EL PAÍS
El País -Negocios
España
28/06/20
Pr: Semanal (Domingo)
Tirada: 158.320
Dif: 110.386
Cod: 133117344
Pagina: 18
Secc: OPINIÓN Valor: 77.375,80 € Area (cm2): 846,5 Ocupac: 91,4 % Doc: 1/1 Autor: Num. Lec: 1159000

10 claves (más una) para la reconstrucción

Los empresarios indican al Gobierno y a los partidos el camino a seguir para salvar el empleo y el tejido productivo. Por Miguel Ángel Noceda

En marzo de 2012, **Juan Carlos I** acudió a un encuentro del desaparecido Consejo Empresarial para la Competitividad (CEC), una organización efímera de la que formaban parte docena y media de empresarios de lo más granado del país, constituida un año antes para buscar soluciones contra la Gran Recesión. El Rey (hoy emérito) les pidió "arrimar el hombro porque la situación es muy seria". Hicieron, a través de sus servicios de estudios, análisis que elevaron al Gobierno de Rajoy y al Parlamento sin mucha más repercusión.

Ahora le ha tocado el turno de respaldar "la labor y empuje" de los empresarios a su hijo y sucesor, **Felipe VI**, quien el miércoles acudió a la llamada de la patronal CEOE para clausurar la cumbre *Empresas Españolas: Liderando el Futuro*. El monarca, que con su asistencia confirmada una vez iniciada la cumbre reflejó la repercusión que había alcanzado, valoró la "apuesta decidida de los empresarios por defender nuestra economía, el bienestar de nuestros ciudadanos y el porvenir de España".

Y si su padre contó con el foro de la CEC, que tenía una de sus razones de ser en la inacción de una CEOE desorientada, el actual jefe del Estado se ha encontrado una confederación distinta en la que por fin se ha producido la simbiosis con la gran empresa, impulsada por el actual líder patronal, **Antonio Garamendi,** investido como "patriota" por **Pedro Sánchez** y su ministra portavoz, **María Jesús Montero,** que no querían perder su complicidad tras un encontronazo con él tras firmar PSOE, Podemos y Bildu la derogación de la reforma laboral.

Mientras recibía tan significado calificativo, Garamendi emprendía los contactos para organizar una cumbre sin precedentes que durante dos semanas ha sido el altavoz de las compañías, consiguiendo la presencia de la mayor parte de las grandes empresas que formaban aquel escogido grupo que difícilmente se acercaban a la patronal, cuando no la criticaban, por no representarlos. Ha contado con el apoyo de algunos de ellos que han hecho de catalizador, caso de **Pablo Isla** (Inditex), que inauguró el evento junto a **Juan Roig** (Mercadona) y presentó las conclusiones. Es verdad que "pocas veces se va a ver una fotografía tan completa, confío en que haya llegado de una forma clara", como dijo Garamendi.

LA IMAGEN DE LA SEMANA

FRANCISCO GÓMEZ (EFE)

Una cumbre para liderar el futuro

Felipe VI se trasladó a la sede de la CEOE para intervenir en la cumbre empresarial. Allí departió con Antonio Garamendi, Gerardo Cuerva y Pablo Isla (en la foto, entre otros), así como con la vicepresidenta Nadia Calviño. Los empresarios le transmitieron que es el momento de tejer complicidades y alcanzar la concertación y el consenso para lograr la reindustrialización y la internacionalización de la empresa en una Europa más cohesionada dentro de la globalización y la revolución digital.

De ese propósito (el de la claridad) se encargó Isla con la presentación de las 10 claves (más una) que resumen el carro de mensajes que dejaron los más de 130 empresarios y ejecutivos que pasaron por la cumbre, algunos de forma presencial y otros telemáticamente (circunstancia esta que ayudó en gran parte a la masiva participación) y que en ocasiones se explayaron en lugares comunes que, en cualquier caso, no deslucieron el éxito.

Esas 10 claves (visión a medio y largo plazo con la inversión y la transición energética como motores; confianza y seguridad jurídica para atraer inversiones; consenso y diálogo social; marco regulatorio flexible; colaboración público-privada; conservar el tejido productivo con el mantenimiento de los ERTE; reindustrialización para alcanzar el 20% del PIB; innovación y digitalización; estabilidad presupuestaria evitando subidas de impuestos e igualdad de oportunidades a través de la formación y la educación) más una —apostar por más Europa, lo que implica compromiso y rigor presupuestario—, marcan el camino para la reconstrucción, con el diálogo social como vehículo y el empleo como prioridad.

La patronal presenta un decálogo de acciones enmarcado en el diálogo social

Las actuaciones se completan con una mayor apuesta por Europa

Un selectivo rosario de conclusiones que implican consenso político y que Garamendi enviará al Gobierno, a los partidos políticos y a todas las instituciones y organismos. Es llamativo que se hayan tenido que juntar tantas voluntades en un foro de 10 días y que haya tenido que aparecer el Rey para que peticiones que han venido transmitiendo en la mesa de diálogo social y que los empresarios reclaman siempre, salgan a la palestra. Y que, como dijo el dirigente catalán, **Josep Sánchez Llibre,** debieran incluirse en la hoja del ruta de la reconstrucción.

Ahora toca hacerlas valer. Por eso, un papel de la CEOE es apretar de forma constante sobre los políticos para que se cumplan todas las promesas y no se difuminen a medida que pasen los días o sean pasto de la hipocresía política.

En ese cuadro hay que enmarcar el acuerdo alcanzando el jueves para prorrogar los ERTE hasta septiembre. También parece discurrir por ese camino el convencimiento de los socios del Ejecutivo de aplazar cualquier intento de subir impuestos.

LOS CORROS

Relevo en la empresa familiar
El Instituto de la Empresa Familiar (IEF), en el que Marc Puig acaba de asumir la presidencia rotatoria, ha tenido también relevo en la figura del director general. José Luis Blanco (en la imagen) sustituye a Juan Corona, que ha estado en el cargo seis años y continuará vinculado como consejero académico. Blanco ha desarrollado su carrera en despachos de abogados (Garrigues, Cuatrecasas y Latham & Watkins) y ha sido secretario del consejo de Cobega (embotelladora de Coca-Cola) y Applus, así como profesor de Derecho mercantil en la Universidad Pompeu Fabra.

