



Banca March con las empresas de Menorca y la economía local

- ▶ Experiencia, conocimiento de la realidad insular y capacidad para gestionar el patrimonio familiar
- ▶ El 2022 conmemora el 50 aniversario de la apertura de la primera sucursal de la entidad financiera en la Isla





Josep Pons Fraga

Editor del diario Menorca

Emprender e invertir en Menorca: oportunidades y dificultades

Banca March y **MENORCA • «Es Diari»** han organizado ocho ediciones del Foro Menorca de la Empresa Familiar que han dado voz propia y visibilidad a 24 emprendedores, industriales, creadores y promotores de la Isla.



La pandemia motivó, durante el 2020, la interrupción del formato presencial de este encuentro y, en su lugar, se editó un suplemento que explicó los ocho foros celebrados, los ponentes que han intervenido así como las principales propuestas aportadas para incentivar y mejorar la economía local.

Este año, y cuando la incidencia del coronavirus ha ido remitiendo, con una eficaz reducción de los contagios y los índices de positividad, en aplicación del principio de prudencia,

las entidades organizadoras del encuentro empresarial hemos acordado publicar este suplemento, que aporta distintos contenidos sobre la situación actual y perspectivas de la realidad socioeconómica de Menorca; el papel que desempeña Banca March como entidad financiera de referencia con las reflexiones del director territorial en Balears, Vicente Jábega; y la directora de zona de Banca March en Mallorca Nord y Menorca, Marilén Palou; y las actividades que organiza la Associació Balear de l'Empresa Familiar (ABEF), que desde el primer día colabora con este foro menorquí.

Ejemplos de empresa familiar menorquina

También explicamos el trabajo y la trayectoria empresarial de Explotaciones Pons Marín, centrada en la iniciativa emprendedora de Miguel Pons Villalonga -fallecido el pasado 13 de octubre- que supo innovar en la industria quesera y apostar por la diversificación; y Cafrisa, el negocio bajo cero que transformó la hostelería y modernizó el sector de la

alimentación insular, que este año celebra su cuarenta aniversario. Son dos ejemplos de empresa familiar menorquina que se han sabido renovar y transformar, afrontando también con acierto el relevo generacional.

El negocio en una región insular.

Emprender, crear, promover e invertir en Menorca presenta oportunidades, retos, expectativas y dificultades, porque toda iniciativa o actividad se desarrolla en una región insular. El principal desafío consiste en compensar y reducir los sobrecostos del hecho insular para convertirlo en una ocasión que propicie el negocio.

Menorca ha demostrado su capacidad emprendedora, con excelentes casos de éxito en la industria y el comercio; y figuras relevantes en el calzado, la bisutería y la hostelería. Emprendedores que, desde esta Isla en el centro del Mediterráneo occidental, se esforzaron, lucharon contra muchas adversidades y llevaron a cabo sus iniciativas en el ámbito de la escena familiar.

En un escenario marcado por la digitalización y la globalización, Menorca ha de apostar por la diferenciación, cierto, pero ha de poder producir y competir en igualdad de derechos y condiciones que las empresas del continente.

Nivel de riesgo: la categoría "1" no significa que la inversión esté libre de riesgo.



Hace tiempo que el momento es ahora.

MEDITERRANEAN FUND

Ahora es el momento de protegernos a nosotros y a nuestros mares.

Mediterranean Fund, un fondo que invierte de manera responsable en la economía del océano, la séptima economía del planeta y con un alto potencial de crecimiento.

Banca March, el banco más solvente de España.

Solicite una propuesta personalizada para sus ahorros en bancamarch.es | 900 227 227

BancaMarch
CRECER JUNTOS

Esta información tiene una finalidad meramente ilustrativa y no puede considerarse en ningún momento una recomendación de inversión o de contratación de productos financieros. El fondo al que hace referencia es un producto de riesgo elevado y no resulta adecuado para todos los clientes, por consiguiente, el producto puede no ser adecuado para sus objetivos específicos de inversión, su posición financiera o patrimonial o su perfil de riesgo. Mediterranean Fund es un compartimento de March International SICAV que es una IIC domiciliada en Luxemburgo. Sociedad gestora del fondo: FundRock Management Company S.A. Gestor de Inversiones: March Asset Management SGIC, S.A.U. Administrador, Depositario y Agente de pagos: RBC Investor Services Bank S.A. Puede consultar el DFI y folleto del fondo en www.march-am.com

