




Empresarios con Valor III



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








Empresarios con Valor III

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

asima

Coordinación técnica
Paula G.Medrano

Redacción
Paula G.Medrano

Imagen e ilustración
Guiem Ginard
Foto Molins estudi

Maquetación
Hastalastantas

www.asima.com

© de esta edición
© de los textos: los autores
© de las fotografías: ASIMA

D.L.: PM-00818-2026

asima

Colabora

BancaMarch

Índice

5 Prólogos

7 José Luis Acea, consejero delegado de Banca March
9 Francisco Martorell Esteban, presidente de ASIMA
11 Eduardo Soriano, presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación
13 Carmen Planas, presidenta de CAEB

15 Entrevista

17 Aina Calafat
25 Alberto Bordoy
33 Alejandra Company
41 Andrés Vidal
49 Chicho Oliver
57 Cristóbal Rueda
65 Dani Ramón
73 David Arbó
81 Fernando Ivars
89 Francisco Martorell Esteban
97 Francisco Sugrañes
105 Gabriel Escarrer Jaume
113 Guillermo Bautista
121 Juan Alba
129 Juan Carlos Ramón
137 Mai Monterrubio
145 María Cañellas
153 Othman Ktiri
161 Patricio Pujol
169 Raúl Luzón
177 Sabrina Sánchez
185 Sebastià Crespí
193 Silvi Rullán
201 Simón Alba
209 Simón Pedro Barceló
217 Toni Porras
225 Xavi March

asima

Prólogos

José Luis Acea
Francisco Martorell Esteban
Eduardo Soriano
Carmen Planas



José Luis Acea

Consejero delegado de Banca March

Un año más, y ya es el tercero, en Banca March nos sentimos profundamente honrados y agradecidos por la invitación de ASIMA a prologar una nueva edición de "Empresarios con Valor". Si nuestra participación en esta formidable iniciativa ha sido siempre un motivo de orgullo, este año lo es de una manera muy especial, ya que celebramos nuestro Centenario. Cien años de historia nos contemplan, un siglo durante el cual hemos sido testigos y partícipes del progreso económico y social de esta tierra, siempre de la mano de las familias empresarias que con su valor y entrega han situado a Mallorca en el lugar de privilegio que ocupa hoy.

Mirar al futuro con la solidez de un siglo de historia nos permite afrontar los desafíos con optimismo y una visión de largo plazo, sin dejar de lado la prudencia necesaria que nos ha traído hasta aquí. Este hito, el de nuestro centenario, no sería posible sin la solidez de un modelo de negocio que ha demostrado su resiliencia y, sobre todo, sin el éxito en el relevo generacional, con la cuarta generación de la familia March hoy al frente del banco. Esta realidad, la de la sucesión, es un desafío que compartimos con muchas de las familias empresarias a las que tenemos el privilegio de acompañar día a día. Comprendemos sus retos porque, en esencia, son también los nuestros.

Por ello, celebramos con especial entusiasmo esta tercera entrega de "Empresarios con Valor", que en esta edición pone el foco en 27 nuevas historias de empresarios y, significativamente, en las de aquellos hijos que han tomado el testigo de sus padres. Sus experiencias, contadas en primera persona, son un valioso testimonio de lo que significa construir un legado, de la importancia de tener y poner en práctica valores como el compromiso, la integridad, el esfuerzo y la exigencia para, de este modo, crear algo perdurable, algo que no se mide en trimestres, sino en décadas. Son estos valores los que han hecho de la empresa familiar, con todas las personas que la integran, el robusto pilar económico y moral de nuestra sociedad.

Las empresas y, de manera muy especial, las empresas familiares, son el verdadero motor de nuestra economía. Lo decimos siempre que tenemos ocasión. Generan empleo, crean riqueza y encarnan valores profundamente arraigados en nuestra cultura. Por todo ello, merecen nuestra admiración, nuestro respeto y, por supuesto, todo nuestro apoyo. Reiteramos, una vez más, nuestra más sincera enhorabuena a ASIMA por la magnífica labor que desarrolla, y felicitamos a los 27 empresarios y familias empresarias que, con su ejemplo, nos inspiran a todos. Sus historias de valor son la prueba de que, con esfuerzo y visión, es posible construir un futuro que no renuncia a sus raíces.

Muchas gracias.



Francisco Martorell Esteban

Presidente de ASIMA

Hay historias que empiezan con una gran idea y otras que nacen de una necesidad, de una oportunidad o, simplemente, de las ganas de salir adelante. Detrás de cada empresa hay una historia personal. Unas veces empieza en un pequeño taller; otras, en una explotación agrícola, en una tienda familiar o en un laboratorio. Todas tienen algo en común: personas que un día decidieron hacer las cosas de otra manera.

Este tercer volumen de *Empresarios con Valor* nace precisamente para acercarnos a esas personas. Porque este libro no habla únicamente de empresas. Habla de quienes las imaginaron, las levantaron y las hicieron crecer. De quienes asumieron riesgos, tomaron decisiones difíciles, se equivocaron y volvieron a intentarlo. Y también de quienes recibieron un legado y decidieron continuar una historia familiar, adaptándola a nuevos tiempos sin perder de vista sus raíces.

Este libro deja el testimonio de una generación de empresarios mallorquines que ha contribuido a transformar el tejido empresarial de nuestra isla. Cada uno desde su sector, desde su propia realidad y con una manera particular de entender el trabajo. En sus páginas encontramos aciertos y dudas, momentos de crecimiento y etapas de incertidumbre, sacrificios personales y profesionales, pero también ilusión, compromiso y una profunda voluntad de construir.