Encrucijada de Abengoa
Gonzalo Urquijo, presidente de Abengoa, se enfrenta al reto más complicado. En una negociación intensa con los acreedores trata de evitar el concurso, que ya ha superado en tiempo de descuento en dos ocasiones. Se ha puesto de fecha tope el 30 de junio y ha instado a alguno de sus acreedores (liderados por el Banco Santander) a que asuman parte del capital, así como al ICO, para que avale el 70% de un nuevo préstamo de un importe de 250 millones de euros. Por ideas que no quede, pero la misión es a vida o muerte.

Cos también pide consenso
El gobernador del Banco de España, Pablo Hernández de Cos, pasó esta semana por la comisión de reconstrucción del Congreso y, como ocurrió recientemente en la misma sede parlamentaria, volvió a ser la voz crítica y constructiva que trata de sembrar confianza entre los diputados. Otra cosa es que se le tenga en cuenta. Cos volvió a demostrar inquietud social y, como se debe exigir a un gobernador, puso las cosas claras y, en línea con lo que piden los empresarios, deberes en los que exige actuar de frente para abordar reformas estructurales.

ABC
Abc -Empresa
España
28/06/20
Pr: Semanal (Domingo)
Tirada: 98.320
Dif: 68.128
Cod: 133116621
Pagina: 13
Secc: E & F Valor: 3.135,67 € Area (cm2): 82,8 Ocupac: 10,22 % Doc: 1/1 Autor: Num. Lec: 457000

NOMBRAMIENTOS

José Luis Blanco
Director general del Instituto de Empresa Familia

La Junta Directiva del Instituto de la Empresa Familiar ha decidido esta semana nombrar nuevo director general ejecutivo de la organización a José Luis Blanco. Blanco atesora una dilatada experiencia profesional como socio de Garrigues y de Cuatrecasas Gonçalves Pereira, y como fundador y socio director de Latham & Watkins en España desde 2007 a 2017.

Juan Antonio Pedreño
Presidente de Cepes

Juan Antonio Pedreño ha sido reelegido, por unanimidad, presidente de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), dentro de la Asamblea General, cargo que ocupa desde 2008. Pedreño es además presidente de la patronal europea de la Economía Social (Social Economy Europe) y de la Red Euro-mediterránea de la Economía Social (Red ESMED),

La Voz de Galicia -Mercados
Galicia
28/06/20
Pr: Semanal (Domingo)
Tirada: 64.232
Dif: 57.539
Cod: 133120848
Pagina: 4
Secc: E & F Valor: 7.088,26 € Area (cm2): 171,6 Ocupac: 35,31 % Doc: 1/1 Autor: Num. Lec: 534000

LA SEMANA EN 7 CIFRAS Y 7 FRASES

INVERSIÓN

1.766

Millones que tiene el fondo verde creado por Amazon, que utilizará para invertir en tecnologías y empresas que reduzcan las emisiones.

EMPLEO

60 %

Porcentaje de empresas afectadas por un ERTE que recortarán plantilla en el 2021, según el Consejo General de Economistas.

AUTOMOCIÓN

160.000

Coches cuya venta impulsará el nuevo Plan Renove, dotado con 250 millones.

SERVICIOS

-41 %

Caída de la facturación en el sector durante el mes de abril, según el INE, el mayor descenso de la serie histórica.

SECTOR PRIMARIO

25.000.000

Euros que tendrá el nuevo plan de ayudas de Agricultura para el sector de la flor, el vino y la ganadería, según ha anunciado el ministro Planas.

TURISMO

180

Millones de viajeros menos en abril en el mundo respecto al mismo mes del 2019, lo que supone una caída del 97 %, según la OMT.

INDUSTRIA

1.233

Empleos que recortará Nokia en Francia, lo que equivale a un tercio de la plantilla que tiene en ese país la firma finlandesa.

«Nadie perdonará a Nissan y Alcoa la desvergüenza de utilizar esta situación»

PEPE ÁLVAREZ VIVEIRO
El secretario general de UGT considera poco ético y de mala fe aprovechar la crisis económica del covid para acelerar cierres.

«Necesitamos un plan de reconstrucción integral»

L. M. GILPÉREZ MADRID
El ex presidente de Telefónica pide ir más allá de acciones sueltas y sectoriales.

«La empresa debe crear a la vez prosperidad económica y valor social»

MARC PUIG MADRID
El presidente del Instituto de Empresa Familiar cree que la colaboración público y privada ayudará a salir de la crisis.

«Es necesario un marco que atraiga inversión foránea»

FERNANDO RUIZ MADRID
El presidente de Deloitte plantea que se ponga el foco sobre la digitalización.

«Las compras de activos por parte del BCE deben de ser flexibles, pero tiene que haber unos límites»

JENS WEIDMANN BERLÍN
El presidente del Bundesbank apuesta por una política monetaria que no genere incentivos erróneos en las arcas públicas.

«Nosotros quisimos ser ejemplares no llevando a cabo un ERTE en Paradores»

REYES MAROTO MADRID
La ministra responsable de Turismo asegura que las reservas en la red de establecimientos avanzan a buen ritmo.

«Parece apropiado mantener en un horizonte más amplio algunas de las medidas de apoyo a las rentas»

P. HERNÁNDEZ DE COS MADRID
El gobernador del Banco de España se ha mostrado a favor de prolongar en algunos sectores los ERTE vinculados al covid.

Expansión
Expansión -Fin de Semana
España
27/06/20
Pr: Semanal (Sabado)
Tirada: 28.818
Dif: 19.343
Cod: 133096536
Pagina: 1
Secc: EMPRESAS Valor: 19.120,90 € Area (cm2): 714,1 Ocupac: 82,77 % Doc: 1/3 Autor: Beatriz Treceño. Madrid Num. Lec: 131000

La empresa familiar da la cara frente al Covid-19

Representan casi el 90% del tejido productivo en España y el 67% del empleo privado, y juntos han lanzado una iniciativa para salir de la crisis actual. Su mejor arma son sus empleados.