Vicente Jábega



Director Territorial de Balears de Banca March

Es el momento de las empresas familiares

De no haber acontecido la pandemia del coronavirus, este año hubiésemos celebrado la décima edición del Foro Menorca Banca March de la Empresa Familiar. Como en 2020, hemos optado por la prudencia y ya será en 2022, si todo va según lo esperado, cuando podamos volver a reunirnos en el Centro de Convenciones de Es Mercadal. Será en un año de una gran carga simbólica para nosotros, ya que en 2022 conmemoraremos el 50 aniversario de la apertura de la primera oficina de Banca March en Menorca.

mercados, lo que nos permite apostar por la gestión prudente y la creación de valor a largo plazo. Y de prudencia y de creación de valor a largo plazo saben mucho las empresas familiares. Según un reciente estudio publicado por «Credit Suisse», las empresas en las que el creador o la familia siguen en el accionariado de manera significativa funcionan mejor que sus competidores, consiguiendo retornos medios anuales extra muy superiores.

Otra cosa de lo que saben mucho las empresas familiares es de sostenibilidad. Tienen que ser sostenibles en el tiempo para garantizar el paso de una generación a otra, y con el entorno, con el que establecen una relación directa, sustancial. En Banca March buscamos impulsar un negocio más rentable y sostenible, que sea respetuoso con las personas y el entorno. El compromiso con el crecimiento conjunto, base de nuestra filosofía centenaria, nos exige una gestión que contribuya a un modelo económico integrador y sostenible y, que al mismo tiempo, sea rentable para clientes, empleados, accionistas y la sociedad en general. Somos plenamente conscientes de que el sector financiero tiene una gran capacidad de influencia en la sociedad y el desarrollo económico y, por tanto, sus actuaciones generan un impacto que debe ser medido para lograr los objetivos establecidos.

Sostenibilidad y rentabilidad

En nuestro caso, esta estrategia global de sostenibilidad tiene dos ámbitos de actuación: un ámbito de funcionamiento interno, que abarca desde acciones de voluntariado, donaciones a organizaciones que trabajan por la conservación del medio ambiente, tarjetas sostenibles, cultura de «papel cero» o formación en finanzas sostenibles, hasta la mejora de todos los procesos y dinámicas del banco que contribuyan a la protección del medio ambiente. Y otro ámbito adscrito a las propuestas de inversión y financiación que Banca March pone a disposición de sus clientes para conjugar de la mejor manera sosteni-

bilidad y entabilidad. Ejemplo de ello es Mediterranean Fund. Creado por la gestora de fondos de Banca March, es un fondo de inversión de impacto medioambiental que destina el 10 por ciento de la comisión de gestión a proyectos de conservación y recuperación de los ecosistemas marinos.

El objetivo: la excelencia

Esta filosofía, propia de las empresas familiares, ha hecho de Banca March el banco más solvente de la banca española, el que goza de la tasa de mora más baja y uno de los bancos con mayores niveles de liquidez y cobertura de riesgos en Europa. Por eso cada vez más empresas familiares confían en nosotros.

Pero si de algo se muestran satisfechos nuestros clientes es de la calidad técnica de nuestros gestores. Nuestro objetivo es la excelencia. Somos la mejor escuela de formación de gestores de banca privada y para asesorar a empresas de la banca española. El

Por cien de los empleados de Banca March ha recibido formación en los últimos cinco años, dedicando para ello una inversión que casi triplica la media del sector en España. Por este y otros motivos, este año hemos sido reconocidos como una de las diez mejores empresas para trabajar en España y el único banco español entre las mejores empresas para trabajar en Europa, según el prestigioso ranking Best Workplaces 2021 de la consultora independiente Great Place To Work®.

¿Y por qué en Menorca? Por una cuestión de arraigo, de cercanía y de negocio. Nuestra vinculación con la sociedad menorquina es inquestionable. Llevamos cincuenta años trabajando mano a mano con los principales emprendedores de la Isla, todos ellos al frente de empresas familiares punteras en su sector. Pienso en empresas como Pons Quintana, PortBlue, Destilerías Xoriguer, Vidal&Vidal, Mascaró Morera, Owners Cars, Viatges Magon, Jaime Mascaró, Bonnin Sansó, Grup Sastre, Hotel Jardí de ses Bruixes, Hijos de F. Quintana, Grupo Torres, Agencia Cardona o Pou Nou, todas ellas protagonistas en alguna de las ocho ediciones celebradas del Foro Menorca Banca March de la Empresa Familiar. Y las que quedan por celebrar.

