se avanza con el método “ensayo, error”, hasta que hay una iniciativa acertada porque nadie más la ha llevado a cabo o bien tiene aún un mercado potencial. En ocasiones se adopta un proyecto y se le impulsa, hasta ver si es viable o no.

Angel 24 tiene un plan de mejora porque “aunque el proyecto no sea del todo original, siempre se pueden incorporar aspectos novedosos”.

El siguiente paso era detectar qué requerían las empresas, cuál era alguna de las carencias y decidieron ofrecer un servicio de archivista. Detectaron esta necesidad.

Conformaron un equipo de expertos en el tema. Las empresas tenían la necesidad de este servicio. Muchas empresas tenían los archivos en un sótano, en muy malas condiciones. Los documentos podían ser pasto de las ratas, deteriorarse el papel por los ácaros. “Tenemos un especialista en el ambiente del papel para asegurar su conservación”, señala.

De forma inesperada ahora hay que afrontar un reto muy grande como es la crisis del coronavirus.

“Después de 40 años hemos pasado por diferentes etapas unas más difíciles y otras más felices. En la actualidad vivimos una situación singular. Que nos va a enseñar muchas cosas nuevas. Nos obligará a inventarnos con lo que muy posiblemente saldremos reforzados. Pienso que en este momento no hay que perder el ánimo. Nadie tiene buen rumbo si no sabe a dónde va. Es muy importante fijar bien los objetivos”.

En el continuo avance en nuevas tecnologías destaca que tienen un departamento dedicado al “big data” e investigación.

Entre los trabajadores hay “millennials y también un espacio para los “silver”, personas de cincuenta a setenta años. En este aspecto indica que la característica de los millennials es que quieren las cosas muy rápido. Las



nuevas tecnologías han estimulado esta necesidad de tener respuestas inmediatas.

“Aún me acuerdo de cuando las noticias duraban un día, de un accidente se hablaba tres semanas”. Ahora todo se difunde al instante y las noticias duran minutos. Es una sensación vertiginosa. Los trabajadores millennials tienen un concepto de vida en el que dan mucha importancia al tiempo libre para ellos y quieren que el trabajo y el horario estén muy claros, porque desean más tiempo dedicado al ocio y otras opciones vitales.

Añade que “tenemos una plantilla muy joven” que no buscan un trabajo para toda la vida, sino que hacen un planteamiento sobre su proyecto profesional en conjunto. Están muy preparados”.

Pasando a otros aspectos del modelo de negocio, pone de relieve que uno de los servicios que presta la empresa es el “outsourcing”, la externalización del trabajo. En este aspecto hay que tener en cuenta que las empresas necesitan hacer bancos de datos. Confeccionarlos y actualizarlos es una de las cosas que demandan todo tipo de empresas, hoteleras, bancos y administración entre otros.

Otra cara del negocio es la digitalización de documentos, gestión de llamadas telefónicas (call center).

Recuerda cuando trajeron el primer ordenador a la empresa que funcionaba con cintas perforadas. El armatoste requería unas condiciones medioambientales determinadas y había que tener mucho cuidado con las cintas magnéticas que podían borrarse con cierta facilidad. Con los primeros ordenadores ganaron en capacidad, aunque a los pocos meses tenían la memoria llena. Hoy en día no hay ningún problema con esto. En el zaguán de la empresa conserva en una vitrina buscas, teléfonos antiguos, los primeros ordenadores. También guardan un télex y discos magnéticos de PC.

Más de cuarenta años dedicados a esta empresa, en un sector en permanente cambio, requieren tesón, capacidad de adaptación e imaginación.

En el continuo avance en nuevas tecnologías destaca que tienen un departamento dedicado al “big data” e investigación

**Margarita Salom**

Salom y Lladó

“Nuestros primeros clientes eran las papelerías. Con el tiempo hubo que orientar el negocio hacia el sector de empresas”

Margarita Salom decidió que quería dedicarse al negocio de la papelería porque le encantaba a diferencia de sus hermanas. Cuando le dijo a su padre que no quería estudiar, y a él le respondió que tenía que ponerse a trabajar. El padre le dejó claro que no quería que trabajase en la empresa y le indicó que buscara trabajo fuera y consiguió un trabajo por cuenta ajena. Al ver su padre que no conseguía que continuara los estudios le dijo que podía trabajar en la empresa familiar. De esto hace más de cuarenta años. Cuando se hizo cargo del negocio, no lo tuvo fácil. Recuerda que hace cuarenta años “no era fácil ser empresario y tampoco eran muchas las mujeres empresarias”. Margarita Salom destaca que la empresa ha superado dificultades que parecían insuperables y ha tenido una gran capacidad de adaptación. Siempre conservando y fidelizando a sus clientes, como una de las claves de la permanencia de la empresa.

Una empresa que gracias a la estructura familiar pudo salir a flote de la última crisis económica, la más intensa de los últimos tiempos.

Salom y Lladó empezó su recorrido en 1947. El padre comenzó cambiando tebeos a la salida de misa en la localidad de Binissalem. Más adelante abrió una pequeña tienda, vendía papel de estraza y objetos de papelería.

El negocio creció de forma paulatina. En el inicio estaba en una cochera. Más adelante alquiló una casa. En los años setenta adquirió una vieja nave industrial que reformó construyendo una vivienda que aún es la casa familiar.

En 1977 compraron la nave actual en el polígono de Palma. Margarita empezó a trabajar en estas fechas. Recuerda que uno de los primeros trabajos fue el registro de facturas. “Una tarea que no me gustaba nada porque me aburría mucho”, afirma.

Las facturas se hacían con una “facturadora”, una máquina que te calculaba la cantidad total e imprimía la factura. Era un procedimiento mecánico, pero muy eficaz. Ni decir cabe que en aquellos años la ofimática se realizaba sin ordenadores.

Margarita transmite energía, entusiasmo y emotividad. Sigue recordando y afirma que “aquí he hecho de todo desde barrer hasta repartir”. Y está contenta de haberlo hecho porque así cuando encarga un trabajo piensa que si ella ha sido capaz de hacerlo la persona a quien le toca la tarea también lo sabrá hacer.

La mecánica del negocio era comprar papel y objetos de papelería y venderlos. Tenían su propia marca de papel. Cortaban las resmas en diferentes tamaños para adaptarlas a las necesidades de los clientes.

Este trabajo tiene una doble vertiente. La parte de la gerencia y la comercial. A ella



“No era fácil ser empresario y tampoco eran muchas las mujeres empresarias”

le gusta mucho más la parte comercial. Tratar con los clientes, visitar ferias profesionales del sector. Asimismo, le gusta también la parte de contabilidad, pero los aspectos de la gerencia del negocio le agradan menos.

De forma progresiva el negocio fue asentándose en todos los productos. Papel, sobres, cuadernos, folios, libros de contabilidad, bolígrafos. Así como el material de oficina.

Guarda algunos objetos antiguos, entre ellos una caja de lápices misteriosos que no recordaba para qué servían. Averiguó que eran unos lápices de calco.

Es una entusiasta de su trabajo, hasta el punto de que en algún fin de semana echa de menos el despacho. “No tengo muchas aficiones -destaca- aunque son intensas”. Le entusiasma cocinar para la familia y los amigos. A veces improvisando con lo que encuentra en la nevera, otras con más elaboración. Aunque reconoce que en alguna ocasión se da un gran éxito culinario y en otras “algún que otro fracaso”.

La jardinería es otra de sus aficiones, sobre todo en primavera que es cuando ha de poner a punto el jardín para que esté impecable en verano. Le encanta conocer culturas nuevas y no olvida las tradiciones como hacer matanzas con los amigos. Le encanta el fútbol y jugar al “truc”. Ir a pasear con su madre y ayudar al nieto con los trabajos manuales.