Sus testimonios hablan de liderazgo, de crecimiento y, sobre todo, de personas. De la importancia de rodearse de buenos equipos, de saber escuchar, de evolucionar y de entender que una empresa no se construye únicamente con balances, inversiones o resultados. Se construye con talento, con esfuerzo y con relaciones humanas.

Por eso, *Empresarios con Valor* no es un libro de empresarios. Es un libro de personas que, a través de su manera de ser, algunos construyeron empresa y otros han continuado un legado familiar. Personas que forman parte de la historia económica y social de Mallorca y cuyo recorrido puede servir de inspiración a quienes hoy comienzan a emprender.

Desde ASIMA queremos agradecerles que hayan compartido sus experiencias, sus recuerdos y también sus aprendizajes. Conocer sus historias es una forma de reconocer su aportación y, al mismo tiempo, de preservar una parte de nuestra memoria empresarial.

Ojalá estas páginas permitan al lector descubrir no solo qué empresas se han construido, sino, sobre todo, quiénes estuvieron detrás de ellas y qué valores las hicieron posibles.



Eduardo Soriano

Presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación

Es un gran honor para la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación que se nos haya dado la oportunidad, a través de este libro, de expresar nuestra opinión sobre ASIMA, a la que tanto queremos y que forma parte activa de nuestro Plenario Cameral, como no podía ser de otra manera, y sobre los relatos empresariales que en él se mencionan.

No debemos olvidar que las Cámaras de Comercio, en general, nacieron para promover y defender los intereses del tejido empresarial. Contamos con una red de 83 Cámaras de Comercio territoriales, coordinadas y representadas a nivel estatal por la Cámara de Comercio de España y, más allá de las fronteras españolas, pertenecemos a la Cámara de Comercio Internacional (ICC), a la Asociación de Cámaras de Comercio Europeas (EUROCHAMBRES), a la Asociación de Cámaras de Comercio e Industria del Mediterráneo (ASCAME) y a la Red de Cámaras Insulares de Comercio de la Unión Europea (INSULEUR).

Respecto a ASIMA, siempre hemos tenido el orgullo de haber sido el primer polígono industrial de España y de haber logrado lo que es hoy en día: un referente del tejido empresarial de Mallorca y un espacio fundamental para el desarrollo de su actividad económica.

En cuanto a las experiencias que aquí se relatan, son el fiel reflejo de los empresarios y de las pequeñas y medianas empresas, que, en definitiva, son el sustento de aproximadamente el 90 % de la economía europea. La pena es que las instituciones no estén siempre a la altura de las circunstancias y que, por un exceso, digamos, de burocracia, compliquen aún más el desarrollo de la actividad empresarial.

Por mi experiencia profesional, puedo afirmar que Baleares es una de las comunidades españolas con mayor densidad empresarial y con un marcado carácter emprendedor y, en este aspecto, ASIMA desempeña un papel muy importante, al igual que lo hacemos desde otras instituciones en diferentes campos. Nuestro planteamiento, y así lo hemos expresado públicamente, es que debemos actuar con la máxima rigurosidad para conseguir el buen fin de nuestras iniciativas.

He leído en multitud de ocasiones, y así es, que el empresario no goza del reconocimiento que debería, y ello me lleva a pensar que la sociedad ha evolucionado de forma preocupante en estos momentos, porque no se valoran suficientemente ni el esfuerzo ni el trabajo. Pero a los empresarios, y lo digo a título personal, nos satisface más haber sido capaces de sacar adelante y culminar con éxito un proyecto empresarial que el propio resultado económico obtenido.



Carmen Planas

Presidenta de CAEB

La Asociación de Industriales de Mallorca (ASIMA) sigue dando voz al empresario, con mayúsculas. Este es el principal objetivo, que comparte con CAEB: convertir muchas voces empresariales en una voz única, rigurosa y responsable. En esta tercera edición del libro 'Empresarios con valor' vuelve a situar a los miles de pequeños, medianos y grandes empresarios y autónomos que conviven en los polígonos de Can Valero y Son Castelló en el centro de la historia, como los verdaderos protagonistas que son.

Como presidenta de CAEB puedo afirmar que los empresarios de ASIMA siempre han estado en la primera línea de la patronal. Siempre dispuestos y atentos defendiendo el desarrollo de ambos polígonos, pero, sobre todo, defendiendo la figura del empresario, su labor, su esfuerzo y su generosidad en el progreso económico de Baleares.

A lo largo de sus 62 años de historia, ASIMA ha convertido Son Castelló y Can Valero en algo más que dos de los centros neurálgicos del empresariado de Palma y de toda Mallorca. Con presidentes tan destacados en nuestra vida social y económica como Ramón Esteban, Jeroni Albertí, Joan Rosselló, Armando Esteban, Tolo Oliver, Ramón Seijo, Miquel Bordoy y el actual, Francisco Martorell, las empresas de ASIMA han evolucionado desde su proyecto inicial a favor de la cooperación y el asociacionismo en defensa de los intereses empresariales. En estas 6 décadas, ambos polígonos han contribuido de manera excepcional al desarrollo económico e industrial de Baleares. ASIMA ha sido y es un referente y pieza clave de este desarrollo.

Hoy, en un contexto marcado por la creciente escasez de suelo y por la necesidad de compatibilizar las distintas actividades económicas con un territorio limitado, debemos reivindicar el suelo industrial como un valor estratégico para Baleares. Disponer de suelo industrial adecuado, bien planificado y preparado para acoger actividad económica no es únicamente una cuestión urbanística: es una condición necesaria para poder seguir generando industria, empleo, inversión y oportunidades de futuro.