Estamos en el año de la recuperación, cerca de recibir los fondos europeos, con una previsión de crecimiento del PIB español del 5,5 por ciento, un año en el que las reservas turísticas se han reactivado y la demanda de los hogares ha crecido con fuerza a causa del ahorro acumulado. Ahora más que nunca es cuando debemos escuchar y apoyar a las empresas familiares, verdaderas protagonistas de la reactivación económica. Es su momento.

ARRAIGO EN LA ISLA
«¿Por qué en Menorca?
Por una cuestión de
arraigo, cercanía y de
negocio. Nuestra
vinculación con la Isla es
incuestionable»



¿Por qué un foro de empresa familiar? ¿Y por qué en Menorca? Empezaremos por la primera cuestión.

Entidad financiera familiar en España

Desde sus inicios en 1926, Banca March ha querido ser el banco de las empresas familiares y las familias empresarias. Somos la única entidad cien por cien familiar en el panorama financiero español y entendemos mejor que nadie las particularidades de este tipo de empresas y sus necesidades, así como su importancia crucial para la vertebración y la prosperidad de la sociedad. Poner en valor la importancia de la empresa familiar es una de nuestras banderas, por eso siempre hacemos todo lo que está en nuestras manos por dignificarlas y apoyarlas en su quehacer diario.

La particularidad del accionariado de Banca March ha hecho de su modelo de negocio algo único y no replicable para el resto de entidades financieras. Nuestros clientes pueden invertir junto a nuestros accionistas en una alineación de intereses única en el sistema español. Además, al ser un banco cien por cien familiar, no cotizado en Bolsa, no estamos sometidos a las presiones cortoplacistas de los



Marilén Palou | Directora de zona de Banca March Mallorca Nord y Menorca

«Llevamos 50 años remando con las empresas de Menorca»

► Marilén Palou subraya el **trato directo con los clientes** menorquines, lo que permite **«adaptarnos a las necesidades de cada uno»**

Josep Pons Fraga

Vinculada profesionalmente a Banca March desde 1996, Marilén Palou desempeña, con eficacia y solvencia, la dirección de zona de la entidad en Mallorca Nord y en Menorca. A partir de 2013 ha venido ejerciendo esta responsabilidad, lo que le ha permitido adquirir un exacto conocimiento de la realidad y actividad socioeconómica menorquina.

En unos ejercicios marcados por la pandemia, ¿cómo valora el 2020 y este año?

—El 2020 fue muy complicado para todos los sectores. Las zonas con mayor aportación del sector servicios al PIB regional, como Balears, se vieron especialmente afectadas. Menorca no fue una excepción, porque la temporada turística quedó reducida prácticamente a un mes. Por suerte, la construcción contribuyó de forma positiva a la dinámica económica, pero no fue suficiente para equilibrar la caída del turismo. Los inicios de 2021 fueron muy complicados por la pandemia. Después, la temporada ha superado todas las previsiones que se habían hecho.

¿Cómo evoluciona el 2021?

—La actividad turística de Menorca ha sido distinta a la habitual, con aspectos positivos que pueden abrir un punto de inflexión en el desarrollo futuro del modelo turístico. La construcción ha seguido aportando en positivo, sobre todo por la inversión de particulares, que han destinado parte de sus ahorros a la mejora de sus viviendas, y también por el comportamiento positivo del mercado inmobiliario, que se ha visto favorecido por el interés

que suscita nuestra Isla entre personas de alto poder adquisitivo. Y es que la calidad de vida que ofrece Menorca es única.

¿Qué medidas aplica Banca March en este escenario?

—Nuestra primera acción consistió en preservar la salud de nuestros profesionales y clientes para asegurar la continuidad de los negocios. Entre las prioridades, proteger el patrimonio de los clientes con un buen asesoramiento para amortiguar la volatilidad como la vivida en 2020. Al mismo tiempo, reforzamos nuestras herramientas digitales y actualizamos nuestra web para responder a la mayor demanda de información. También hemos facilitado el acceso a pensiones domiciliadas y prestaciones de desempleo, anticipando la fecha y ampliando el plazo de cobro. Igualmente, hemos participado en líneas de avales ICO para empresas y autónomos, carencias y moratorias sectoriales, amparadas por Real Decreto o por iniciativa del banco, así como en las líneas ISBA-Covid del Govern balear que suponen casi 6.000 operaciones con un importe de 1.564 millones de euros. Más del 50 por ciento de las operaciones y el 34 por ciento del volumen se ha materializado en Balears.

¿Cuáles son las previsiones y el escenario para el 2022?