Entrar en el almacén de Salom y Lladó para una persona de edad mediana es como hacer un viaje a la infancia. El aroma del papel, de las gomas de borrar, de la madera de los lapiceros, de la tinta. Incluso puede tenerse un reencuentro con los cuadernos de caligrafía y de cálculo. Hasta puedes tropezar con una tabla de multiplicar y con un variado surtido de sacapuntas. Respecto a estos últimos todavía comercializa el de sobremesa de la marca El Casco que es un ingenio maravilloso. Estos sacapuntas de manivela se adaptaban a todo tipo de lápices, con diferentes grosores gracias a un sistema de cuchillas móviles. Para fijarlos en la mesa hay dos sistemas, la ventosa y los tornillos. En las aulas de los colegios los sacapuntas estaban fijados con unas tuercas a la mesa del profesor.



“No tengo muchas aficiones, aunque son intensas”

La marca El Casco también fabricaba grapadoras que eran infalibles y muy resistentes.

Además, todavía están los sacapuntas clásicos -la maquineta- en todos los modelos, materiales, formas y colores. Los cuadernos Rubio de todo tipo de cálculos, desde sumas y restas hasta problemas de física, ahora se comercializan en papel y también en versiones para tablet. Entrar en este almacén es evocar todo un mundo situado en el territorio de la infancia y adolescencia.

El negocio ha tenido que ampliar la clientela. “En principio, nuestros primeros clientes eran las papelerías. Con el tiempo hubo que orientar el modelo hacia el sector de empresas”.

Aunque ha podido conservar uno de los mejores clientes, como los centros escolares, que han mantenido mucha fidelidad a lo largo de los años. Una de las claves para mantener la empresa a flote es la proximidad con los clientes. Siempre pregunta para qué quieren comprar un producto determinado. De esta forma, puede darles una orientación y un consejo porque puede haber otro producto más conforme con las necesidades del cliente, más rentable.

Respecto al futuro, pone de relieve que estará al frente de la empresa hasta que pueda. La compañía tiene carácter familiar y destaca que en momentos de dificultad su madre y sus hermanas “han puesto todo su patrimonio a disposición de la empresa llegando a arriesgar su dinero”.

Gracias a este apoyo logró sobrevivir a la crisis del 98 no sin pasar unos momentos duros, en especial cuando tuvo que hacer una reducción de plantilla. Recuerda, muy emocionada, este momento en que personas muy apreciadas tuvieron que salir de la empresa. Pensar que a personas que lo dieron todo en su trabajo no “podía ofrecerles nada más que un despido, aunque fuese con unas buenas condiciones económicas, me resultó muy duro”. Tuvo una gran alegría cuando supo que los trabajadores despedidos encontraron trabajo y superaron este momento difícil en sus vidas. Muchas empresas de



“Una de las claves para mantener la empresa a flote es la proximidad con los clientes”

papelería tuvieron que cerrar y casi todos habían sido clientes ya de su padre.

Dejando atrás este momento crítico, hay que seguir adelante. La enseñanza de la crisis de la Covid-19 ha sido, dice, “que hay que aprender a gestionar el negocio de otra manera, captando nuevos clientes, ajustando márgenes, probando en nuevos mercados”. En su opinión, “esta crisis ha sido la peor y añade que la crisis de los años ochenta casi no fue nada comparado con esta última”.

La vida puede dar giros bruscos y fatales. Ahora ha llegado de forma inesperada una pandemia mundial que ha hecho caer de golpe la economía. Al respecto destaca que “en estos momentos de situación grave en muchos aspectos no puede haber una distancia tan grande entre gobernantes y gobernados. Es el peor momento para tener una crisis de la representación política. El gobierno tiene que volcarse en conseguir que todos tengan lo que necesitan. Soy muy partidaria de las ayudas sociales. Ayudas que vayan a parar a los que realmente lo necesitan y no a todos los que lo solicitan. Los gobernantes han de poner en marcha medidas a favor de las personas que lo necesitan”.

Asegura que potenciar y proteger a los productos locales es una de las salidas para la crisis. Y ésta no debe ser una cuestión pasajera. Debe consolidarse. Estos días se pueden ver en las redes sociales empresas que quieren poner en valor su producto. Y hay que seguir apostando por estos valores autóctonos”.

En la actualidad sólo se mantienen las clásicas papelerías en algunos pueblos y los negocios han tenido que adaptarse para sobrevivir. A pesar de estas circunstancias, no se imagina un mundo sin papel. Tal vez las generaciones venideras se acostumbren a no necesitar papeles, pero todavía queda margen porque son muchas las personas que utilizan papel para trabajar,



“Los gobernantes han de poner en marcha medidas a favor de las personas que lo necesitan”

informarse y también en el ocio, leyendo libros en papel. Al papel le queda, en su opinión, mucho recorrido.

Cuando empezaron a generalizarse los ordenadores hubo personas que pensaron en la desaparición del papel. Pero lo cierto es que no se había “consumido nunca tanto papel como ahora”.

Pone como ejemplo la mecánica del negocio propio. No han desaparecido los papeles, entre otra cosa, porque son más prácticos a la hora de trabajar y tienen su utilidad especial. Como anécdota recuerda un episodio vivido el año 2012. En aquel momento decidieron ponerse al día en la mecánica contable y compraron una serie de programas informáticos. “Cerramos el 2012 con buenos resultados, nunca habíamos tenido mejor la contabilidad de la empresa. La cuestión es que nos entró un hacker y perdimos la contabilidad. Gracias a las facturas que teníamos en papel pudimos reconstruir los documentos contables”.

Además, siempre habrá personas que necesitarán papeles para muchas cosas. Ella misma utiliza papeles de diferentes colores, para notas, como puntos de lectura, y para corregir y clasificar documentos.

Es cierto que en los colegios se utiliza cada vez más la tableta o el ordenador. No obstante, se sigue utilizando el cuaderno de toda la vida, cartillas para aprender a leer o libros pedagógicos a base de dibujar y colorear, porque desarrollan las aptitudes de aprendizaje y la imaginación.

Lo cuadernos Rubio han sacado una versión para tablet. Margarita Salom destaca que hay centros escolares que pretendían que los alumnos sólo empleasen la tablet y “al final han decidido mantener los dos sistemas porque se desarrollan mejor las potencialidades del alumno”.



“Aquí he hecho de todo, desde barrer hasta repartir”

Añade que los profesores se han dado cuenta de que algunos alumnos fallaban en la escritura y han vuelto a utilizar los cuadernos de caligrafía. Recuerda que los cuadernos Rubio para enseñanza de la escritura se han ido adaptando. “Había frases de antología que han tenido que cambiarse y me viene a la memoria una que decía las “tías buenas tienen que ir a misa”. La escuela antigua estaba orientada al nacional catolicismo y estos textos se han actualizado.

Nunca desaparecerán algunos objetos como el bolígrafo Bic que “tienen una gran cantidad de seguidores muy fieles. En la relación calidad-precio el Bic es imbatible”.

En cambio, hay empresas como Inoxcrom, una marca española que ha tenido que cerrar.

Hace unos años se introducen en el mercado los productos chinos de papelería y bolígrafos. A esta situación hizo frente un grupo de empresas que se asoció para comprar material a China. Entre ellas Salom y Lladó. Iban a Taipei y Hongkong a comprar el material. Señala que intentaron no tener que depender de los importadores que trabajaban con unos márgenes muy ajustados. Más adelante ya no valía la pena ir a China porque era viajes de quince días y salía más rentable comprar a través de los importadores. Sí hubo una época en que recurrir a los productos chinos era rentable y dejar de fabricar e importar era la salida que encontraron muchas empresas.





Carmen Serra

Grupo Serra

“Creo que el trabajo dignifica a la persona. Se tiene que amar aquello que se hace”

Para conocer el embrión del Grupo Serra habría que remontarse a 1893, año en que se fundó el periódico *La Última Hora*, el buque insignia del Grupo.