Beatriz Treceño. Madrid

Algunas son centenarias y cuentan con la experiencia de haber superado dos crisis económicas y varias guerras, lo que les ha dotado de cierta capacidad de reacción a la hora de enfrentarse a esta crisis sanitaria sin precedentes.

Las empresas familiares, que representan casi el 90% del tejido productivo en España, tuvieron muy claro desde el inicio de la crisis del Covid que la primera decisión pasaba por proteger su valor más preciado: sus empleados. Y no sólo a nivel sanitario –fomentando el teletrabajo o proporcionando los EPI adecuados–, sino aportando la certidumbre y confianza suficientes en un momento en el que muchos trabajadores vieron peligrar sus puestos.

La primera decisión fue proteger a sus trabajadores a nivel sanitario y aportando seguridad laboral

Sobre esta base nació *#Damoslacara*, un movimiento impulsado por las Asociaciones Territoriales de la Empresa Familiar y el Instituto de Empresa Familiar, con el compromiso de hacer frente a la crisis sanitaria y económica y al que ya se han sumado más de 1.400 empresas y 1,4 millones de personas. "Nace de la conciencia de que entre todos podremos recuperar el terreno perdido", asegura Inés Rovira, directora de Asociaciones Territoriales y Fórum del Instituto de Empresa Familiar. Dar la cara significa ser conscientes de la responsabilidad que tienen estas compañías con las personas que trabajan en ellas. "Con el empleo hay que dar la cara y teníamos que proteger a los nuestros en los malos momentos", dice Álvaro Herrero, de Industrias Jacinto Herrero en uno de los vídeos de la campaña, ideada por la empresa de márketing Rebold y con web propia: damoslacara.com.

El 67% de los 16,4 millones de empleados privados en España trabaja en empresas familiares, según datos del INE, en las que, en algunos casos, por su reducido tamaño o localización en pequeñas po-

Pasa a la página 2 >

Expansión
Expansión -Fin de Semana
España
27/06/20
Pr: Semanal (Sabado)
Tirada: 28.818
Dif: 19.343
Cod: 133096536
Pagina: 2
Secc: EMPRESAS Valor: 22.799,58 € Area (cm2): 851,5 Ocupac: 98,7 % Doc: 2/3 Autor: Beatriz Treceño. Madrid Num. Lec: 131000

< Viene de la página 1

blaciones, el trato es casi familiar con la plantilla, lo que hizo aún más difícil el momento en el que hubo que comunicar el cierre temporal, como ocurrió en algunos sectores. "El producto y el cliente eran importantes, pero lo más importante era apostar por la calidad del personal", recuerda Fernando Lleida, propietario de El Cigarral de las Mercedes, en Toledo.

Una vez estuvo claro ese primer objetivo y cuando se pudo garantizar la seguridad de la plantilla, el segundo gran desafío fue asegurar el futuro de la compañía. Empleados y empresa se pusieron en marcha y, además de reactivar la actividad, afloró la solidaridad. Algunas reconvirtieron la producción para producir geles o pantallas protectoras, otras echaron una mano a sus clientes donando sus monos y botas de trabajo; mientras otras apoyaron a ONG para proporcionar alimentos a los más desfavorecidos. "Hemos intentado devolver a la sociedad lo que nos ha dado", dice Esther Aguirre, la gerente de Zamora Company, distribuidora de bebidas, que dirigió su solidaridad a sus clientes del canal horeca, uno de los sectores más perjudicados por el Covid, a quienes aprovisionó para la reapertura.

El propósito era que todo el círculo de actividad volviese a funcionar. "Teníamos que evitar retrasos en nuestros proyectos para no perjudicar a nuestros clientes" , dice Íñigo Guinea, CEO de la aluminera Ghi, quien, a su vez, reconoce el esfuerzo realizado también por parte de sus proveedores, mayoritariamente empresas pequeñas.

Estas compañías familiares pertenecen a sectores tan variados como la automoción, siderurgia, telecomunicaciones, agricultura, ganadería, alimentación o la aeronáutica, pero todas tienen en común una estructura familiar que, en muchos casos suma más de dos generaciones, lo que conlleva "una mayor responsabilidad para hacer las cosas bien", coinciden.

Con una vida media de 33 años, frente a los 12 años del resto de empresas en España, para algunas ha sido la primera vez, por ejemplo, del teletrabajo o las videoconferencias, "pero contamos con la ventaja de la flexibilidad para adaptarnos rápidamente a las circunstancias", cuenta David Martínez, CEO de Proasur.

Aunque casi un tercio de estas empresas sufrirá una caída de resultados superior al 80% en 2020, según un informe del Instituto de la Empresa Familiar y el IESE Business School, el optimismo es su mejor secreto. "Hemos perdido la mitad de la facturación pero ni un gramo de la ilusión y el entusiasmo", dice el fundador de Aciturri, Ginés Clemente.

Sus numerosos gestos de solidaridad también se dirigieron a sus clientes y proveedores

"Hemos perdido la mitad de la facturación pero no la ilusión", dice el fundador de Aciturri

LA EMPRESA FAMILIAR

Número
1,1 millones de empresas familiares en España (**89%** del tejido empresarial)

PIB
Aportan económicamente un **57%** del PIB privado

Empleo
El **67%** de los **16,4** millones de trabajadores privados

Vida media
33 años, frente a los **12** años del conjunto

Sectores
Mayoritariamente sector **primario** y **secundario**

Fuente: Insituto de la Empresa Familiar - IESE Business School
Expansión

EL IMPACTO DEL CORONAVIRUS

- El 86 % de las empresas familiares vio reducida su actividad desde el inicio de la crisis sanitaria, según un informe del Instituto de la Empresa Familiar y el IESE Business School.
- Casi la mitad de estas compañías han experimentado caídas superiores al 60% o el paro de su actividad durante los últimos meses.
- Alrededor de un tercio de las empresas encuestadas sufrirá una caída de resultados superior al 80% en 2020.
- Entre las medidas para paliar la crisis del Covid-19, redujeron o congelaron inversiones, presentaron ERTE y bajaron el salario de los directivos .
- Los objetivos prioritarios fueron, por este orden, asegurar la salud y el empleo de toda su plantilla y garantizar la continuidad de la compañía.
- Solicitan una mayor flexibilidad en los ERTE y en el aplazamiento de deudas tributarias, y aumentar las líneas especiales de financiación.