—Las tensiones en las cadenas de suministro, por el fuerte aumento de la demanda al relajarse las restricciones, y la ralentización china, harán que en 2022 la economía mundial se desacelere. Según nuestras previsiones, crecerá un 4,6 por ciento, frente al 5,6 por ciento de este año. Respecto al miedo a una inflación excesiva, conviene mantener la calma. Es



«Formato presencial». Marilén Palou espera celebrar el 2022 el Foro Menorca Banca March Empresa familiar con formato presencial.



«Menorca es ejemplo de cómo hacer las cosas como destino turístico diferente»

«Ofrecemos a nuestros clientes la inversión en los mismos activos que los accionistas»

«Tanto Banca March como la isla de Menorca apostamos por el largo plazo»

«Somos un banco cien por cien familiar con un modelo de negocio único»

«Contamos hoy con cinco oficinas y 25 empleados en la Isla»

dad de un turismo enfocado al disfrute de la naturaleza, a los deportes respetuosos con el entorno, un turismo familiar, no solo de sol y playa. Es una de las cartas que Menorca debe jugar.

¿Qué ofrece Banca March a las empresas de Menorca?

—Somos un banco familiar a la vanguardia en la gestión de las empresas, tecnológicamente desarrollado que apuesta por la cercanía y la especialización, la prudencia y el largo plazo, así como brindar un trato personal. Nuestro modelo de negocio es único, no replicable por la competencia. Aportamos algo escaso y valioso: el compromiso de verdad. El hecho de ser un banco cien por cien familiar, con el compromiso de cuatro generaciones al frente de la entidad, nos permite ofrecer a nuestros clientes la inversión en los mismos activos que los accionistas del banco. Es nuestro mayor compromiso con Menorca, donde trabajamos desde hace medio siglo y somos parte importante de su economía y su cultura. Conocemos a las empresas menorquinas y ellas también nos conocen bien. Llevamos mucho tiempo remando en la misma dirección.

¿Cómo valora la relación con los clientes de Menorca?

—Se basa en la proximidad de nuestros gestores, la calidad de los servicios en cada una de las oficinas y el conocimiento directo, lo que permite adaptarnos a las necesidades de cada uno de ellos. Se trata de seguir haciendo lo que mejor sabemos: asesorar a nuestros clientes y acompañarlos en las decisiones que afectan a sus finanzas y patrimonio. Les ayudamos a familiarizarse con el uso de las nuevas tecnologías, sin olvidar que hay un segmento que puede tener dificultades. En tales casos, priorizamos una relación más tradicional.

¿Cuál es la identidad menorquina de Banca March?

—Menorca cuenta hoy con cinco oficinas y una plantilla de 25 empleados, entre ellos dos gestores especializados en Banca de Empresas, dos gestores de Banca Privada—que forman parte del Centro de Banca Privada de Balears— y seis gestores de Banca Personal. Todos se caracterizan por su experiencia; alto grado de cualificación al conocer muy bien las sensibilidades de la sociedad menorquina; implicación con su labor profesional, proximidad a nuestros clientes, integridad en el desarrollo de su actividad laboral, ambición, esfuerzo, exigencia y compromiso. Todos estos valores están alineados de manera acorde al modelo estratégico de Banca March. Año tras año seguimos incrementando el número de clientes en Menorca.

cierto que ahora está disparada, pero es algo temporal. Creemos que los precios volverán a situarse en tasas asumibles en la segunda mitad de 2022. En España pensamos que el PIB crecerá este año un 5,5 por ciento, recuperando los niveles previos a la crisis a mediados de 2022. Esta mejora vendrá dada por la recuperación del sector turístico y por la llegada de los fondos europeos. Así las cosas, y teniendo en cuenta las altas tasas de vacunación tanto en España como en Europa, esperamos un crecimiento más acelerado en 2022 que en 2021.

¿Cuáles son los retos y oportunidades de Menorca?

—Menorca siempre ha sido diferente al resto de las islas del archipiélago balear. Y en esta diferencia radican tanto su «talón de Aquiles» como su gran potencial. El desarrollo turístico en Menorca ha ido a un ritmo diferente. Es una isla que conserva buena parte de su belleza natural intacta. En un mundo que apuesta por la sostenibilidad y por el cuidado del medio ambiente, Menorca es ejemplo de cómo hacer las cosas. Es un destino muy atractivo, de desconexión. Tanto Menorca como Banca March apostan por el largo plazo. Ser Reserva de la Biosfera garantiza la perdurabili-



La producción de queso y el arrendamiento de hoteles como el Port Mahón, han sido las dos actividades económicas sobre las que Miguel Pons Villalonga ha consagrado su vida. Foto: P.M.