Su impulsor, Pedro A. Serra Bauzá (Sóller 1928 – Palma 2018), comenzó su carrera como periodista en el diario *Baleares* en 1947 siendo aún estudiante, y se licenció poco después en la Escuela Oficial de Periodismo de Barcelona. Se casó en el año 1956 con Margalida Magraner y el matrimonio fundó, en la calle Sant Feliu de Palma, la editorial Atlante donde imprimieron, entre otros, los libros ganadores de los Premios Ciutat de Palma que convocaba —y todavía convoca— el Ayuntamiento de Palma.

Historia en la que nos introduce su hija, Carmen Serra, presidenta del Grupo Serra desde el año 2013: “En aquella época”, afirma, “solo había cuatro radios y una cadena de televisión”. Sus padres editaban entonces las revistas ‘Fiesta deportiva’ y ‘Semana mallorquina’, revista editada en inglés, alemán, francés y español que informaba sobre noticias de sociedad, de excursiones, de localización de lugares que fueran de interés para los turistas, así como de servicios diversos, como restaurantes o salas de fiesta.

“Mi padre, que era una persona muy emprendedora y tenía una gran capacidad de crear proyectos, pensó que qué mejor bienvenida podían encontrar los turistas ingleses cuando llegasen a Mallorca que disponer de un periódico editado en su lengua”. Hablamos de los años 60 del siglo XX, cuando todavía, en plena dictadura franquista, las noticias que llegaban del extranjero lo hacían de forma escueta y los periódicos ingleses, después de haber pasado por la censura, llegaban con dos días de retraso. Fue entonces cuando “a mi padre se le ocurrió la idea de recibir a los ingleses en el aeropuerto con un periódico editado en inglés, en vez de con el típico grupo de *ball de bot*”. Con este propósito viajó a Madrid para pedir autorización a Manuel Fraga Iribarne, en aquel momento ministro de Información y Turismo. Le concedieron el permiso con la condición de que el periódico debía salir antes del 1 de enero de 1963. Solo faltaban seis meses para esta fecha y Pedro Serra no tenía la infraestructura preparada para la edición de un periódico, ni periodistas suficientes con el dominio del inglés. Pero con trabajo y tenacidad consiguió su propósito y, el 31 de diciembre de 1962 se publicó el primer número del ‘Majorca Daily Bulletin’.

En 1962 Carmen tenía 5 años y su hermano Miquel, 3. “Podría decirse que nosotros hemos nacido en una imprenta. Crecimos allí, en el callejón de Sant Feliu, jugando entre linotipias y mesas de composición”, recuerda.

Al ‘Majorca Daily Bulletin’ le siguieron otras publicaciones, como el ‘Iberian Daily Sun’ o el ‘Mallorca Magazin’, el semanario del Grupo Serra editado en alemán.

En 1974 Pedro Serra adquirió el paquete mayoritario de acciones del periódico ‘Ultima Hora’ a la familia Tous con el objetivo de convertirlo en el diario de mayor



Su padre les inculcó que por encima de todo está la noticia. Y a pesar de no ser periodista, dice, “estos valores los tengo clarísimos, impresos en el ADN”

tirada de Mallorca. Así, inició una reforma estructural de ‘Ultima Hora’, empezando por el diseño de la maquetación, pasando por una fuerte campaña comercial, contratando nuevos articulistas y periodistas, y cambiando por completo la estructura de la portada.

A partir de ese momento y con la puesta en marcha en 1982 de la emisora de radio Antena 3 Mallorca nace el Grupo Serra como grupo editor de medios de comunicación de prensa escrita, radio y televisión.

“Cuando eres una empresa familiar, sin ser consciente de que lo eres, adquieres espontáneamente la terminología y protocolo de que formas parte de un negocio regentado por tu familia”. Y con brillo en los ojos prosigue, “a veces pienso y me remonto... para mí no era solo una empresa, era empresa y familia, todo en uno. Comíamos y cenábamos con lo que sucedía en el periódico, en la radio”.

Con la mirada puesta en el pasado y para saber en qué momento Carmen asume un papel dentro del negocio familiar, nos habla de ello.

“Durante unos años trasladé mi residencia, primero a Barcelona y luego a Madrid. Mis hermanos quisieron estudiar periodismo, en cambio yo opté por la logopedia. Me casé y tuve dos hijos. Estuve diez años viviendo fuera hasta que en 1984 volví a Mallorca. Mi intención era continuar con mi profesión de logopeda para atender a niños con problemas. Quería también hacer logopedia hospitalaria por lo que empecé a prepararme para optar a una plaza en el hospital de Son Dureta. Paralelamente, trabajada en el ‘Majorca Daily Bulletin’, y ... bueno, poco a poco fui integrándome más en las labores que hacía en el ‘Daily’ hasta que finalmente opté por abandonar la logopedia y dedicarme íntegramente a la empresa”.

“Lo que mis padres hacían en la empresa, tanto mis hermanos como yo lo conocíamos y lo vivíamos. Nos han enseñado todo desde el principio, por lo que nuestra formación ha partido desde la base. Metafóricamente hablan-



“En nuestra familia todos hemos colaborado y participado siempre”

do, hemos subido peldaño a peldaño y pasado por todos los rellanos de una escalera”. Orgullosa de sus padres, afirma “en nuestra familia todos hemos colaborado y participado siempre”.

Pero si algo le ha marcado como referente, es que su padre les inculcó que por encima de todo está la noticia. Y a pesar de no ser periodista, dice, “estos valores los tengo clarísimos, impresos en el ADN. La noticia está por encima de todo. Te debes a tus lectores y ellos tienen el derecho de recibir la mejor información. Las noticias deben ser concisas y objetivas y hay que trabajar para contrastar cualquier información con el objetivo final de que ésta sea veraz”.

“El problema que podemos plantearnos como periodistas y como empresa editora es el profundo cambio que se está produciendo en la sociedad. Hoy en día”, suspira, “estamos en un mundo tan frenético, yo diría que incluso inhumano, en el que la noticia aún no se ha producido cuando ya se ha publicado en las redes sociales”.

Últimamente se ha puesto sobre la mesa si por el hecho de tener un móvil somos todos periodistas o fotógrafos. “Ahora mismo creo que los editores y periodistas somos los defensores de la noticia y tenemos la obligación de, en esta fábrica de contenidos en la que trabajamos, exigir y conseguir que éstos sean lo más verídicos y contrastados posibles. Esta es nuestra mayor responsabilidad. Debemos ser los garantes de que las informaciones que publicamos estén hechas desde la más absoluta libertad, que sean verídicas y estén contrastadas”.

El Grupo Serra es un equipo. “En él están mis hermanos, Miquel y Paula, y mi hijo Pedro que es el consejero delegado. Todas las decisiones que se toman son consensuadas. Cada lunes nos reunimos para trabajar en diversos temas y propuestas, los estudiamos y valoramos. Yo soy la presidenta, pero nuestra estructura y manera de trabajar no es presidencialista, sino que es un trabajo de equipo”.

Carmen tiene muy claro que “si quieres mantener la empresa familiar hay que ser generoso, todos tenemos que compartir, lo bueno y lo malo, si no esto no funciona”.



“Nuestro deber es conseguir que la gente que trabaja en nuestra empresa se sienta como en su casa”

Y a partir de aquí, asegura, “creo que cualquier empresario tiene una gran responsabilidad, ya no solo para poder pagar las nóminas a final de mes, sino que nuestro deber es conseguir que la gente que trabaja en nuestra empresa se sienta como en su casa y, como en un equipo de fútbol, que sienta los colores. No es fácil, porque no todos somos iguales y todo el mundo tienes sus ideas y sus creencias, pero lo importante es que el trabajador se sienta como si formara parte de todo un engranaje”. El Grupo Serra puede presumir de haber tenido trabajadores que empezaron a los 15 años con Pedro Serra y que se han jubilado en la empresa.