Los 27 ejemplos que ilustran las páginas de este libro -tan destacados como Simón Alba, Simón Pedro Barceló o Gabriel Escarrer- ponen el acento en el empeño de empresarios con inquietudes comunes, trabajadores incansables no sólo en el empeño de sus propios proyectos, sino en la necesidad compartida de crecer, de tener los espacios y garantías necesarias, de mejorar la seguridad en el día a día y, por consiguiente, de favorecer el desarrollo personal de miles y miles de trabajadores. Convertir los polígonos de Son Castelló y Can Valero en referentes empresariales de Mallorca, facilitando la actividad y las condiciones de miles de empresas seguirá siendo el verdadero motor de ASIMA, siempre aplaudido y apoyado desde CAEB.

Entrevistas

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



Aina Calafat
Efiwatt

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

Aina Calafat creció en el campo, en una familia trabajadora de raíces mallorquinas. Entre huertos, animales y una educación basada en el esfuerzo, aprendió valores que todavía hoy forman parte de su forma de entender la vida y la empresa. Recuerda a su padre como una persona “muy versátil”, capaz de hacer de todo, y reconoce que aquella infancia en contacto con la naturaleza marcó profundamente su carácter.

Sin embargo, aquella vida también despertó en ella una necesidad de explorar. “Me hizo un poco el efecto contrario: tenía ganas de salir, viajar y conocer el mundo”. Con apenas 17 años dejó Mallorca para estudiar en Barcelona. Aunque sus padres le ayudaron con los estudios, desde los 16 años trabajó durante los veranos y compaginó empleos con la universidad para financiar viajes, aficiones y parte de sus gastos.

No tenía una vocación definida, pero sí una certeza: se sentía cómoda en las ciencias. Se define como una persona "bastante racional, analítica y práctica", por lo que eligió Ingeniería Industrial, una formación que le permitía mantener abiertas muchas puertas.

Sus primeros pasos profesionales fueron en una oficina técnica, colaborando en proyectos eléctricos, licencias de actividad y dimensionamiento de instalaciones. Fue una etapa breve, apenas un año, pero suficiente para adquirir experiencia. Poco después surgió una oportunidad que cambiaría el rumbo de su carrera: participar en la puesta en marcha del primer centro de control eléctrico de Baleares de Red Eléctrica de España.

Tenía apenas 21 años cuando entró en una de las empresas más sólidas y prestigiosas del país. Allí permaneció cerca de una década mientras continuaba formándose en Organización Industrial, idiomas y especialización energética. Aquellos años le permitieron conocer en profundidad el sistema eléctrico balear, las infraestructuras de alta tensión y el origen de la energía que consumían las islas.

Fue entonces cuando comenzó a tomar conciencia de la importancia estratégica de la energía y de la necesidad de avanzar hacia modelos más sostenibles. Sin embargo, pese a disfrutar de estabilidad, un buen salario y excelentes condiciones laborales, sentía que algo le faltaba.

"Era un trabajo muy metódico, muy procedimentado. Había poco espacio para la creatividad y para desarrollar mi parte más humana".

Mientras acumulaba experiencia profesional, aprovechaba los largos periodos de descanso para viajar por todo el mundo. El buceo, una de sus grandes pasiones, le permitió



"Soy bastante racional, analítica y práctica"

descubrir otras culturas y ampliar horizontes. Los viajes despertaron en ella una inquietud que terminaría empujándola hacia el emprendimiento.

La oportunidad llegó junto a una compañera de universidad. Ambas compartían una visión idealista: contribuir a la transición energética de Baleares mediante el aprovechamiento de recursos locales. Así nació Quercus Energy, un proyecto pionero centrado en la valorización energética de la biomasa forestal.

La idea era sencilla y ambiciosa al mismo tiempo: convertir los restos forestales procedentes de la limpieza de bosques en combustible para generar energía térmica. De esta manera se contribuía a prevenir incendios, mejorar la gestión forestal y reducir la dependencia de combustibles fósiles.

"Era un proyecto muy bonito, aunque poco rentable".

A pesar de las dificultades, la empresa consiguió hitos importantes. Llegó a convertirse en el primer centro de tratamiento de biomasa de Mallorca y alcanzó cerca del 80 % de la cuota de mercado de astilla como biocombustible en Baleares.

"Decidí que quería dedicarme a las energías renovables, a la consultoría, porqué tenía formación, experiencia y conocimientos"

Aquella etapa estuvo llena de anécdotas.
Dos jóvenes ingenieras negociando con aserraderos, leñadores y operadores acostumbrados a un sector tradicionalmente masculino. "Era bastante chocante para ellos tratar con dos chicas", recuerda. Pero Aina se adaptó al terreno. Con naturalidad pasó de las oficinas a las excavadoras, supervisando operaciones y gestionando toneladas de madera.

El emprendimiento supuso un cambio radical respecto a su etapa anterior. De repente tuvo que aprender finanzas, contabilidad, recursos humanos, prevención de riesgos, marketing, ventas y gestión empresarial. "Fue duro, pero aprendí muchísimo", admite.

Como ocurre en muchos proyectos innovadores, las circunstancias del mercado jugaron un papel importante. Cuando arrancaron, el elevado precio del gasóleo hacía muy atractiva la biomasa. Sin embargo, años después los combustibles fósiles volvieron a abaratarse y el crecimiento del sector resultó más lento de lo esperado.

La empresa atrajo el interés de inversores que querían integrar la actividad en un proyecto energético más amplio. Aquella operación supuso una etapa compleja a nivel empresarial y personal que terminó con la venta de su participación.

“Fue una decisión muy difícil de la que aprendí mucho. Supe que una empresa es una empresa y que, por importante que sea un proyecto, siempre hay que saber poner límites”.

Durante unos meses reflexionó sobre su futuro. Analizó todo lo aprendido y detectó un patrón que hoy considera el hilo conductor de su carrera.

“Decidí que quería dedicarme a las energías renovables, a la consultoría, porque tenía formación, experiencia y conocimientos, y decidí ponerme por mi cuenta”.