David Baret

El pasado 13 de octubre falleció en Alaior Miguel Pons Villalonga, cuya trayectoria vital ha estado volcada en cimentar y multiplicar el negocio familiar que heredó, para transformarlo en una sólida empresa que supo hacer crecer, diversificándola hacia otros sectores. Recogió de su padre la tradición de los maduradores de queso de la Isla y acabó creando una innovadora industria quesera, cuyos frutos destinó a la adquisición de establecimientos hoteleros para su alquiler, en un ejemplo de visión de futuro y economía diversificada. Tuvo siempre el apoyo de su mujer, Carmen Petrus, que no solo se ocupó de educar a sus tres hijos, sino que también trabajó en la empresa familiar. Son ahora Miquel, Pere y Sara Pons Petrus, los que encarnan la tercera generación cuya misión será hacer crecer este legado siguiendo el ejemplo que recibieron.

Acompañando a su padre

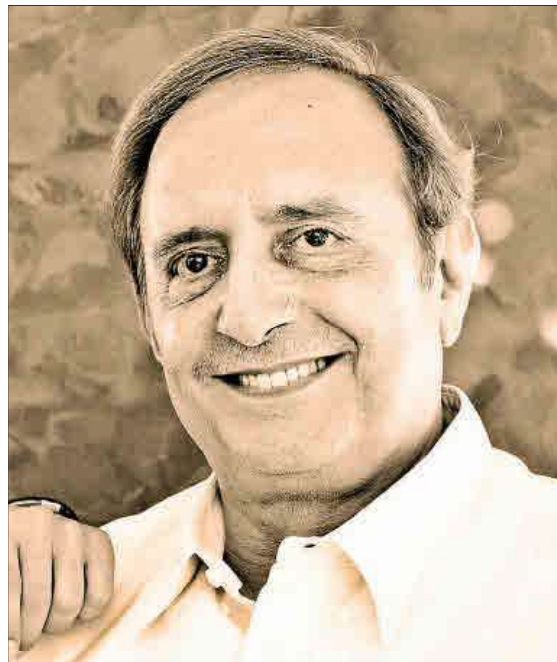
Miguel Pons Villalonga empezó a trabajar en los años sesenta acompañando a su padre, Miguel Pons Marín, a visitar las fincas de Menorca donde negociaban la adquisición de la producción quesera artesana del lloc, para posteriormente llevar a cabo su maduración. En los años setenta el negocio quesero de Explotaciones Pons Marín SL se fue asentando y empezaron a hacer los primeros envíos a Mallorca a través del contacto con distribuidores, añadiendo el comercio de otros artículos relacionados con el campo como piensos, abonos, semillas o lana, entre otros. A lo largo de la década de los años ochenta se produjo su incorporación al frente del negocio, tomando las riendas dentro de la empresa con el propósito de mejorar la

NEGOCIO FAMILIAR
Tras su fallecimiento el pasado 13 de octubre, serán ahora sus tres hijos, Miquel, Pere y Sara los que continuarán con el negocio

Miguel Pons Villalonga, ejemplo de espíritu de lucha y visión emprendedora

► Heredó de su padre el espíritu negociador para pasar a dar forma a una **innovadora industria quesera**, diversificando su negocio con el paso de los años hacia el turismo

calidad, tanto gastronómica como sanitariamente, del queso que se maduraba. La disparidad de sistemas propios de producción para el queso fresco de cada finca no les permitía homogeneizar el producto final y por ello, Miguel Pons Villalonga decidió dejar de madurar y pasar a elaborar directamente el queso, siguiendo las prácticas propias del queso artesano, sobretodo en lo que respecta al uso de leche cruda. Después de diversas pruebas, en 1985 decidieron llevar a cabo la transformación del negocio, pasando a producir completamente el queso en vez de sólo madurarlo y distribuirlo, creando la marca La Payesa. Adquirieron para ello una nave de mil metros cuadrados en el Polígono Industrial de Alayor e invirtieron en maquinaria para poder completar todo el proceso. También firmaron acuerdos estables y de larga duración con el sector lácteo de Menorca, a través de varias ganaderías productoras de leche. En 2006 adquirieron dos naves más en el mismo polígono hasta llegar a las cinco que actualmente disponen, cuatro de las cuáles destinadas a maduración y la quinta donde se ubica todo el proceso de fabricación del que



Miguel Pons Villalonga fotografiado en la exposición Retrats de Ló

salen las 300 toneladas de queso que comercializan a través de distribuidores.