El pilar del Grupo Serra “es el empeño y la constancia que pusieron nuestro padre y nuestra madre y que nos han inculcado a toda la familia”. Afirma, no obstante, que “no todo es un camino de vino y rosas. Y prueba de ello es la crisis económica que vivimos y padecemos. En nuestro caso, es cierto que tuvimos unos años que nos permitieron modernizar la empresa y hacer algunas inversiones. Una de ellas fue la construcción de la planta impresora y la compra de la nueva rotativa. Pero llegó la crisis de 2008 y de repente casi todo se paró. Tuvimos que adaptarnos a las nuevas circunstancias, ajustar presupuestos y dejar de lado los intereses particulares para poder luchar juntos por y para la empresa. Si pedíamos contención y esfuerzo a nuestros trabajadores, nosotros, como empresarios, teníamos que dar ejemplo. Entre otras cosas, dejamos de hacer la gran fiesta de los Siurells de Plata, un acontecimiento social que reunía a más de 1.000 personas”.

Pero continuaron trabajando y el Grupo Serra, con el esfuerzo de directivos y trabajadores, consiguió salir adelante. Gracias a esto y con una serie de acciones, dice, “hemos llegado donde hemos llegado. Incluso a mitad del camino pudimos comprar el ‘Diario Menorca’ porque pensamos que teníamos la obligación de adquirir este periódico antes de que, por la situación por la que pasaba, dejara de publicarse”.

En cuanto a cómo afronta la empresa la situación provocada a raíz de la crisis de la Covid-19, Carmen explica que “si bien es verdad que, indiscutiblemente, lo primero y más urgente fue atajar de raíz la crisis sanitaria, ahora toca recomponer económicamente nuestras empresas e intentar, en la medida de lo posible, mirar al futuro con optimismo y esperanza”.

“Si quieres mantener la empresa familiar hay que ser generoso, todos tenemos que compartir, lo bueno y lo malo, si no esto no funciona”

El Grup Serra como empresa de medios de comunicación, y por tanto actividad esencial considerada por el Gobierno durante el estado de alarma, “ha reafirmado su compromiso con la sociedad a la que sirve informando día a día de todo lo acontecido con rigor y objetividad en nuestra comunidad, en España y en el mundo”, comenta.

Como la gran mayoría de empresas, continua, y en su caso debido a la caída de la publicidad, “nos hemos visto obligados a aplicar un Expediente de Regulación Temporal de Empleo. No obstante, desde un primer momento hemos continuado trabajando para que, una vez superada esta situación, podamos volver a la normalidad en la mayor brevedad posible. Así, diferentes departamentos han implementado el teletrabajo con el fin de que Última Hora llegara puntualmente a todos los lectores, suscriptores y clientes y mantener la confianza que han depositado en nuestro periódico desde hace 127 años”.

Lo que tiene claro esta mujer es en poner en valor el ADN del Grupo. Piensa que seguimos en una crisis, “de identidad, de saber qué pasará con los periódicos de papel, de saber cómo poner en valor esta fábrica de contenidos y que la gente la entienda como tal”. En cuanto a la crisis económica de la que a duras penas hemos salido, asegura que “las producciones de los ingresos publicitarios que teníamos los periódicos antes del 2008, ya no los tenemos ni en el periódico en papel ni en la web”. Por ello, afirma, “tenemos que conseguir poner en valor estos contenidos tanto en la edición impresa como en la digital”. No obstante, defiende que el periódico regional continuará teniendo una razón de ser porque es un diario de cercanía y, al fin y al cabo, al ciudadano le interesa conocer su más cercana realidad.



El pilar del Grupo Serra “es el empeño y la constancia que pusieron nuestro padre y nuestra madre y que nos han inculcado a toda la familia”

Como empresaria, Carmen Serra defiende que el trabajo no es un castigo, al contrario, asegura que “creo que el trabajo dignifica a la persona y que se tiene que amar aquello que se hace”. Así lo vive ella y así lo transmite a su entorno.

Carmen, además, colabora desde hace muchos años en acciones sociales. “Las cosas van surgiendo y hay que saber aprovechar las oportunidades”. Empezó a formar parte de la asociación Amics de la Infància hace más de veinte años para la cual, junto a otros voluntarios, organiza cinco o seis actividades al año. Con la recaudación consiguen mantener un centro de niños de la calle en Perú, al lado de Lima; un centro de niñas en la India y colaboran con un proyecto de centros educativos en el Alto de La Paz (Bolivia). “Junto con estar con mis dos nietos, colaborar con Amics de la Infància es de las cosas que más me llenan y me satisfacen”, comenta emocionada.



Entre las aficiones de Carmen Serra está el mar y la lectura, “me encanta nadar” y soy una lectora empedernida, aunque reconoce que no tiene mucho tiempo. Es una enamorada del mar y con nostalgia recuerda que su padre les llevaba a pescar en su llaut “siempre que podía”.

**Bartolomé Simonet**

Pemija (Refrilog)

“Hay algo en mis genes que me dice que no me puedo rendir”

Las casualidades rodean a Bartolomé Simonet, que recayó en Danone cuando tenía poco más de 25 años. Otra casualidad le llevó a pasar de empleado a empresario. De él llama la atención su infatigable búsqueda de soluciones en entornos complicados y su rendida admiración a su padre. No viene de estirpe de emprendedores: es un hombre que se ha hecho a obra y semejanza de un padre humilde y trabajador que sorteó todo tipo de dificultades para alimentar a su familia. No fue a la facultad, pero durante su carrera profesional se formó en gestión y dirección empresarial. Con el brillante ejemplo paternal, Bartolomé Simonet, ha llevado el timón de una gran empresa con 125 empleados que distribuyen toneladas de alimentación refrigerada en todas las Baleares.

“Soy empresario a la fuerza”, cuenta Bartolomé Simonet, que empezó a trabajar con 14 años tras acabar EGB. “Era el botones de oficina de una empresa de venta y reparación de maquinaria para obras públicas. Estudiaba por las noches mecanografía, contabilidad... Y al volver de la mili vi un anuncio del periódico para trabajar en Danone como responsable administrativo”. Tenía 25 años y acababa de dar un paso decisivo en su vida. Inquieto por naturaleza, en todos esos años no paró de formarse.

Entonces llegó 1994 y “Danone decidió cerrar delegaciones. En aquel momento mis alternativas eran irme al paro, trasladarme a Barcelona o asumir el riesgo con otros socios de ponernos al frente de una distribuidora de Danone”, explica Simonet. Admite que no fue una decisión vocacional, sino que lo hizo empujado por el momento. “Asumí el papel de consejero delegado y de gerente de Pemija. Me convertí en empresario porque tenía que sobrevivir”, dice Simonet.

Al poco tiempo ya venían mal dadas: “Las cadenas de supermercados empezaban a centralizar el servicio de Danone y les servían directamente a Mercadona, Eroski y demás”. Es el momento de buscar soluciones. Empezaba a escasear el trabajo para los tres distribuidores de la isla, uno de ellos Pemija. “Hicimos una ampliación y entramos en Pemija. Solo quedamos nosotros como distribuidores de Danone. Pero las centralizaciones de distribución nos afectaban y fue el momento de diversificar”, cuenta Simonet.

Hace 35 años la distribución y la logística estaban a punto de vivir una revolución. En aquel entonces “en Danone había auto-venta. Los camiones cargaban el género, visitaban clientes que hacían el pedido. Había 35 rutas y no había ni ordenadores, hacíamos las liquidaciones a mano”, explica Simonet. De ahí se pasó a la preventa: se tomaba el pedido el día anterior, por la tarde



“Me convertí en empresario porque tenía que sobrevivir”

se preparaba el pedido y al día siguiente se servía. “Eso hizo que las ventas se incrementaran para todos los clientes”, recuerda. El sistema había cambiado: “Era Danone quien tenía las iniciativas. Nosotros servimos el género, un reponedor que lo coloca y el preventista hace el pedido del día siguiente: tres personas para un mismo cliente. Ahora se hace con un sistema semiautomático”.