ACTIU

Reorientar la actividad para reacondicionar espacios

Carmen Berbegal, directora de Responsabilidad

- **Familia** Berbegal.
- **Generación** Segunda.
- **Fundación** 1968.
- **Sede** Alicante.
- **Actividad** Diseño de muebles y espacios de trabajo.

Para esta empresa alicantina dedicada al mobiliario de oficina, el Covid ha supuesto un cambio en el propio corazón del negocio. Si bien llegó a caer alrededor de un 30 %, lo que obligó a replantear los objetivos anuales de ventas, en estos meses ha conseguido adaptar su actividad a la situación actual, y de las instalaciones de proyectos de oficinas y grandes corporaciones han pasado al reacondicionamiento de espacios. El auge del teletrabajo por el confinamiento les animó a incorporar varias nuevas gamas de 'producto Covid', como mamparas; y, en los últimos días, trabajan para incorporar nuevas líneas *home office* que se venderán online. "La oficina no se va a acabar, pero hay que combinar hogar y oficina, y descubrir su capacidad de flexibilidad y adaptabilidad", dicen desde la compañía, que espera reducir la caída hasta un 10% a final de año. Durante el confinamiento enviaron mobiliario al Hospital de Ifema y a otros hospitales de campaña. "Somos los primeros trabajadores, y queríamos que las personas hiciesen algo que les emocionase". Además, llamaron por teléfono a sus 365 empleados, colaboradores y clientes para darles ánimos.

SIDRA EL GAITERO

Arnaldo

Ricardo Cabeza,

Aparcar la expansión online para apoyar a la UME

- **Familia** Fernández.
- **Generación** Quinta.
- **Fundación** 1890.
- **Sede** Villaviciosa (Asturias).
- **Actividad** Alimentación y bebidas.

La crisis del Covid-19 sorprendió a esta compañía en plena celebración de su 130 aniversario. Fundada por las familias Valle, Ballina y Fernández, Sidra el Gaitero está hoy en manos de la quinta generación de la familia Fernández, que además integra varias empresas del sector agroalimentario dentro del mismo grupo empresarial. En pleno desarrollo de su tienda online y a punto de lanzar una nueva bebida, Sidra El Gaitero tuvo que dejar esos planes a un lado y hacer frente a la situación derivada del Covid-19. Desde el principio tuvieron claro que lo primero eran sus 180 empleados del grupo e implantaron un protocolo de seguridad, anticiparon el pago del Sepe y realizaron donaciones de agua mineral a la UME y comida al Banco de Alimentos. Aunque por ahora resulte difícil valorar el impacto del coronavirus, cuentan con posponer el plan estratégico de este año y ejecutarlo en 2021.

Expansión
Expansión -Fin de Semana
España
27/06/20
Pr: Semanal (Sabado)
Tirada: 28.818
Dif: 19.343
Cod: 133096536
Pagina: 3
Secc: EMPRESAS Valor: 23.027,71 € Area (cm2): 860,0 Ocupac: 99,69 % Doc: 3/3 Autor: Beatriz Treceño. Madrid Num. Lec: 131000

GRUPO SURESTE

Adaptar la tecnología de seguridad frente al Covid

Pese a que la seguridad privada fue considerada como actividad esencial durante el estado de alarma, el cierre temporal de multitud de instalaciones dejó sin posibilidad de trabajo a buena parte de los 2.500 empleados del Grupo Sureste.
Aun así, consiguieron no presentar ERTE.
Mantuvieron la actividad adaptando su tecnología a las nuevas necesidades que demandaba el Covid-19 con drones, cerraduras electrónicas, vigilantes virtuales, control de sensorización de las personas o cámaras térmicas.
La reciente apertura de su centro tecnológico *SecurSpace* y la integración de nuevos servicios hicieron posible esta ágil respuesta. Tanto es así, que su previsión es incrementar la facturación un 17% para el cierre de 2020, hasta alcanzar una cifra total de ventas de 65 millones de euros. "Nuestro objetivo es seguir creando empleo", dicen desde la compañía.

- **Familia** Colucho
- **Generación** 2ª
- **Fundación** 1993
- **Sede** Molina de Segura (Murcia)
- **Actividad** Seguridad

José Colucho y Raúl Colucho, fundador, y presidente ejecutivo,

ANUDAL

Hacer frente a la crisis en pleno relevo generacional

Marta Hernampérez, directora comercial; **Ana Núñez,** cofundadora; y **Eva Hernampérez,** directora general.

La declaración del estado de alarma les sorprendió en pleno relevo generacional y, mientras la primera generación permaneció en casa desde mediados de marzo, la directora general de la compañía, Eva Hernampérez, asumió las riendas de la empresa. En una semana transformaron la producción de perfiles de aluminio para ventanas, en perfiles para mamparas. La prioridad desde un inicio fue mantener el empleo de sus 40 profesionales, con una trayectoria media de 30 años en la compañía, y no romper la cadena de pago a los proveedores, muchos de ellos también empresas familiares. Además quisieron poner su granito de arena y donaron comida a los sanitarios de centros hospitalarios con los que ya colaboraban desde hacía tiempo, así como con el Centro de Investigación de Badalona al que hicieron una aportación importante para el desarrollo de vacunas. "Esto ha sido anímicamente importante para todos", comenta Marta Hernampérez, directora comercial. "Para los próximos meses, y a falta de una previsión más clara, nos conformaríamos con no bajar más del 20% y no caer en pérdidas", dicen desde la empresa.