Los hoteles

Conforme pasó el tiempo, el espíritu emprendedor de padre e hijo los trasladó a otros sectores paralelos a su faceta industrial, invirtiendo los frutos de la in-

industria quesera en fincas que tuvieran una ubicación estratégica, entre las que destacan el emblemático Hotel Port Mahón o el hotel Playa Azul en Cala en Porter. Los quesos fueron siempre su prioridad, pero gracias a su espíritu de lucha y su tenacidad característica, consiguieron hacerse con el 100% de todas de sus fincas. En la actualidad, su sociedad patrimonial Inversiones Pons Marín posee 4 hoteles en la Isla, siendo su última adquisición el hotel La Quinta, en Cala en Bosc, que adquirieron en 2014. Como empresario siempre tuvo claro que zapatero a tus zapatos y por ello nunca decidió asumir la explotación directa de los establecimientos, sino que externalizó su gestión, confiando en la profesionalidad de empresas especialistas como las cadenas hoteleras Set Hotels y Portblue Hotel Group. Más allá de ese patrimonio familiar quedan ahora entre los suyos los valores que ejemplificó con su vida, valores como el sacrificio, el esfuerzo y la constancia.

Una lesión medular que no le impidió crecer profesionalmente

A los 39 años, Miguel Pons Villalonga sufrió una lesión medular que le obligó a quedar postrado en una silla de ruedas. Lejos de conformarse con el destino que le había reservado la vida, Miguel puso todo su empeño en recuperar su movilidad, llegando, a través de la fisioterapia, a caminar con apoyo de unas muletas. Adaptó su vida a la realidad que le tocaba vivir, sin considerarse una persona incapaz, sino todo lo contrario. Durante muchos años se volcó en su trabajo y su gran fuerza de voluntad y fortaleza le permitieron seguir creciendo como empresario.



David Riera Florit ha seguido los pasos de su padre Lorenzo Riera, que durante 35 años estuvo al frente de la empresa. Foto: JOSEP BAGUR GOMILA

CAFRISA: El negocio bajo cero que transformó el sector de la hostelería en Menorca

► La empresa celebra este año su **cuarenta aniversario** como distribuidora que innovó en el sector de la alimentación de Menorca, comercializando pescado y marisco congelado

David Baret

Hablar de Cafrisa es hablar de un negocio con una trayectoria de 40 años de experiencia en la distribución de productos congelados, una empresa que supo innovar en su momento, convirtiéndose en la primera de Menorca en comercializar pescado y marisco bajo cero al sector de la alimentación, restauración y la hostelería pero con una vocación de servicio que iba más allá de la propia entrega. En la actualidad, la familia de Cafrisa la conforman cuatro socios fundadores y catorce trabajadores liderados por David Riera Florit, que ha seguido los pasos de su padre Lorenzo, impulsor de la transformación del negocio desde sus inicios.

Trayectoria

Cámaras Frigoríficas Sociedad Anónima, CAFRISA, es una empresa fundada en Ciutadella en mayo de 1981 por seis socios que tuvieron la idea de iniciar un negocio innovador en Menorca en el sector de la distribución de pescado y marisco congelado. «Fuimos los primeros en trasla-



Se trabaja bajo cero para garantizar la calidad del producto. Foto: J.B.G

SERVICIO

Disponen de una flota de seis vehículos formada por dos camiones isotérmicos y cuatro furgonetas. Reparten a toda Menorca desde Ciutadella donde tienen unos almacenes frigoríficos de 800 m²

dar esta idea de servicio al sector de la alimentación y la hostelería, que quiso confiar en nosotros gracias a la propuesta innovadora que les planteábamos», explica David Riera, actual gerente y segunda generación. El encargado de hacer realidad esta idea fue su padre Lorenzo Riera Caules, que durante treinta y cinco años supo llevar a cabo una gran labor de gestión del negocio tanto en la relación con los clientes como con los proveedores, sabiendo intermediar en la compraventa y distribución del producto congelado y haciendo visible su ventaja competitiva en cuanto a precio

y calidad. La buena aceptación de la propuesta de Cafrisa trajo consigo un crecimiento en las ventas en relativamente poco tiempo, lo que propició un aumento en paralelo tanto de la flota de vehículos para reparto como de personal propio, que pasó de cuatro a ocho personas. Así mismo también se amplió la gama de productos que desde Ciutadella ofrecían en su portafolio, incorporando también productos cárnicos, embutidos, verduras y precocinados, lo que con el transcurso de los años ha supuesto que hoy día estén trabajando con más de 500 referencias. «Yo me incorporé al negocio en el año 2000, después de finalizar mis estudios con el objetivo de trabajar codo a codo con mi padre como adjunto de dirección», explica David Riera.