La distribuidora Pemija ya existía cuando Simonet entra en la empresa para dirigirla y diez años después se funda Refrillog dedicada a la logística, lo que supone una forma de diversificar su actividad. En el momento que entra en Pemija, el salto de empleado a responsable supone ciertos cambios: “Estaba acostumbrado a moverme en mi terreno. Entonces empiezo a afrontar más responsabilidades, más gente... Pasé a contratar a las personas, a negociar con los proveedores y los bancos. Liderábamos una empresa y no estábamos preparados. Es verdad que ya funcionaba, que los clientes ya estaban. Sabía cómo trabajar, pero no cómo dirigirla. Éramos muchos socios y costaba ponerse de acuerdo. Fue duro marcar las líneas”.

Ahora echa la vista atrás con sus 61 años. Tras su paso por Danone, “el inicio de mi carrera”, ha desarrollado toda su actividad hacia la alimentación refrigerada y congelada. A día de hoy, además de ser distribuidor de Danone en Baleares, trabaja con marcas como Nestlé (Froneri), Florette, Tarradellas, La Menorquina o Berlys, entre otras. “Siempre he tenido el apoyo de mis socios. Cuando vi que menguaba el negocio de Danone, busqué alternativas para poder subsistir. La gente me decía que estaba loco cuando me metí con el transporte marítimo. Con Refrillog traemos mercancía desde Valencia y Barcelona. Danone me quitaba volumen de trabajo, pero me ofrecía hacerles el transporte desde la Península hasta Palma. Allí había otra oportunidad de trabajo. Y no solo eso: aproveché para buscar otros clientes de la Península para traer género”.

De Danone a un amplio abanico de marcas. Y de la distribución por la isla a llevar la logística también desde la Península. “Era una forma de abrir cami-



“Siempre he tenido el apoyo de mis socios. Cuando vi que menguaba el negocio de Danone, busqué alternativas para poder subsistir”

no. Aún queda mercado para distribuir a pequeñas cadenas mallorquinas, a grandes superficies como Carrefour y Alcampo. Y después llevamos leche, sandwiches, *smoothies* o ensaladas preparadas a supermercados de costa que tienen a los turistas ingleses y alemanes como clientes”, dice.

La diversificación “es el secreto para sobrevivir. Con Danone llegamos a mover 10.000 toneladas de yogur en la isla al año. Ahora no llegamos a 3.000 toneladas en toda Baleares”. Transporte, autoventa, almacenes, distribución... “No quería estar atado solo a una marca”, cuenta. A día de hoy 500 clientes compran directamente a Pemija, pero “estamos abasteciendo a 4.000 clientes en la isla por diferentes líneas de distribución, logística o transporte. También trabajamos con cadenas hoteleras”. La idea es “dar un servicio lo más completo posible dedicado a la alimentación refrigerada a cualquier cliente. Desde la recogida en la fábrica hasta un comercial que te vende una pieza en el supermercado”.

Admite que “no me quejo. Hemos conseguido que la empresa subsistiera. Lo que se ha ganado lo hemos invertido aquí siempre, bien comprando a otros distribuidores, bien construyendo una nueva nave en Mercapalma, invirtiendo en nuevos proyectos o comprando vehículos. Tenemos base en Valencia, Barcelona, Ibiza y Menorca. Empezamos a trabajar 25 personas y ahora somos 125”.

En plena crisis del 2008, Simonet empezó a viajar por la Península en busca de nuevos proveedores y clientes a los que ofrecerles servicios de distribución o transporte en Baleares. “Era emprendedor y empecé a asumir riesgos como construir una nave de dos millones y medio de euros. Y lo afrontamos. Pensaba que igual nos podíamos estrellar, pero es que el trabajo iba menguando”, insiste. Su apuesta arriesgada ha resultado todo un acierto: “Los distribuidores de Danone pasaron de superar los 140 en toda España a poco más de 40”. Entre sus socios, ahora jubilados, tampoco había empresarios, “todos éramos empleados, desde repartidores a preventistas. Son buena gente y les agradezco el apoyo”.

Ahora Simonet se enfrenta a una nueva crisis provocada por la pandemia del coronavirus y hace acopio de valor y experiencia para solventar la situación.

“Ha habido noches que no he dormido. Ya sea por una crisis o porque alguien te ha robado 200.000 euros, no te has dado cuenta y crees que te va a hundir la empresa”

“La inesperada crisis provocada por la Covid-19, me produce una gran tristeza por las nefastas consecuencias en la vida de tantas personas. Profesionalmente, es evidente que ha roto todas las ilusiones, esperanzas y proyectos que nos planteábamos para un futuro inmediato, sobre todo en nuestra isla que depende tanto del turismo. Ha cortado de golpe la actividad y nos plantea un futuro muy duro y difícil, económicamente hablando, que afectará a toda la población”, dice Bartolomé Simonet. Ante este nuevo panorama, “aplicaré lo que aprendí desde niño, mientras queden fuerzas: trabajar, luchar, buscar salidas y reconstruir. Aunque hayamos retrocedido mucho en el camino, tenemos que recorrerlo de nuevo con la ilusión y la fuerza que lo hicimos en su momento, con el reconocido esfuerzo de todo el personal, adaptándonos a la nueva situación. Todo, menos quedarnos quietos esperando que se solucionen los problemas por sí solos. Aunque una ayuda real y solidaria de nuestros gobernantes sería bien recibida”, señala el empresario.

Al mirar hacia atrás, recuerda que “ha habido noches que no he dormido. Ya sea por una crisis o porque alguien te ha robado 200.000 euros, no te has dado cuenta y crees que te va a hundir la empresa”. Después, con la crisis de 2008 “la gente no come igual. Busca producto más económico y al negociar piden el producto más barato, incluso en los hoteles. Los precios han estado bajando en los últimos siete años”. La guerra de precios es una constante en su sector, donde “si le dices a un cliente que le subes un céntimo, te contesta que tiene otro proveedor que se lo hace dos céntimos más barato”, cuenta.

Hubo un momento en el que se planteó jubilarse, pero “mi hijo, de 31 años, decidió involucrarse en el negocio. Ha estado nueve años trabajando aquí pero no parecía muy convencido de seguir”. Ahora tiene el relevo asegurado.

“Hay héroes que no han destacado mucho en la vida, pero yo a mi padre lo tengo en un altar”



do y esto le anima a seguir al frente de la empresa formando y apoyando las renovadas energías que aporta su hijo.

Simonet se enfrentó al paso de empleado a empresario. “Yo era uno más y di el salto con gente con la que había trabajado. Pero ya no me veían igual. Somos 125 personas e intentamos que todos se entiendan. Hay gente que entra a verme con sus problemas personales y si puedo, le ayudo. Sería un error mirarle solo como un trabajador”. Advierte que en época de crisis “nunca han dejado de cobrar la nómina. Otra cosa es que no hayan podido ganar más o apretar cuando falta un empleado. Pero en general el personal está contento. Yo lo estoy con ellos”. El responsable de Pemija tiene siempre su puerta abierta a sus empleados, “si él tiene un problema yo tengo un problema. Debo escucharle y a veces hay cola. He sido trabajador y estoy muy metido en ese papel”.

El origen humilde de Bartolomé Simonet explica gran parte de su trayectoria y decisiones. “Mi padre fue mi ejemplo. Él no fue un gran empresario. Sufrió muchos problemas de salud, estaba prácticamente ciego con tres desprendimientos de retina. Pese a todo trabajó de pinche, cocinero y albañil. Le atropelló un coche y quedó cojo. Pero sacó adelante a su familia. Al final empezó a vender cupones de la ONCE”, dice emocionado este empresario. “Le he visto luchar toda la vida sin quejarse. Cuando murió tenía 91 años y era independiente: iba a todas partes, se hacía la comida...”.