- **Familia** Hernampérez-Núñez.
- **Generación** Segunda.
- **Fundación** 1986.
- **Sede** Badalona (Barcelona).
- **Actividad** Escuadras y uniones para ventanas.

CASCAJARES

Multiplicar por 10 las ventas en la tienda online

Alfonso Jiménez Rodríguez-Vila, presidente

Conocida por sus platos navideños precocinados, especialmente por el capón, la firma Cascajares fue fundada hace 26 años en la localidad palentina de Dueñas, donde mantiene su única planta de producción en España, la segunda está ubicada en Canadá. Desde el inicio del confinamiento la compañía vio cómo las ventas de dos de sus principales líneas de negocio: el catering de líneas aéreas y la hostelería se reducían a cero por lo que fue necesaria una rápida reacción. Finalmente consiguieron que el canal alimentación subiese y que la venta online se multiplicase por 10. "Pudimos responder a esa gran subida de ventas y adaptamos los productos para venderlos online", recuerda el presidente y cofundador Alfonso Jiménez Rodríguez-Vila.

Esa capacidad de anticipación consiguió amortiguar el impacto en las ventas del mercado canadiense. "Nos adelantamos a la crisis y nuestra fábrica supo adaptarse", dice el cofundador de la firma, que emplea a 80 personas, 55 en España y 25 en Canadá. Aun así, reconoce que la facturación ha caído alrededor de un 70% en estos meses de confinamiento global.

- **Socios** Alfonso Jiménez Rodríguez-Vila y Francisco Iglesias Valle.
- **Generación** Primera.
- **Fundación** 1994.
- **Sede** Dueñas (Palencia).
- **Actividad** Elaboración de platos preparados.

BODEGAS BARBADILLO

Impulsar el canal online y brindar apoyo a la hostelería

Manuel Barbadillo Eyzaguirre,

Con el sector horeca cerrado por la crisis sanitaria, las ventas de esta histórica bodega gaditana llegaron a caer un 40% en los primeros meses del Covid. Lo que, en ningún caso, supuso la paralización de la actividad de este grupo integrado por más de 200 empleados. El canal online, que hasta la fecha no había resultado estratégico, comenzó a crecer a partir del 14 de marzo y, desde entonces, Barbadillo ha conseguido incrementar sus ventas online un 1, 2%. Buena parte de esas transacciones se obtuvieron durante la campaña *#AlumbradoEnElBalcón*, con la que animaban a celebrar la Feria de Abril desde casa con un *pack* que incluía seis botellas de manzanilla, seis catavinos y cinco farolillos. La alta demanda llegó a colapsar la página web durante algunas horas. El éxito y la repercusión de esa campaña se tradujo en una donación de la empresa a la hostelería sevillana con la misma cantidad de botellas vendidas a los particulares. El grupo también participó en la iniciativa *#FuerzaBar*, en apoyo a la hostelería y promovida por Heineken España, con la donación de 1.200 botellas de manzanilla.

- **Familia** Barbadillo.
- **Generación** Sexta.
- **Fundación** 1821.
- **Sede** Sanlúcar de Barrameda (Cádiz).
- **Actividad** Elaboración y distribución de vinos.

ABC
Abc (Ed. Sevilla)
Sevilla
28/06/20
Pr: Diaria
Tirada: 18.931
Dif: 14.608
Cod: 133124667
Pagina: 68
Secc: ECONOMÍA Valor: 11.969,49 € Area (cm2): 797,5 Ocupac: 92,26 % Doc: 1/2 Autor: E. FREIRE Num. Lec: 58432

ABC

«El ibérico está acostumbrado a las crisis»

Antonio José Castaño
Jamones Tartessos

Esta empresa familiar de Cumbres Mayores está arraigada en la Sierra de Huelva desde 1890, cuando el bisabuelo de Antonio José Castaño empezó con la cría del cerdo ibérico en la dehesa. Antes de la pandemia, Jamones Tartessos producía entre 80.000 y 100.000 jamones y paletas y facturaba entre 16 y 18 millones de euros. La crisis del Covid-19 reducirá casi a la mitad estas cifras en la campaña actual. «Nuestro sector es cíclico, estamos acostumbrados a las crisis, peso esta situación, en la que el mercado se cerró de la noche a la mañana, no se ha conocido nunca», señala el empresario. Muy enfocada a la hostelería de gama media y alta, la marca de ibéricos está apostando ahora por ampliar su cuota en tiendas detallistas especializadas.

«Sufrimos la caída del tráfico en el Estrecho»

José Luis Mtnez. Lázaro
Total Logistic Services

Esta compañía logística de cuarta generación, especializada en operaciones portuarias, ha sufrido el fuerte descenso del tráfico relacionado con el sector del automóvil y los productos del canal Horeca a través del estrecho de Gibraltar. Su matriz, Carmelo Martínez Rodríguez SL, supera el siglo de vida. Fue fundada en 1915 en Melilla por el bisabuelo de en y dio el salto a la Península en 1997. «Hemos sufrido las consecuencias de dos guerras mundiales, de la Civil, la independencia del Marruecos español y una epidemia de cólera en la zona colindante en los 70», subraya el también presidente de la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar. La firma tiene bases en Algeciras, Málaga, Puerto Real y Sevilla y factura más de 15 millones de euros.

ABC

ABC

«Nuestra cadena de valor ha sufrido más»

Fco. Mtnez. Cosentino
Grupo Cosentino

Cosentino ha vivido distintas crisis a lo largo de sus 40 años de andadura, pero la del Covid-19 «es distinta y más profunda por su extensión, la coincidencia en el tiempo en todos los mercados y lo limitado de la posibles respuestas». Esta es la reflexión del presidente de la multinacional almeriense de superficies para la arquitectura y el diseño, que facturó en 2019 más de 1.100 millones de euros y emplea a 4.850 personas en todo el mundo, de los cuales 2.600 están en España (2.200 en la sede central del grupo en Cantoria). «La pandemia nos ha afectado directamente como empresa industrial pero más a nuestra cadena de valor: los clientes marmolistas han cerrado de forma masiva igual que las tiendas de cocinas y baños», señala Francico Martínez Cosentino.