Durante quince años hasta la jubilación de su padre, Lorenzo Riera, juntos afrontaron distintos retos de modernización de la empresa como por ejemplo las distintas adquisiciones de maquinaria y tecnología, las sucesivas renovaciones de flota así como un crecimiento considerable en recursos humanos. «En un negocio cada decisión que tomas condiciona su futuro y juntos, supimos llevar la empresa a buen puerto», añade Riera.

Nueva etapa

En 2019 Cafrisa empezó a importar directamente productos congelados desde Marruecos, como por ejemplo calamares, pulpos o sepias, asegurando de este modo una nueva línea de crecimiento para la empresa sin perder de vista las señas de identidad que habían marcado su trayectoria basadas en la confianza y en la garantía de calidad del producto. «Si algo nos ha caracterizado ha sido el profundo conocimiento del producto que manejamos y la profesionalidad con la que llevamos a cabo todos los procesos. Siempre nos ha gustado ir un paso por delante de nuestros clientes para avanzarnos a sus necesidades y por ello abrimos esta línea de importación directa», explica David Riera.

Un año después de iniciar esta experiencia crearon Cafrisa Express, como división dedicada al servicio a domicilio para particulares, trasladando la operativa al terreno *on line* a través de su página web. El objetivo era que el cliente pudiese realizar los pedidos que posteriormente serían distribuidos por su flota de vehículos isotérmicos. «Fue nuestra respuesta a la situación creada por la pandemia, que trastocó la dinámica comercial de la empresa pero lejos de tener los brazos caídos, supimos reaccionar y ofrecer una alternativa en consonancia a las tendencias actuales de comercio *on line*», detalla Riera. La respuesta fue muy satisfactoria y ello les ha permitido consolidar esta nueva línea de negocio.

Relevo generacional: la piedra angular de la empresa familiar

► La **Associació Balear de l'Empresa Familiar** promueve la vocación emprendedora en la escuela

Josep Pons Fraga

Las empresas familiares representan el 86,5 por ciento de todas las compañías de Balears, generan el 77,5 por ciento del PIB regional en el sector privado y mantienen el 82 por ciento del empleo creado por la empresa privada en las Islas.

La Associació Balear de l'Empresa Familiar, también conocida por sus siglas ABEF, es una entidad sin ánimo de lucro, constituida en 1999, para defender y representar los intereses de las empresas familiares de Balears. Y, al mismo tiempo, impulsar su desarrollo como motor de la economía productiva y la generación de empleo en el archipiélago.

La entidad, que desde noviembre de 2018 preside Esther Vidal y de cuya directiva forma parte la empresaria menorquina Magda Pons-Quintana, fomenta la cultura del emprendimiento y promueve la continuidad de las compañías familiares a través de acciones formativas y divulgativas. Agrupa a 65 empresas solventes y punteras, con representación de todas las Islas; empresas consolidadas y líderes en sus respectivos sectores, cuya facturación agregada supera el 35 por ciento del PIB de Balears. De todas las asociaciones territoriales de empresas familiares de España la ABEF se sitúa en segundo lugar en aportación al PIB regional. La directora de ABEF es Irene Jover.

Los valores de ABEF

En su ADN, la ABEF contempla como valores defender y divulgar la visión a largo plazo, el compromiso con el entorno y la cultura de la propia tierra, en ese caso, las Balears; el crecimiento y la sostenibilidad, todos ellos propiciadores con el rendimiento económico. Y reivindica un escenario propicio para la inversión, la atracción de talento y la modernización empresarial. Los sobrecostes de la insularidad, una excesiva presión fiscal, el laberinto normativo y la falta de agilidad de las administraciones constituyen obstáculos para el desarrollo socioeconómico de Balears.

El relevo generacional es la piedra angular de la empresa fa-



Los participantes en el Fórum de ABE celebrado en octubre en Menorca visitaron la fábrica Pons Quintana. Foto: JOSEP BAGUR GOMILA.

Estrategias y experiencias con empresarios de España

► La presidenta de ABEF, Esther Vidal, destaca el programa «La empresa familiar comparte», que permite a empresarios familiares de España, pertenecientes a los más diversos sectores de la economía, poner en común sus experiencias y estrategias para afrontar el escenario pospandémico.