Para Simonet “hay héroes que no han destacado mucho en la vida, pero yo a mi padre lo tengo en un altar. Cuando tenía problemas en el trabajo, me decía que si mi padre pudo salir adelante ¿no podía hacer yo lo mismo?”. Este emprendedor recuerda a su padre luchando para que le pagaran por su trabajo de guardia nocturno o buscando un nuevo empleo para alimentar a sus hijos. “Cuando mi padre entró en la ONCE pudo cobrar un sueldo razonable, sacó a su familia adelante y pagar un piso. Yo ya tenía 14 años y decidí no

“El día antes de fallecer, mi padre me dijo: ‘ojalá mucha gente fuera como tú’”



estudiar más porque veía que hacía falta en casa”. Tras el trabajo, estudiaba contabilidad por las noches. Hasta que apareció el anuncio del periódico de Danone y “empezó toda esta historia”.

Su padre era también de natural inquieto y “era muy buen vendedor. Tenía tantos clientes abonados que a media mañana ya había vendido todos los cupones. Haberle visto luchar desde pequeño ha sido mi escuela. Hay algo en los genes que me dice que no me puedo rendir”. Su padre estaba tan orgulloso de él que “el día antes de fallecer me dijo ‘ojalá mucha gente fuera como tú’”. Bartolomé Simonet no escatima palabras para alabar a su padre. Si él llamaba a todas las puertas buscando trabajo, Simonet hijo tocaba todas las fábricas y proveedores para distribuir sus productos. El ADN del trabajador incombustible ha dejado su huella.





María Socías

Imprenta Bahía

“En casa está prohibido hablar de trabajo, de hecho, cuando se sale por esta puerta, el trabajo se queda aquí”

Todo comienza hace 54 años con sus padres que montan una imprenta en Lluçmajor. “Mi padre era músico y vio que las salas de fiestas utilizaban impresos y vio la oportunidad. Por las noches iba a tocar y por las mañanas imprimía. Compró una máquina de impresión tipográfica marca Marinoni y la instaló en su garaje. Así empezó la imprenta”. María Socías recuerda muy bien los inicios de un negocio familiar en el que llevan trabajando los tres hermanos: Guillermo que es el mayor, Gari es la pequeña y María la mediana.

Su padre, que tiene 84 años (en el momento de esta entrevista), pasó de ser músico a impresor, siempre con el apoyo incondicional de su esposa Francisca. Empezaron muy jovencitos en su garaje, luego estuvieron en el Arenal hasta el año 95 en que se trasladaron al polígono Son Castelló.

María Socías junto a sus hermanos son los gestores de Imprenta Bahía y reconoce que no se ha visto como empresaria hasta cumplir los 40 años, cuando sus padres se jubilaron. Entonces es cuando dijeron “ahí os quedáis y os encargáis vosotros”. En ese momento es donde María y sus hermanos se vieron como empresarios.

María empezó a trabajar en el negocio familiar con 19 años, “una chavalita”, dice. “Estuve un tiempo en la papelería aprendiendo a atender clientes que era muy importante para quitarnos los humos de encima, y luego en la imprenta, cubríamos las vacaciones de los empleados”.

Asegura que “en una empresa tan familiar como es la nuestra, cada día es un aprendizaje tanto a nivel empresarial como familiar, es un cambio constante”.

Además de las crisis económicas que hemos pasado ahora estamos en una época que yo la llamo: crisis anti papel, que todo mira al medio ambiente. Las imprentas son empresas que desde siempre han reciclado, “nos vamos adaptando y aprendiendo cada día”. Todo ello, afirma, “sirve para obtener certificados de medio ambiente, buscar productos nuevos, maderas y buscar más clientes”.

En una época de cambios, tiene muy claro que se debería concienciar a la gente de que el papel no es malo si se usa con racionalidad. “Muchas veces el cambio de papel por una Tablet es peor para el medio ambiente”, apostilla.

Con la crisis sanitaria de la Covid-19 muestra preocupación, pero aún así lanza un mensaje optimista: “Debemos ser fuertes y mirar al futuro con la esperanza e ilusión de que saldremos reforzados con esta experiencia. Es necesario un apoyo entre empresas de las Islas para reactivar la economía”.

Imprenta Bahía es una de las empresas que ha vivido un cambio generacional. Los fundadores fueron sus padres, “están orgullosos”. “Mis padres lo hicieron muy bien. A los 55 años contrataron un consultor y prepararon el cambio generacional, cada uno en su sitio y todo muy bien preparado. Y ahora entra otro cambio generacional”.

Gari y María están en Mallorca y Guillermo está entre Mallorca y Playa del Carmen. En México trabajan desde hace diez años para servir a sus clientes de Mallorca, principalmente hostelería. “Allí necesitaban un proveedor y nos instalamos en Playa del Carmen”. Aparte de clientes de Mallorca también tienen muchos clientes de allí. “Ya nos conocen”, dice.

“Apreciamos a los clientes y queremos que estén contentos con nuestro servicio. Esta es nuestra política: que el cliente esté satisfecho con Imprenta Bahía. Nada más”

En una empresa familiar, exclama, “tienes que aprender a vivir con la familia en lo que es la empresa y en la parte familiar, que ahí, ya te digo no es difícil sino muy difícil, pero se suele arreglar”. También le saca la parte positiva, entre las cosas buenas, afirma, “está el ser una piña, y cuando viene una urgencia y un problema todos estamos allí. Es una gran ayuda y es una fuerza importante en las empresas familiares”.

“Empiezas a convivir el día a día, eres pareja, madre, tienes que aprender a vivir con niños pequeños y venir a trabajar. La gestión la llevamos entre todos, yo soy comercial, la responsable de calidad, de medio ambiente... en una empresa familiar, casi, casi, se hace el pino”. (Hace una pausa) “No sé hacerlo, se ríe, que si no... aunque es divertido. Venir cada día es una bonita historia”.

Esta empresaria derrocha energía, le encanta su trabajo, “si no, no lo haría”. “Te estresa, te agobia, te pones histérico, pero el ver lo que has hecho, recompensa”. Siempre se cambiarían cosas, expresa, “pero tendría que pensarlo mucho. No soy tan drástica”.

De su padre, hubo una cosa que le llamó mucho la atención. “Papá debería haber hecho esto de otra manera y me dijo: No te arrepientas, aprende y sigue”. En ese momento supo que de cualquier error hay que aprender y corregir. Y eso es lo que esta mujer ha hecho siempre. “Mirar al trabajo de cara”.

En el 2020 son una plantilla de treinta y cinco trabajando en Mallorca y treinta y cinco en Cancún. “Tenemos un cliente de cuando empezaron mis padres, al cual queremos muchísimo, entonces imagínate la alegría cuando entra por la puerta, su padre ya trabajaba con nosotros. Bueno, aquí los clientes son amigos”.

El ADN de esta empresa es tratar a los clientes como parte de la familia. Intentan mantener los mismos proveedores, “si cumplen”. “Apreciamos a los clientes y queremos que estén contentos con nuestro servicio. Esta es nuestra política: que el cliente esté satisfecho con Imprenta Bahía. Nada más”.

-¿El cliente ha cambiado?

-Los clientes importantes de mis padres eran la hostelería y las salas de fiesta,



“En una empresa familiar, casi, casi, se hace el pino”

recuerdo que mis padres iban a cobrar facturas de noche y no volvían hasta las tres de la mañana, y al día siguiente a las siete de la mañana ya se ponían a trabajar. Ahora no tenemos salas de fiesta, la hostelería sigue siendo un puntal, y clientes de todo tipo, desde un cliente que quiere editar un libro, pasando por el gubernamental, hasta el que quiere hacer tarjetas de visita.