«Somos de los sectores menos afectados»

Jerónimo Jiménez
JJ Inversiones

El grupo jiennense JJ Inversiones tiene varias ramas de negocio: es empresa constructora, gestora de cementerios y tanatorios, funeraria y también se dedica al cultivo del olivar. Su mercado ha cambiado en función de la evolución de la pandemia. La construcción y los servicios de velatorio se paralizaron en un momento dado y la actividad se fue normalizando progresivamente. La firma andaluza ha gestionado un importante volumen de inicineraciones durante la crisis, colaborando con las zonas más castigadas como Madrid. La compañía, que factura 3 millones de euros y emplea a 30 trabajadores, ha impantado un novedoso sistema de duelo a distancia para que los usuarios del tanatorio pueden intercambiar condolencias de forma telemática.

ABC

EMPRESAS FAMILIAR

Andalucía se une a #DamosLaCara

▸ Curtidas en mil crisis, la visión a largo plazo, la vocacion de perdurar y el arraigo pueden al coronavirus

E. FREIRE
SEVILLA

Más de 1.400 empresas famliares se han sumado al movimiento #DamosLaCara, impulsado por compañías y trabajadores de toda España para demostrar su compromiso en la superación de la crisis sanitaria y económica. El Instituto de Empresa Familiar (IEF) y sus 18 Asociaciones Territoriales se ha unido a esta iniciativa impulsada por un sector empresarial que representa casi el 90% del tejido productivo y el 67% del empleo privado en España, y que es uno de los pilares más sólidos de la economía andaluza.

Destacadas empresas familiares de la región también están «dando la cara» para colaborar en el relanzamiento de la actividad económica y la recuperación del empleo de sus territorios. En la muestra que incluimos en esta información hay firmas centenarias hasta la sexta generación, nacidas en el siglo XIX, y otras más recientes de toda Andalucía, que cubren sectores variopintos a los que la pandemia ha castigado con diferente intensidad. Desde industrias de alimentación y bebidas, como Acesur, Barbadillo o Jamones Tartessos; a multinacionales del diseño y la decoración arquitectónica como Cosentino; aseguradoras como EGP Salinas; consignatarias de buques y operadores portuarios como Total Logistic Services; un fabricante de geomembranas plásticas como la granadina Atar-

ABC
Abc (Ed. Sevilla)
Sevilla
28/06/20
Pr: Diaria
Tirada: 18.931
Dif: 14.608
Cod: 133124667
Pagina: 69
Secc: ECONOMÍA Valor: 11.697,84 € Area (cm2): 779,4 Ocupac: 90,16 % Doc: 2/2 Autor: E. FREIRE Num. Lec: 58432

ABC

«El ecommerce ha sido crucial para la bodega»

Manuel Barbadillo
Barbadillo

A punto de convertirse en bicentenaria (fue fundada en Sanlúcar de Barrameda en 1821), Barbadillo es una de las empresas familiares más antiguas de España, ya con la sexta generación al mando. Su vasta experiencia le ha dado mimbres para adaptarse a los cambios que ha traído el Covid-19. «El impulso del negocio ecommerce ha sido fundamental para Bodegas Barbadillo, que ha visto comprometido el 40% de sus ventas debido al cierre del canal de hostelería», señala el presidente de la firma gaditana. Con 212 empleados trabajando en el grupo (incluidas Bodegas Pirineos en Huesca y Viñedos Real en Valladolid), alcanza una cifra de negocio de 33,5 millones de euros en sus mercados de España, Estados Unidos y el Benelux.

«El seguro sufrirá más en dos años»

David Salinas
EPG Salinas

La correduría de seguros cordobesa de la familia Salinas cumplió 40 años en 2019. Especializada en empresas y muy centrada en el sector agrario, gestiona un volumen de primas cercano a los 12 millones de euros y factura en torno a 2 millones. «El sector del seguro es anticíclico, va más lento que la economía como pudimos comprobar en la recesión de 2008. La crisis golpeará este año, pero el impacto será más fuerte en los venideros», avanza su consejero delegado. Con esta previsión, ya en el mes de marzo, EPG Salinas trazó un plan de acuerdo con su plantilla «para salir airosos de estos años complicados». No ha aplicado ERTE a sus 30 trabajadores e incluso ha sumado dos nuevos contratos de informáticos para acelerar la digitalización.

ABC

ABC

«Un pacto en la cadena alimentaria»

Álvaro Guillén
Acesur

Acesur, arraigada en Sevilla desde 1840, forma parte del escogido grupo de empresas familiares centenarias de Andalucía. Fabricante de marcas de aceite de oliva como la Española, Coosur y Guillén, opera en 110 países y facturó 602,5 millones de euros en 2019. Con 540 empleados, durante el estado de alarma tuvo que dejar en segundo plano su proyecto de enoturismo o su actividad para el canal Horeca, y planificar sus procesos para satisfacer la creciente demanda de la distribución comercial, un esfuerzo que reconoció a sus trabajadores de producción con una prima salarial del 10%. «Nos preocupa ahora que no se pacte con el sector privado la nueva Ley de Cadena Alimentaria», señala Álvaro Guillén, presidente, a su vez, de Landaluz.

«Nos hemos adelantado al virus»

Emilio Carreras
Atarfil

Atarfil nació en 1995, pero surgió en el seno de una familia dedicada a la industria de la impermeabilización desde el año 1964. Esta empresa granadina, con sede en Atarfe, fabrica geomembranas plásticas que se destinan, entre otra cosas, a la protección del medioambiente mediante la contención segura tanto de residuos como de agua. «La continuidad en la gestión de estas actividades es básica y en el caso concreto de la pandemia cobran especial relevancia los residuos urbanos, que se han seguido produciendo», señala el director gerente. Con plantas en Granada, Dubai y Virginia, factura 65 millones y tiene 180 empleados de 16 nacionalidades. «Tenemos clientes en todo el mundo y en muchas zonas nos hemos adelantado a la llegada del virus».