Se instaló en un coworking y empezó a asesorar a particulares y empresas sobre contratación eléctrica y optimización de costes energéticos. Aquella actividad le permitió comenzar a construir una cartera de clientes y detectar una necesidad creciente de asesoramiento especializado en energía “Lo vi como una forma de empezar, de conocer mejor las necesidades de los clientes y de aportar valor desde el primer momento”.

Vio que se le daba bastante bien y decidió montar una empresa.



“Fue bastante duro. Combinar esa situación familiar con el trabajo me generó mucho estrés, pero lo conseguí sacar adelante”

En 2016 constituye EFIWATT con una idea clara: ayudar a particulares y empresas a consumir energía de forma más eficiente y responsable. Al principio comenzó asesorando sobre contratos eléctricos y optimización de facturas. Lo que para muchos era una simple revisión de tarifas, para ella era un análisis completo de hábitos de consumo, sistemas de climatización y posibilidades de ahorro. “Yo me lo tomaba muy en serio”.

Sabía que las energías renovables serían el gran motor de transformación del sector. Aprovechando sus conocimientos técnicos y su experiencia empresarial, fue ampliando servicios relacionados con biomasa, eficiencia energética y, posteriormente, energía solar.

La evolución normativa del autoconsumo fotovoltaico en España abrió nuevas oportunidades. Aina se especializó en consultoría fotovoltaica, ayudas europeas y financiación de proyectos, acompañando a clientes que querían dar el paso hacia las energías renovables.

Sin embargo, el éxito empresarial coincidió con un “momento vital” en su vida. En 2019 nació su hija. Poco después a su padre le diagnosticaron un cáncer y, cuando la situación familiar ya era especialmente complicada, llegó la pandemia. “Fue bastante duro. Combinar esa situación familiar con el trabajo me generó mucho estrés, pero lo conseguí sacar adelante”.

Aquellos años reforzaron todavía más su capacidad de resiliencia y le ayudaron a replantearse el futuro de la empresa.

Mientras impulsaba proyectos fotovoltaicos para terceros, empezó a visualizar un modelo más completo, capaz de integrar asesoramiento, ingeniería y ejecución bajo una misma dirección. Fue entonces cuando conoció a quien hoy es su socio.



“Lo vi como una forma de empezar, de conocer mejor las necesidades de los clientes y de aportar valor desde el primer momento”

Después de trabajar durante un tiempo de forma paralela, ambos comprobaron que compartían valores, nivel de exigencia y visión estratégica. Y aunque como dice, “había salido muy escarmentada de tener socios, tampoco puedes cerrarte para siempre”.

La alianza funcionó. En 2020 dieron un paso más y comenzaron a desarrollar sus propios proyectos y ejecutar sus propias instalaciones. Nació así el modelo actual de EFIWATT, que integra consultoría, ingeniería, gestión de ayudas, financiación y ejecución de proyectos.

Hoy la empresa ofrece soluciones completas basadas en energía solar, almacenamiento mediante baterías, puntos de recarga para vehículos eléctricos, aerotermia y gestión inteligente de la energía.

El objetivo de EFIWATT es ayudar a hogares y empresas a reducir su dependencia energética y avanzar hacia modelos más eficientes, sostenibles y digitalizados, integrando todas las tecnologías en un único ecosistema energético.

"Lo importante es que todo el ecosistema se hable entre sí para que sea lo más inteligente posible".

Ese enfoque integral es precisamente uno de los elementos que diferencian a EFIWATT. Según explica Aina, no se trata simplemente de instalar paneles solares, sino de acompañar al cliente en toda su transición energética.

La empresa analiza consumos, optimiza tarifas, estudia normativa urbanística, tramita subvenciones y diseña soluciones adaptadas a cada caso. Una visión global que les ha permitido realizar cerca de mil instalaciones en Baleares y gestionar millones de euros en ayudas para sus clientes.



"Lo importante es que todo el ecosistema se hable entre sí para que sea lo más inteligente posible"

Actualmente cuentan con más de veinte trabajadores en plantilla, una estructura consolidada y una presencia cada vez más relevante en el sector energético balear.

Su compromiso con la innovación y la transición energética también la ha llevado a participar activamente en distintas organizaciones empresariales y sectoriales. Actualmente es miembro activo del Clúster de Transición Ecológica de Baleares y forma parte de la junta directiva de ASINEM. Además, durante un año asumió la gerencia de la planta de hidrógeno verde de Lloseta y sus dos parques fotovoltaicos asociados, uno de los proyectos energéticos más innovadores desarrollados en las islas.

Aina reconoce que gran parte de su trayectoria ha estado ligada a iniciativas pioneras. "Siempre he estado en el arranque de las cosas".

Desde la biomasa hasta la fotovoltaica o el hidrógeno, su carrera parece seguir una misma dirección: identificar oportunidades antes de que se conviertan en tendencia y construir estructuras capaces de hacerlas realidad.

Aunque sigue siendo ingeniera, su papel es muy diferente al de sus inicios. Ya no dedica la mayor parte del tiempo a cálculos técnicos. Su responsabilidad está en la estrategia, la gestión de equipos, el desarrollo de nuevas líneas de negocio y la digitalización de procesos.

"Mi trabajo ahora consiste en coordinar recursos y sacar adelante proyectos innovadores".

Con una estructura consolidada, un crecimiento sostenido y una posición cada vez más relevante dentro del sector energético balear, mantiene intacta su ambición por seguir impulsando proyectos que contribuyan a acelerar la transición energética en las islas. Uno de sus últimos proyectos ha sido la creación del primer showroom especializado en fotovoltaica de Mallorca, un espacio pensado para acercar esta tecnología al público y generar confianza en quienes están valorando invertir en autoconsumo.