En su trabajo, asegura, “solo existe una meta”, “que cumplamos con el cliente”. Y si un día tienen que salir tres cosas, continúa, que salgan las tres cosas. “Y no te puedes ir hasta que estén terminadas esas tres cosas”.

María siempre ha dicho que si el cliente pide un trabajo para una fecha es porque lo necesita. Su política es que todo lo que se hace se tiene que hacer bien y que lo que recibe el cliente lo reciba bien. “Siempre intentamos, sea el trabajo que sea, que salga perfecto”.

No tienen ni una máquina de cuando empezaron sus padres, siempre hemos estado a la última, su icono es que siempre “nos han conocido por nuestra calidad y seriedad en la empresa”.

Entrando en la parte más personal de María, de cómo vivió los primeros años de su maternidad siendo empresaria, expresa que “duros, pero muy divertido”. “Me encantaba mi rol de madre y aprovechar los momentos familiares. Desde el primer momento a mis hijos siempre les he dicho lo mismo: estudiad lo que os guste porque tendréis que hacerlo toda la vida, tenéis que hacerlo con gusto. Ellos no han seguido con la parte de artes gráficas... Conocen toda la empresa y saben que, si en un momento determinado tienen que apoyar a la empresa, ahí estarán. La estructura familiar la tenemos muy clara. Y creo que es la fortaleza que tiene Bahía, el personal y la familia”.

En su tiempo libre, María juega al golf y disfruta de estar con sus hijos y “pasarlos bien”. “Tengo muchas amistades y disfruto del día a día”.



“Siempre intentamos sea el trabajo que sea, que salga perfecto”

En casa, dice, “está prohibido hablar de trabajo, de hecho, cuando se sale por esta puerta, el trabajo se queda aquí. A veces hago la broma con mi marido de preguntarle ¿qué tal te ha ido el día?”. “Las reuniones en la empresa y en casa somos familia”.

Estar en el polígono Son Castelló ha dado “alas” a Imprenta Bahía. “Poder estar aquí hizo que pudiéramos crecer en todo, Tanto de espacio, no podíamos dar servicio a los clientes porque no nos cabían las máquinas donde estábamos, por eso no hay más que una máquina de cuando empezaron mis padres, que está de museo. Pero todo lo demás es nuevo”.

En las artes gráficas la evolución que se vive con las nuevas tecnologías hace que las imprentas se tengan que modernizar, adaptar y maximizar los procesos, pero María no cree que desaparezcan. “Siempre estamos pensando y haciendo cambios. Intentamos que todos los productos que servimos se hagan en Bahía. Nuestra filosofía es lo hacemos nosotros y bien”.

“No toco ni una cifra”, sonríe, “Soy la parte comercial y tenemos clarísimo hacia dónde vamos y qué queremos hacer, lo difícil es el camino para llegar”.

“Cada hermano empezamos de repartidor con la furgoneta, no en la mesa sentados hemos pasado por casi todos los departamentos y máquinas, cada uno en lo que sabe hacer, para luego elegir en que departamento queríamos estar”.

Conocer todos nuestros procesos y todo lo que es posible hacer, nos da seguridad de entregar un buen trabajo.



“La estructura familiar la tenemos muy clara. Y creo que es la fortaleza que tiene Bahía, el personal y la familia”



José Torrens

Metalúrgicas Torrens

“Cuando nadie pensaba en expandirse, nosotros decidimos arriesgar y dar el salto”

Sólo han pasado 100 años desde que empezaron a fabricar ollas de latón para terminar equipando las cocinas de los hoteles mallorquines en los confines del mundo, capaces de dar de comer a 3.000 personas al mismo tiempo. Los nietos de José Torrens, José y Javier han conseguido que la empresa familiar se internacionalice con un gran salto que, aseguran, ha merecido la pena. En medio de estos saltos kilométricos, en las modernas instalaciones del polígono, destacan unas fotografías en blanco y negro de unos hombres que trabajan en una fragua. Es el abuelo José Torrens acompañado de sus trabajadores del latón. El origen de todo.

José Torrens nieto está rodeado de equipamientos de cocina de última generación. En la gran nave donde se halla esta empresa familiar también se encuentra el mejor ejemplo de una industria mallorquina que se salta todas las fronteras. En 2021 la empresa cumple 100 años. Su abuelo José Torrens “tenía un tallercito pequeño en la calle Víctor Pradera de Palma, en la zona del polígono de Levante. Luego mi padre hizo lo típico: compró el taller de al lado y el solarcito de detrás”.

El taller de José Torrens fabricaba útiles de latón, “esas ollas de cobre que había antes en las casas. Se iban a las ferias de los pueblos, como la de Sineu”. Entonces llegó la Guerra Civil y el taller familiar fue expropiado para fabricar armamento militar ya que contaban con fundición de metal para latón y cobre.

Después de un tiempo fue su hijo, Guillermo Torrens, quien cogió el testigo. Una persona con visión de futuro. “Mi padre compró cuando el polígono estaba prácticamente vacío. Había alguna nave en medio de almendros. Y entonces compró este solar y el de delante”. Una apuesta hecha hace décadas que a día de hoy sigue resultando más que acertada.

La visión de Guillermo Torrens era adelantada a su tiempo. Fue el responsable de que el acero inoxidable llegara a las cocinas profesionales de Mallorca. “No se conocía para nada. Hace más de cuarenta años que lo introdujimos, justo cuando empezaba el boom turístico y se estaban construyendo multitud de hoteles. Era un material nuevo, que apenas se había visto, y que él lo expandió en cocinas y en muebles de acero para hoteles”. El acero inoxidable era una rareza que, además, tenía un alto coste: “No todo el mundo podía pagarlo”.

En ese momento la economía mallorquina estaba en plena pujanza. Las hordas de turistas empiezan a llegar, en plena década de los años 60, y los mallorquines más avisados estaban atentos a cualquier oportunidad de negocio. No solo de hoteles vive el despegue de la economía insular: arrancó toda una industria auxiliar que debía atender a esa nueva industria. Y entre ellos, los equipamientos de cocina. “La empresa familiar deja el latón y comienza la fabricación a pequeña escala de mobiliario de acero inoxidable”, resume Torrens.

En el despacho principal de Metalúrgicas Torrens destaca un retrato de Guillermo Torrens, rodeado de bobinas de metal y junto a una de esas maquina-

“Su padre estuvo trabajando hasta los 65 pero, como muchos empresarios, se negaba a jubilarse”

rias que introdujo gracias a su sagacidad. Él fue el responsable de equipar las cocinas del Arenal, Illetas, Palmanova, Magaluf... cuando eran solo un proyecto de destino turístico. “El taller ya contaba con muchos empleados y trajeron la primera máquina de cortar plancha de acero, que era muy cara. Y sigue siéndolo. En aquel entonces muchos herreros de otros talleres venían a cortar planchas. Era la primera máquina cortadora de Mallorca”, recuerda el responsable de la empresa.

Su padre estuvo trabajando hasta los 65 pero, como muchos empresarios, se negaba a jubilarse. Hasta que al final tuvo que dejar de ir a la empresa con 68 años por fuerza mayor. Guillermo falleció con 77 años, dejando el camino marcado para sus hijos.

José Torrens nieto nació en 1967 y vivió la empresa como si fuera su propio hogar. De hecho, “teníamos la fábrica abajo y vivíamos encima. Cuando venía del colegio siempre acababa entrando en el taller”. Junto a su hermano Javier, dos años menor, jugaban en el taller. “A veces me echaban porque era peligroso para un niño. Cualquier esquina cortaba”, recuerda divertido José, cuyos hijos ya han venido a trabajar en verano.