ABC

ES FRENTE AL COVID

fil o la constructora y gestora de tanatorios y cementerios de Jaén JJ Inversiones. Algunas han resistido depresiones causadas por guerras mundiales y hasta epidemias de cólera, y todas superaron la reciente recesión financiera de 2008. Coinciden en que el crac causado por la pandemia es «distinto» y «especialmente duro» por su intensidad repentina, que casi nadie previó, y su impacto aún desconocido en toda su dimensión.

Los empresarios y directivos consultados tienen claro cuáles son los «genes» o el «ADN» que permiten a las compañías familiares generar más resiliencia -palabra muy repetida por todos ellos- o capacidad de adaptación a situaciones adversas: visión a largo plazo sin mirar la rentabilidad mes a mes; vocación de perdurar, el arraigo y el compromiso de la propiedad con los territorios donde se asientan o la cercanía con los empleados, que «aporta humanización y hace que las plantillas vayan a una con la empresa».

Cada una de ellas, en función del sector en el que opera, ha tomado medidas para afrontar la coyuntura y pertrecharse para años complicados, hasta que se normalice la actividad. En algún caso se ha recurrido a los ERTE con reducción de jornada para ajustar la plantilla a las necesidades operativas y en la mayoría se ha mantenido todo el empleo e incluso reforzado para atender picos de demanda y acelerar la digitalización, como en la aseguradora cordobesa EGP Salinas: o incluso se ha reconocido el esfuerzo de los trabajadores de producción, que han acudido a fábrica durante el confinamiento, con primas salariales, como es el caso de la aceitera sevillana Acesur.

Después de las medidas de protección de la salud de sus trabajadores, siguiendo todas las recomendaciones y normativas recomendadas por las autoridades sanitarias, fomentar el teletrabajo en la medida de lo posible, asegurar la liquidez y aplicar la prudencia a la hora de realizar inversiones son las primeras decisiones que han tomado las empresas familiares andaluzas tras la llegada de la crisis del coronavirus.

Desde el punto de vista financiero, algunas compañías han utilizado las medidas implantadas para mitigar el efecto económico, como el aplazamiento de impuestos y los préstamos ICO o han recurrido a las líneas de avales impulsadas en Andalucía por la sociedad de garantía recíproca Garàntia y la Junta.

Como mensajes a las administraciones, la llamada al consenso con los sectores para pactar medidas de choque y una petición expresa de las firmas agroalimentarias, que reclaman que un pacto con todos los implicados en la cadena. También una advertencia en la voz de Álvaro Guillén (Acesur): «La gran crispación política complica la salida de la crisis económica».

INFORMACIÓN
Información de Alicante
Alicante
27/06/20
Pr: Diaria
Tirada: 15.347
Dif: 12.789
Cod: 133097461
Pagina: 14
Secc: SOCIEDAD Valor: 775,30 € Area (cm2): 147,0 Ocupac: 17,33 % Doc: 1/1 Autor: R. C. Num. Lec: 90000

La empresa familiar reclama más agilidad para acceder a la financiación

▶ Aefa retoma su actividad presencial con una jornada en la que se aborda la situación de las firmas tras el covid-19

R. C.

■ La Asociación de la Empresa Familiar de Alicante (Aefa) retomó ayer su actividad presencial con la jornada «¿Qué hemos aprendido de la crisis del covid-19 para ayudar a las empresas familiares?», en la que participaron los expertos Sergio Gordillo y Fernando Llano, socio director y socio, respectivamente, de la consultora Improven.

En la sesión, la presidenta de Aefa, Maite Antón, expuso como propuestas al Gobierno la creación de un marco más ágil para los ERTE; mecanismos para ayudar a las compañías a acceder a la financiación; y políticas fiscales encaminadas a apoyar la creación de empleo, «en vez de cargar el gravamen a las empresas familiares».

Tras la experiencia del covid-19, Antón instó a diseñar estrategias para «encontrar oportunidades en una situación de crisis».

PILAR CORTÉS

Maite Antón, presidenta de Aefa.

Gordillo habló de la importancia, en contextos como los actuales, «de tomar las decisiones adecuadas para tener una posición más competitiva que otras empresas», y Llano subrayó que «en esta carrera es fundamental ser muy ambicioso. Las crisis son un momento de nuevas oportunidades y hay que saber aprovecharlas, y solo los mejor posicionados pueden hacerlo».

La Voz de Galicia -Mercados
Galicia
28/06/20
Pr: Semanal (Domingo)
Tirada: 64.232
Dif: 57.539
Cod: 133120851
Pagina: 6
Secc: E & F Valor: 2.835,05 € Area (cm2): 69,4 Ocupac: 14,12 % Doc: 1/1 Autor: Num. Lec: 534000

La empresa familiar gallega se suma a la petición de un plan de relanzamiento

Redacción

La Asociación Gallega de la Empresa Familiar (AGEF) se ha adherido a la iniciativa que solicita un Acuerdo de Convivencia y de Relanzamiento Económico y Social por parte de los grupos parlamentarios comprometidos con la Constitución y el Estado de Derecho. De esta forma, la AGEF se suma a otras 65 entidades de la sociedad civil de todo el país, para requerir una alianza que tenga el objetivo de reforzar el sistema democrático y facilitar la recuperación económica tras la crisis sanitaria y económica producida por el covid-19.

El manifiesto apela al Gobierno de España a buscar acuerdos de Estado con los demás partidos defensores de la Constitución, desde un espíritu de colaboración que deje de lado la confrontación. Las entidades afirman que «la mayoría de los ciudadanos quieren políticas que se alejen de los extremos y que permitan el mayor nivel de consenso, y fomentar el encuentro entre españoles desde el escrupuloso respeto a la Constitución y al Estado de Derecho».