A pesar de los éxitos, reconoce que el principal reto actual no es tecnológico ni financiero. "Nunca había dedicado tanta energía a la gestión de personas, quizá porque, después de años aprendiendo sobre energía, innovación y emprendimiento, he descubierto que el verdadero motor de cualquier proyecto sigue siendo las personas".

"Nunca había dedicado tanta energía a la gestión de personas, quizá porque, después de años aprendiendo sobre energía, innovación y emprendimiento, he descubierto que el verdadero motor de cualquier proyecto sigue siendo las personas"

Y esa es, probablemente, la lección que mejor resume toda su trayectoria: la capacidad de reinventarse, aprender de los errores y seguir construyendo, incluso cuando el camino obliga a empezar de nuevo.



Alberto Bordoy
Trablisa

“Cuando estás en una empresa irremediablemente tienes que pensar en las personas que forman parte de ellas”

Cuando Alberto Bordoy habla de empresa, habla inevitablemente de personas. No parece posible separar una cosa de la otra. Habla de clientes, de empleados, de su padre, de su madre, de sus hijos, de su mujer y también de sí mismo. Pero, sobre todo, habla de una manera de entender la vida que ha terminado impregnando su manera de entender la empresa.

“Cuando estás en una empresa irremediablemente tienes que pensar en las personas que forman parte de ella”. En Trablisa son hoy 14.000 empleados. Cuando Alberto se incorporó, eran “mil y poco”. Entre una cifra y otra hay crecimiento, expansión, decisiones, riesgo y muchas horas de trabajo. Pero, para él, hay algo más importante: “Hay una historia detrás, pero es una historia de personas”.

Es quizá la mejor manera de aproximarse a Alberto Bordoy. Porque detrás del empresario está el hijo de un fundador; detrás del crecimiento de Trablisa está la necesidad de construir un proyecto propio; y detrás de las decisiones empresariales hay una determinada manera de entender las relaciones, el compromiso y la responsabilidad.

Trablisa nació de la mano de su padre, Miguel Bordoy, en 1975. Mallorca era entonces otra isla y emprender tenía mucho de salir a la calle, buscar clientes y construir una empresa desde cero. Alberto habla de su padre con admiración, pero también con la distancia necesaria para comprender que el verdadero legado de un fundador no consiste únicamente en aquello que deja construido, sino en los valores que transmite. "Si no es por mi padre, no estamos aquí", reconoce.

Miguel era, según su hijo, "muy inteligente, muy rápido, visionario, integrador". Un hombre con una personalidad fuerte, cuya presencia empresarial también se trasladaba a casa. Alberto recuerda aquellos momentos en los que su padre llegaba y era difícil saber si estaba enfadado por la empresa o simplemente era su manera de ser.

Aquello le marcó. De niño quería ayudarle. Incluso llegó a asociar los problemas de su padre con la propia empresa. Si la empresa le provocaba preocupaciones, pensaba, quizá algún día podría construir una empresa que no le generase tantos quebraderos de cabeza.

"He hecho una empresa distinta porque solo entendía la supervivencia y la sostenibilidad en el tiempo como empresa familiar"

Con los años comprendió que aquello era mucho más complejo. "Esto te forja y te ayuda a querer. Porque claro, es tu padre. Es el ser supremo. Y le adoras y le sigues adorando".

Pero querer a un padre no significa convertirse en él. Y ahí comienza una de las partes más interesantes de su historia. "Te coges lo que te interesa e intentas parecerte o mejorarlo. Y lo que no te interesa lo tomas para que no ocurra lo que crees que se sale un poco de la norma".

La identidad empresarial de Alberto se construyó, en buena medida, desde ese diálogo permanente con la figura de su padre. Una influencia enorme que, paradójicamente, le llevó a buscar su propio camino. "No me considero relevo", afirma.

Cuando Alberto entró en Trablisa lo hizo con entusiasmo, pero también con una idea clara: "Entré con un proyecto que tenía claro que quería fuera el mío".



Su padre le había dado libertad. Nunca le obligó a estar allí ni le marcó un camino cerrado. Alberto había estudiado fuera, había vivido en Estados Unidos y había pasado años lejos de casa. Quería aprender, conocer otras realidades y construir su propio modelo.

Su incorporación a la empresa estuvo inicialmente muy vinculada a los números. Y los números le permitieron mirar Trablisa desde otra perspectiva.

Había una realidad que estaba cambiando. Los clientes comenzaban a moverse, aparecía competencia en otros territorios y los márgenes empezaban a reducirse. Lo que había funcionado durante años podía dejar de funcionar si no se adaptaba.

Alberto veía el peligro antes de que fuera evidente para todos. Cuando planteó la posibilidad de crecer fuera de Mallorca, su padre llegó a preguntarle por qué quería hacerlo. Alberto no hablaba de crecer por crecer. Hablaba de supervivencia. "Tenemos que poder perder un millón", llegó a plantear. No porque quisiera perderlo, sino porque quería tener la capacidad de asumir una pérdida sin poner en peligro la empresa. Quería ganar otro millón si hacía falta. Quería construir una compañía suficientemente fuerte para resistir.

Ahí estaba empezando a definirse su modelo. "No soy pesimista. Soy como soy". Su filosofía empresarial puede parecer paradójica: crecer no para crecer, sino para permanecer. "Me interesa asegurar el modelo en el futuro".

La expansión, la internacionalización y las adquisiciones no son para él una carrera por acumular tamaño. Son herramientas para construir una empresa familiar capaz de sobrevivir a las siguientes generaciones.

Por eso habla de sostenibilidad en un sentido empresarial muy concreto: "tener la fortaleza suficiente para poder perder una parte del negocio y continuar".