Con 21 años José Torrens entra a trabajar en Metalúrgicas Torrens. Había terminado COU y había hecho un máster, cuenta, pero no se había decidido por hacer ninguna carrera. “Me gustaba el taller”, dice con contundencia. Y empezó a trabajar en él barriendo. Cuando estudiaba iba en verano a trabajar, ayudando a quien se le pusiera por delante. Al entrar en la empresa de manera definitiva “iba de peón. No valía ser hijo del jefe. Y fue lo mejor que hice. Nuestra empresa no es de números, en la que entras nada más salir de la universidad. Aquí hay que conocer el



“Iba de peón. No valía ser el hijo del jefe. Y fue lo mejor que hice”

oficio. Fabricamos todo a medida. Tenemos un proyectista, ingenieros, delineantes... Cada trabajo empieza casi de cero. Si hemos de competir con los portes con empresas de la Península que fabrican estándar, no podríamos. Nuestro producto fabricado ocupa mucho volumen”, explica.

Igual que él, su hermano entró a trabajar en el taller para conocer el oficio de montador. El actual responsable de la empresa familiar advierte que “la misma escuela que tuvo uno, la tuvo el otro. En aquel momento había 25 personas en el taller. Hoy somos 95 solo aquí porque tenemos delegaciones”. Metalúrgicas Torrens tiene fábricas en Cancún (México) y República Dominicana, a las que hay que sumar la delegación de Jamaica donde llevan a cabo postventa y venta de recambios.

Metalúrgicas Torrens ha seguido el camino marcado por las grandes enseñas hoteleras mallorquinas, que primero expandieron su modelo de negocio vacacional por el Caribe y luego el resto del mundo. “Nuestro cliente estrella es una compañía hotelera importante. La obra más lejana fue en Maldivas. Fue muy complicado porque son dos pequeñas islas en medio del mar. Sin poder salir, las 24 horas del día en una isla que de punta a punta te la haces en un cuarto de hora. Y estuvimos varios meses. Había chinos, japoneses, hindúes... Los únicos españoles éramos nosotros y unos carpinteros de Manacor”, dice.

Los nietos de José Torrens son también los responsables de las cocinas del titánico hotel Riu Plaza España de Madrid. Todo un desafío para esta empresa familiar: “Descargábamos los contenedores a las cinco de la mañana. Es un edificio protegido y teníamos que meter el material por las ventanas. Lo que no entraba, lo desmontábamos”, dice el empresario, que se enorgullece de haber formado parte del equipo que ha construido este hotel con 600 habitaciones, salas de conferencias para 1.500 personas y cuyas cocinas pueden atender en hora punta a 3.500 comensales.



“La empresa te da muchas alegrías, pero también te quita el sueño”

Los hermanos José y Javier Torrens tienen la receta para llevar una enseña familiar hasta tan lejos: “Muchas horas de trabajo, sacrificio y riesgo. Cuando nos fuimos a Dominicana, lo hicimos con toda la caballería. Compramos solares, compramos naves y entramos de lleno. Nuestra actividad requiere espacio y entramos fuerte. Había riesgo si nos iba mal. Y al final fue todo un acierto ir hasta allí”.

De la mano de su cliente estrella se encargaron de las cocinas de sus hoteles, además del mantenimiento. En México se dieron cuenta de que no podían traer y llevar equipos de profesionales desde Mallorca, así que se decidieron a crear allí una delegación.

En México y República Dominicana formaron parte de una decena de grandes proyectos hoteleros mallorquines pero una vez puesta la pica en América, también han trabajado con hoteleros americanos, dominicanos y mexicanos. “Lo difícil es empezar allí”, dice Torrens. Decididos y “sin rumiar mucho”, optaron por el salto intercontinental “porque el cliente nos lo pedía”.

Las características de estos hoteles les implica contar con grandes cocinas. Optan por la modalidad de todo incluido, en la que el cliente “pasa allí las 24 horas del día. Las ocupaciones son del 80 e incluso el 100 por cien los doce meses del año en establecimientos con 2.000 plazas. Cuentan también con más presupuesto y al ganar más, destina más a reformas. A los diez años se quedan desfasados e invierten en más reformas. Con tanta competencia, aparecen los restaurantes especializados, los parques temáticos...”, dice Torrens, cuya empresa también trabaja para otro gigante hotelero como Melià.

Los proveedores mallorquines han hecho las Américas de la mano de las hoteleros, que supieron ver el potencial de esos destinos. Ahora sus ojos están puestos en nuevos destinos. El hecho de tener delegaciones en América “te quita el sueño. Estás 24 horas conectado. Cada noche antes de dormir miro el teléfono, que es algo que no debería hacer...”, reflexiona sonriendo. Porque es consciente de que “la empresa te da muchas alegrías, pero también te quita el sueño”.



“No me puedo imaginar trabajar sin mi hermano”

La conciliación para él ha sido un problema, dada la exigencia de su trabajo. Con dos hijos de 18 y 21 años, a los que se suman los hijos de su hermano Javier, de 18 y 20, la cuarta generación está asegurada: estudian ingeniería y ADE. Javier y José Torrens son inseparables, el secreto está en tener un carácter complementario. “No me puedo imaginar trabajar sin mi hermano”, dice Torrens, que además siempre está en el taller.

Si bien el destino México sufre por la creciente inseguridad, Dominicana sigue gozando de cierta tranquilidad. Metalúrgicas Torrens supo librarse de la crisis económica de 2008 e incluso aumentaron su facturación. “Aunque fueron años malos para la construcción, el turismo mallorquín vivió una buena época tras los atentados árabes. Ahí fue cuando empezamos a salir de la isla. Cuando nadie pensaba en expandirse, nosotros decidimos arriesgar y dar el salto”.

La crisis de la Covid-19 también ha supuesto un desafío para esta empresa familiar casi centenaria. “Es un duro golpe. Para nosotros no ha sido un frenazo en seco porque ya teníamos obras en Cabo Verde, México y Jamaica. Teníamos pulmón, pero a final de 2020 se paró todo. Gracias a Dios, nuestros clientes hoteleros no pararon las obras en el extranjero”. El futuro se vislumbra ahora como una incógnita: “Nuestro sector sufrirá una parada de la actividad más tardía que el sector hotelero, que notó el golpe de manera inmediata en cuanto dejaron de venir los turistas”. Torrens confía en que el mercado se reactive en el 2021, que “por fuerza, tiene que ser mejor que 2020. Los hoteleros tendrán una salida más rápida que nosotros”. Otro asunto serán las obras en los establecimientos turísticos, que “en Baleares y España no se hará nada hasta octubre. Se van a retraer las inversiones y



La receta para llevar una enseña familiar hasta tan lejos: “muchas horas de trabajo, sacrificio y riesgo”

el hotelero reinvierte según le ha ido la temporada anterior. Y como este año pasado no hubo ningún tipo de beneficio, no habrá inversiones”.

Torrens confiesa que 2020 ha sido un año muy duro, “con bastantes noches sin dormir. Sabemos que es una empresa familiar y nos preocupamos por todos los trabajadores. Hay muchas familias aquí. Solo en las Islas tenemos 94 empleados”. Aún así, tiene puesta su esperanza en la vacuna. “Cuanto antes empezamos todos a vacunarnos, antes empezaremos a viajar”. Y será cuando la rueda vuelva a girar y todo se ponga en marcha de nuevo.

Mientras el teléfono de José Torrens no para de sonar, el empresario reflexiona por el salto cuántico que ha dado la familia. “Mi padre estaría orgulloso, pero mi abuelo más”, sonríe el representante de la tercera generación. Guillermo Torrens no vivió la expansión hacia el Caribe porque ya no se lo permitía la salud, “pero seguro que lo habría aprobado”. El tesón y el espíritu aventurero es cosa de familia.



“Mi padre estaría orgulloso, pero mi abuelo más”

**“Para tener
éxito hay que tener
el corazón en su ne-
gocio y el negocio en
su corazón”**

**Thomas John Watson
fue el presidente de IBM**





ASIMA

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES DE MALLORCA



BancaMarch