Una iniciativa que genera conocimiento compartido muy útil en una época en la que la adaptación a un entorno tan cambiante es la clave para mantener el liderazgo de las empresas familiares. Las asociaciones implicadas en esta iniciativa cubren la totalidad de las autonomías españolas y engloban a 1.200 empresas de todos los sectores de actividad, que representan el diez por



Esther Vidal, presidenta de ABEF, con el anterior presidente, Rafael Salas.

ciento del PIB nacional. ABEF nace al amparo del Instituto de la Empresa Familiar (IEF) y pertenece a la red de Asociaciones Territoriales de la Empresa Familiar, lo que subraya Esther

Vidal-le otorga un alto valor añadido como lobby, tanto en formación empresarial como riqueza de experiencias por las relaciones con el resto de empresas familiares de España.

miliar. De ahí que en la ABEF se insista tanto en prever y asegurar la sucesión en cada empresa y se mantenga un amplio programa de cursos, conferencias y debates en torno a los problemas y dificultades que generan los relevos.

El Fórum de ABEF

La presidenta, Esther Vidal, consciente del papel de las futu-

ras generaciones, ha puesto especial dedicación en reforzar la actividad que desarrolla el órgano que agrupa a las siguientes generaciones: el Fórum de ABEF.

Este pasado mes de octubre, promovido por el actual presidente del Fórum, Óscar Roses, y su vicepresidenta, la menorquina Gabriela Pons-Quintana Sugrañes, Menorca acogió un encuen-

tro para abordar y analizar los retos que plantea la pospandemia y analizar cuestiones relevantes como «la innovación que salvará a la tercera generación», como rezaba la ponencia a cargo de Joaquim Martínez, director de Innovación de KPMG en España.

El Fórum de ABEF se convierte así en un ágora de diálogo y de intercambio de experiencias, fo-

mentando el networking entre los futuros propietarios, directivos o accionistas de las empresas familiares con el objetivo de transmitir los valores de los fundadores sobre el patrimonio familiar, y su crecimiento desde los principios de la ética, la responsabilidad social y la solidaridad.

La empresa familiar en las aulas

Para la Associació Balear de l'Empresa Familiar, la colaboración público-privada, con una perspectiva de actividad económica llevada a cabo por la empresa familiar, es una herramienta fundamental para afrontar los problemas que plantea la sociedad y aportar soluciones de alto calado.

De ahí surge un proyecto en el que la ABEF tiene especial confianza porque cubre un vacío educacional, denominado «La empresa familiar en las aulas». Esta iniciativa, que cuenta con el apoyo de la Conselleria d'Educació del Govern balear, pretende acercar la realidad empresarial de Balears a los más jóvenes.

Vocaciones

Para conseguirlo, explica Esther Vidal con entusiasmo e ilusión, se ha diseñado un currículo educativo que

se aplicará y pondrá en marcha en los colegios de Balears, como ya se está desarrollando en otras comunidades autónomas con mucho éxito. Los objetivos del programa son dar a conocer a los escolares de la Isla el papel y relevancia de la empresa familiar en la economía y sociedad, sus valores y promover nuevas vocaciones emprendedoras y empresariales entre los más jóvenes.

Ya se han previsto y diseñado toda una serie de actividades y materiales específicos que se incorporarán a los diferentes ciclos formativos a los que va dirigido el programa. En estos momentos los textos y los materiales que se utilizarán se están adaptando al sistema curricular balear para reforzar los contenidos académicos relacionados con la empresa, la actividad económica en cada sector, y el emprendimiento.

De forma simultánea se propiciará el contacto directo de los estudiantes y sus profesores con el mundo empresarial. Como complemento a estas actividades, el programa prevé la convocatoria del concurso «Imagina tu empresa», en el que los participantes deberán idear y crear su propia compañía, independientemente de su viabilidad económica. Con estas iniciativas, la empresa familiar pasará a formar parte del currículo académico, siendo objeto de estudio y atención en los colegios e institutos de Secundaria de Balears.



Hace tiempo que
**el momento
es ahora.**

FONDOS DE IMPACTO SOSTENIBLE

Ahora es el momento de creer en valores a largo plazo que mejorarán nuestro futuro.

El momento de buscar **productos de ahorro e inversión que apuestan por el medio ambiente** y nos hacen crecer de manera sostenible.

Banca March, el banco más solvente de España.

Solicite una propuesta personalizada para sus ahorros en [bancamarch.es](https://www.bancamarch.es) | 900 227 227

 **BancaMarch**
CRECER JUNTOS