Así, esta iniciativa social pide a los líderes de las fuerzas políticas constitucionalistas que inicien lo antes posible un diálogo por un Acuerdo de Convivencia y de Relanzamiento Económico y Social. Además, las entidades firmantes se ponen a disposición para contribuir a implementar cuanto antes el acuerdo para la recuperación del país. Las empresas consideran necesarios recuperar el espíritu de consenso de La Transición, que alumbró el mayor período de libertad y prosperidad económica en la historia de España.

HERALDO DE ARAGON
Heraldo de Aragón -Economía y Negocios
Aragón
28/06/20
Pr: Semanal (Domingo)
Tirada: 44.057
Dif: 46.383
Cod: 133125338
Pagina: 4
Secc: E & F Valor: 1.427,19 € Area (cm2): 101,5 Ocupac: 12,2 % Doc: 1/2 Autor: Num. Lec: 186000

Gestión

Jorge Parra

Gestionar la sucesión

Uno de los principales retos que se le plantean a la empresa familiar es la gestión del proceso sucesorio, especialmente si tenemos en cuenta que solo un 50% sobrevive a la marcha del fundador y menos del 30% llega a la tercera generación. Según un estudio del Instituto de Empresa Familiar, la mitad de los líderes de este tipo de compañías cree que no debería retirarse nunca. La falta de confianza en los hijos, el convencimiento de ser insustituible, el temor a la pérdida de posición social o el propio desconocimiento sobre cómo llevar a cabo la sucesión son algunas de las razones aducidas. Curiosamente, según una encuesta de Russell Reynolds, el 95% de las empresas familiares considera importante este tema, pero apenas un 15% tiene un plan de sucesión en curso o implantado. Dada la importancia para la supervivencia de la empresa el relevo debe organizarse cuidadosamente con años de antelación: identificar al sucesor adecuado, planificar la formación necesaria y dotarle de la experiencia adecuada requieren tiempo. Un último consejo: el líder familiar debe acompañar al sucesor durante sus primeros pasos, pero debe evitar a toda costa el 'efecto clon', que le lleva a ver al sucesor como una prolongación de sí mismo.

EL MUNDO
El Mundo -Actualidad Económica
España
28/06/20
Pr: Semanal (Domingo)
Tirada: 111.635
Dif: 79.318
Cod: 133116356
Pagina: 61
Secc: OPINIÓN Valor: 25.072,93 € Area (cm2): 638,2 Ocupac: 67,04 % Doc: 1/1 Autor: Num. Lec: 664000

ae. opina

DEL 28 DE JUNIO AL 4 DE JULIO DE 2020

2.898

¿Quién liderará las empresas españolas del futuro?

Martí Saballs

Abogado del Estado, número uno de su promoción, antes de entrar a trabajar en 1992 como responsable de la asesoría jurídica del Banco Popular, pasó por la función pública. En 1996 fue nombrado director general de Patrimonio. En 1998 regresó al Popular como secretario general. En 2000 fue nombrado copresidente de la tabacalera Altadis. En 2005 Amancio Ortega le ofrece ser consejero delegado de Inditex. En 2011 ya era su presidente. Es el cv abreviado de Pablo Isla, responsable de la empresa española más valorada en Bolsa y considerado en los últimos años por distintos medios internacionales como uno de los mejores ejecutivos del planeta.

Juan Roig, licenciado en Económicas. Él y tres de sus hermanos compraron a sus padres en 1981 una pequeña cadena de ultramarinos valenciana llamada Mercadona. En 1991 se hace con la mayoría del capital del grupo distribuidor que hoy es la primera empresa de capital familiar privado de España, con 25.500 millones de facturación en 2019.

Pablo Isla y Juan Roig flanquearon a Antonio Garamendi, presidente de la CEOE, en la inauguración de las recientes jornadas *Empresas Españolas Liderando el Futuro*, donde un nutrido grupo de empresarios de todos los sectores evaluaron la situación económica actual y cómo enfrentarse a la dura reconstrucción que tenemos por delante. Isla y Roig representan las dos caras del empresariado nacional. Isla es el reflejo del alto ejecutivo que se ha labrado la carrera a lo largo de muchos años hasta llegar a la cúspide. En su caso, en un grupo controlado accionarialmente aún por la familia Ortega. Roig es uno de los representantes más reconocidos de la empresa familiar española. Las hay que apostaron por salir a Bolsa y aquellas que mantienen el control privado. Entre las empresas cotizadas destacan las familias Entrecanales (Acciona), del Pino (Ferrovial), Gallardo (Almirall), Escarrer (Meliá), Grifols o Riberas (Gestamp). Forman parte histórica del *Quién es Quién* de la empresa nacional que ya existían en el año 2000. Del éxito del relevo generacional y de la visión del negocio depende su pervivencia futura. Entre las no cotizadas, aparte de Roig, pervive el control familiar en grupos de sectores muy diversos como Puig, El Corte Inglés, Antolín, Celsa, Roca o Barceló. Apellidos que hace 20 años mandaban y aún mandan, aunque algunas delegando cada vez más en consejeros ejecutivos que no forman parte de la familia. La comparación con hace 20 años sirve para comprobar que el único banquero español que se mantiene en la presidencia de una entidad financiera es Josep Oliu, en Banco Sabadell. Como Oliu, Florentino Pérez sigue al frente de la constructora ACS. A su lado, se mantienen nombres y apellidos eternos que han logrado saltar de una empresa a otra. Del Ibex 35, Antonio Brufau en 2000 mandaba en la antigua Gas Natural hasta que en 2004 fue nombrado presidente de Repsol. Ignacio Sánchez-Galán fue designado presidente ejecutivo de Iberdola en 2006, empresa a la que llegó en 2001 desde Airtel. Isidro Fainé sigue oteando CaixaBank desde la presidencia de la Fundación Bancaria La Caixa, Ana Botín lidera en Santander y Carlos Torres y Francisco Reynés hacen lo mismo en BBVA y Naturgy. Todos ellos son los más reconocibles de un *Quién es Quién* al que le toca enfrentarse a la peor crisis de nuestra historia reciente.