Trablisa ha ido creciendo en distintos territorios, comparando oportunidades y buscando empresas que encajen con su modelo y sus valores. Portugal se ha convertido en un ejemplo de ese proceso y la mirada se ha extendido también hacia otros mercados.

“Son aventuras empresariales en el sentido de ir creciendo para consolidar un modelo y poder perder esa facturación y que pueda seguir sin ningún problema”.

La palabra que vuelve una y otra vez durante la entrevista es solidez. “Crecimiento, sí, pero crecimiento coherente. Crecimiento que permita acompañar a los clientes cuando estos se expanden a nuevos mercados y evitar que la competencia entre por aquellas puertas que la empresa no ha sabido abrir. Trabajamos fuerte para ser más fuertes”. Ese principio resume buena parte de su manera de pensar.

“Si no es por mi padre, no estamos aquí”

Alberto ha tenido que aprender también a separar la familia de la empresa. “Una cosa es el modelo cuando yo entro en Trablisa, que Trablisa en casa es una segunda casa. Ha habido que entenderse uno mismo para trascender que tú no eres Trablisa”.

Él es Alberto Bordoy. Su padre es Miguel Bordoy. Y Trablisa es Trablisa. La distinción parece sencilla, pero en una empresa familiar puede convertirse en una de las cuestiones más difíciles. Hay que preservar la historia sin quedar atrapado en ella. Hay que respetar al fundador sin renunciar a evolucionar. Hay que cambiar sin romper.

“Ese cambio de modelo tienes que ir adaptándolo en la familia y la familia tiene que decidir que la empresa está funcionando y tiene que haber suficiente tensión para cambiar el modelo, pero no tanta como para romper ningún tipo de relación”.

Alberto cree que en su familia se ha conseguido. Quizá porque la familia también ha entendido que el futuro pertenece a quienes vienen detrás. Y ahí vuelve a aparecer la libertad.

A sus hijos les ofrece la posibilidad de elegir. Candela ha estudiado Derecho y no parece querer incorporarse a la empresa. “Y eso está bien”, dice. Miguel, en cambio, ha estudiado en una línea más próxima a la de su padre y lleva años acercándose al mundo de Trablisa. Pero Alberto no quiere imponer. “Les das libertad a tus hijos”.

La empresa familiar, para él, no consiste en obligar a las siguientes generaciones a continuar una historia, sino en darles herramientas para que puedan decidir si quieren formar parte de ella.

Si hay algo que Alberto repite es que Trablisa se fundamenta en personas. Habla de sus 14.000 empleados y de una idea que considera esencial: que cada uno pueda sentir que forma parte de un proyecto. “Yo les trato como me gustaría que me tratasen a mí”.

No quiere que las personas sean simplemente piezas de una estructura. Quiere que sientan que el proyecto también es suyo.

Lo explica desde la experiencia. Recuerda situaciones especialmente difíciles, como las huelgas o aquellos momentos en los que el trabajo obligaba a todos a conectarse de madrugada. En una ocasión, a las cuatro de la mañana, todos los implicados estaban conectados por videollamada.

Alberto recuerda las caras de aquellos trabajadores y habla de algo más profundo que la organización de una crisis: el compromiso. “Yo siento dolor porque están ahí y les necesito porque sin ellos el trabajo no sale”.

Pero él también está ahí. Y esa presencia importa. “Hay una familia propietaria y la realidad es que luego la que formamos el grupo Trablisa es la suma de todos los que estamos”.



“Entré con un proyecto que tenía claro que quería fuera el mío”

El mundo empresarial que Alberto conoció al incorporarse a Trablisa ya no existe. La tecnología ha cambiado las reglas y seguirá haciéndolo. La inteligencia artificial, la automatización y los robots forman parte de un futuro que ya ha comenzado. En su sector, algunas funciones que tradicionalmente han desempeñado personas podrán ser realizadas por máquinas. Y los propios clientes demandarán esas soluciones.

Alberto no plantea una resistencia frente a ese cambio. Al contrario. “La tecnología es muy bienvenida, a todos los niveles”. Pero tampoco pierde de vista la dimensión humana. El desafío será encontrar el equilibrio entre tecnología y personas en un mundo que avanza cada vez más deprisa.

Por eso su mirada hacia el futuro vuelve a ser pragmática: incorporar hoy aquello que hará más fuerte a la empresa mañana. “Tenemos la tecnología, tenemos las personas y nuestro sector se necesita. Entonces, incorporemos hoy lo que nos hace fuertes en los próximos cinco años”.

Quizá lo más singular de Alberto Bordoy sea que, cuando habla de empresa, acaba hablando de la vida.

Hay una lógica que, para él, sirve para casi todo. Una empresa necesita clientes. Necesita clientes que paguen. Necesita ofrecerles un servicio que aporte valor. Necesita hacer bien las cosas para que esos clientes no se marchen. Y necesita tener dinero al final del año. “Pues en lo personal, igual. Con el matrimonio igual, con mis hijos igual, con mis padres igual, con mis amigos igual”.

La frase resume una filosofía basada en la coherencia, integridad, honestidad y firmeza. “Me gusta ser íntegro”.

Alberto reivindica las relaciones auténticas, la palabra dada y la confianza. No porque crea que las cosas importantes no deban quedar por escrito, sino porque considera que la manera en que una persona se comporta cuando nadie le obliga a hacerlo dice mucho de quién es. “Soy de palabra. Me gusta relacionarme así en todo”.

También habla de cuidarse, de descansar, de comer bien, de trabajar, de mantener relaciones sanas. No desde la obsesión, sino desde una idea sencilla: “Me gusta hacer las cosas bien. Es que haciendo las cosas bien te sientes en paz y suelen salir mejor”.

Al final de la conversación, Alberto vuelve al principio. Está su padre. Miguel Bordoy, el fundador, el hombre al que admira profundamente y sin el cual, reconoce, Trablisa no existiría tal como es hoy. Y está aquel joven Alberto que entró en la empresa buscando su propio camino.



“Crecimiento, sí, pero crecimiento coherente. Crecimiento que permita acompañar a los clientes cuando estos se expanden a nuevos mercados”

Dos generaciones. Dos personalidades. Dos maneras de entender el mundo empresarial.

El resultado es una compañía diferente de aquella que creó Miguel, pero construida sobre unos fundamentos que vienen de lejos.

“Hay un Alberto, es hijo de su padre, adora a su padre con locura. Sin su padre no estaríamos hoy aquí”, expresa con orgullo.

Después está el otro Alberto. El que necesitó ser diferente. El que entendió que la supervivencia de una empresa familiar pasaba por crecer, adaptarse y construir una fortaleza suficiente para las siguientes generaciones. “He hecho una empresa distinta porque solo entendía la supervivencia y la sostenibilidad en el tiempo como empresa familiar”.



Y nuevamente aparece la palabra que quizá mejor define toda la entrevista: Personas.

“Personas que trabajan. Personas que confían. Personas que forman equipos. Personas que fundan empresas. Personas que las transforman. Personas que toman el relevo y, al mismo tiempo, tienen que encontrar su propia identidad”.

Alberto lleva más de treinta años junto a su mujer, Raquel. Cuando llega a este punto, la voz cambia ligeramente. Hay asuntos que pueden explicarse con números, estrategias y balances. Y hay otros para los que las palabras se quedan cortas.

Tras hablar durante tanto tiempo de la empresa, crecimiento, tecnología, riesgo y futuro, el verdadero balance de una vida empresarial no se encuentra únicamente en las cifras. Está en las personas que permanecen. Y en aquello que uno ha sido capaz de construir para que otros puedan continuar.



Asociado: 1606 | Sector: Agencia de publicidad

Alejandra Company
Grupo Malla Publicidad

“Mi padre desde pequeña siempre me preguntó si quería trabajar con él, entonces no sé si la decisión fue mía o suya, pero gracias a Dios a mí me gustó”

Grupo Malla Publicidad se crea en 1966 de la mano de Tomeu Company. En esa época los anuncios eran pintados y las vallas publicitarias de madera. La publicidad exterior en España y en Mallorca daba sus primeros pasos.

Tomeu no procedía del mundo de la publicidad, pero le gustaba mucho ese mundo y vio una oportunidad en ese sector.

Su manera de entender el trabajo marcó el crecimiento de la empresa y la educación de su hija Alejandra.

“Cuando ves un empresario que empieza de cero y ves los sacrificios que implica, lo vives mucho en casa porque es difícil mantenerlo aislado de la familia”.

Alejandra creció viendo cómo la empresa formaba parte de la vida cotidiana. Desde pequeña, su padre le preguntaba si algún día le gustaría trabajar con él. Hoy lo recuerda con una sonrisa.

“No sé si la decisión fue mía o suya”, bromea. “Pero gracias a Dios, a mí me gustó”.

Alejandra es la mayor de tres hermanas. Estudió Derecho y Empresariales, una combinación que, asegura, le ha resultado muy útil en su vida profesional. Al terminar la universidad decidió marcharse un año al extranjero para perfeccionar el inglés y el alemán. Cuando regresó, su padre tenía claro que había llegado el momento de incorporarla a la empresa.

“Me dijo: Yo te voy a dar el máster de la vida” (sonríe).

Recuerda cómo su padre le metía prisa para que se incorporara cuanto antes a la empresa y transmitirle su conocimiento del negocio. “Mi padre me tuvo con cuarenta años, mayor para esa época, y por eso tenía prisa por enseñarme. Podía haber empezado en otro sitio, pero tuvo toda la razón queriendo que me incorporara cuanto antes. Este negocio es muy complicado, en este sector hay competidores muy grandes a nivel de España y mundial porque todos son competidores multinacionales y empresas que son de fondos de inversión. Conocer bien el pulso del negocio se aprende con el tiempo”.

“Es un hijo más y es el hijo que da de comer a la familia y a todos los empleados”



Cuenta que empezó a trabajar sentada al lado de su padre, escuchando y con una libreta.

“Me decía, anota lo que no entiendas, y al final de la reunión lo comentamos”.

Aquellas conversaciones posteriores se convirtieron en una auténtica escuela. No solo aprendía cómo funcionaba el negocio, sino también la importancia de escuchar, de negociar con honestidad y de tratar a cada persona con respeto. Eran lecciones que difícilmente pueden enseñarse en una universidad.

Habla de su padre con mucho cariño. “Era muy tradicional y disciplinado, se sacrificó mucho. Tuve un gran maestro y fui una buena alumna, eso sí, a la que más exigía era a mí”.

Ese nivel de exigencia nunca lo interpretó como una carga, sino como una muestra de confianza. Tomeu Company no preparaba únicamente a su hija para ocupar un cargo; la estaba formando para asumir una responsabilidad.



“Ahí empezó la acción y comprobé que el máster que decía mi padre era verdad”

Con el tiempo entendió que dirigir una empresa familiar significa mucho más que gestionar cuentas o tomar decisiones estratégicas. Significa custodiar un legado construido durante décadas y respetar unos valores que no aparecen en ningún balance.

En 2007 se incorporó definitivamente a Grupo Malla. Apenas un año después estalló la crisis económica internacional.

“Ahí empezó la acción y comprobé que el máster que decía mi padre era verdad”.

Reconoce que fueron momentos de enorme incertidumbre. La falta de experiencia hacía que cada dificultad pareciera insalvable.

“Estaba muy asustada. Cuando ves que no hay ventas y solo hay gastos... pasas momentos muy difíciles. Ahí se nota el compromiso de las personas. Nadie se bajó del barco porque saben que es su barco. Todos entendieron que era también su proyecto y muchos hicieron sacrificios para que pudiéramos seguir adelante. La tripulación es muy buena”.

Tras pasar esa crisis y la pandemia del coronavirus COVID-19 se siente orgullosa de ser la capitana de este barco, sobre todo desde que su padre no

está, porque cuando él estaba, exclama, "el mérito era suyo, aunque yo ya llevaba muchas cosas, la sensación es distinta, él tripulaba el barco".

Hace un inciso para contar que entregan diferentes reconocimientos a los trabajadores en función de los años que lleven en la empresa: Un llavero de plata para los diez años, uno de oro para los veinte, a los treinta una placa y a los cuarenta un reloj. "Creo que ya llevamos entregados seis relojes".

La etapa más difícil de su vida llegó cuando tuvo que afrontar la enfermedad y el fallecimiento de su padre en febrero de 2021 a los 81 años.

Alejandra destaca con orgullo tener una plantilla muy longeva y familiar porque tienen muchos trabajadores de segunda generación e incluso uno en tercera generación, que es el nieto.

A nivel Baleares son más de cien trabajadores. Con oficina en Mallorca, en Menorca y en Ibiza. Tienen muchos operarios, ya que todo el trabajo lo hacen ellos, no subcontratan. "Vamos todos en el mismo barco, el compromiso que tienen estas personas que llevan toda la vida y que luego ven que su familia puede también seguir creciendo es muy fuerte".

Es muy honesta y le cuesta decir sus bondades. "A veces no soy consciente de muchas decisiones que tomo, para mí son dieciocho años al lado de mi padre y desde que no está es verdad que ya no me puedo girar y consultarle, es difícil. Pero gracias a mi fortaleza y al gran equipo de la empresa, hemos evolucionado mucho".

Recalca que su padre era el emprendedor y empresario. Quien hizo crecer el negocio porque tenía más estrategia comercial.



"Cuando ves un empresario que empieza de cero y ves los sacrificios que implica, lo vives mucho en casa porque es difícil mantenerlo aislado de la familia"

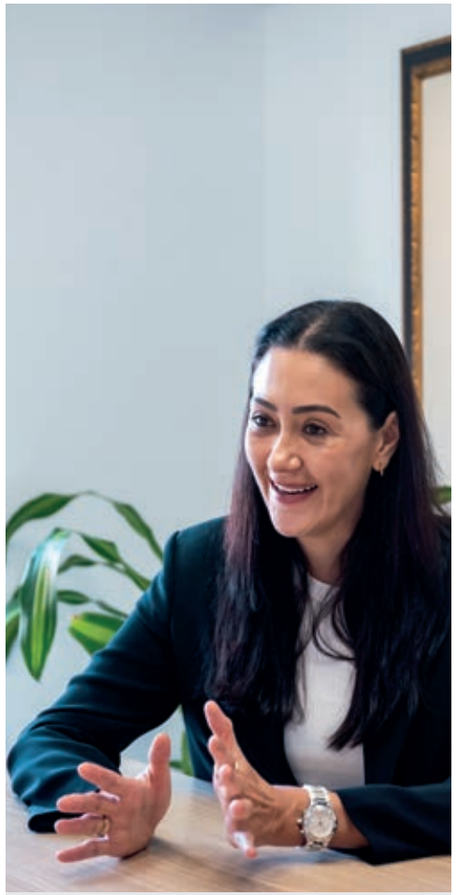
Y ella se considera más gestora de su legado. "Da mucho vértigo mantener lo que ha levantado otra persona, en mi caso mi padre, para que no se caiga", afirma.

"Mi papel ha sido más de gestora, de poner racionalización, organización y eficiencia a la empresa en estos últimos seis años que han sido muy importantes para ahora los años venideros". Está muy orgullosa de la reorganización, digitalización, reducción de deuda y de coste. "Cuando las cosas salen bien, la satisfacción personal es enorme".

Madre de una niña, Alejandra, reconoce que es afortunada porque al mes de tener a su hija se vino a la empresa a trabajar con ella. "Eso es un lujo que ojalá todas las mujeres lo pudieran tener, pero es muy difícil". No sabe qué hará de mayor pero intenta inculcarle la importancia del esfuerzo y que conozca lo que es una empresa.

Se define como una persona autoexigente y perfeccionista. Muy trabajadora y responsable. "En el trabajo soy exigente, pero justa y buena compañera". "Para mí el espíritu de sacrificio y de trabajo está implícito en ser empresario y en cualquier trabajo que quieras hacer bien".

Su tiempo libre lo dedica cien por cien a su hija y le encanta viajar. Tiene muy presente los valores que le han transmitido sus padres: la honestidad y la palabra.



"En el trabajo soy exigente, pero justa y buena compañera"

Alejandra está orgullosa de decir que son una empresa familiar con familias que trabajan en ella. Recalca que su sector es complicado en cuanto a normativas y en esto han sido años de muchas dificultades. "Me gustaría trasladar mejor las bondades de la publicidad, porque ayudamos a que las empresas vendan más, y funciona, si no, no tendríamos clientes. Que un cliente ya no nos necesite es una buena noticia para él, significa que la publicidad ha funcionado".

Habla de miedos en cuanto al entorno geopolítico mundial, "no es el ideal porque puede transmitir miedo a inversiones y en esto nuestro sector es muy sensible porque lo primero que recorta un cliente son temas que creen

que no son necesarios como por ejemplo la publicidad". Su deseo es que la situación vaya siempre a mejor.

Prudente y expectante de cómo viene la situación mundial "que da un poquito de vértigo", pero por otro lado positiva porque "en las islas somos muy resilientes, sabemos cómo enfocar las cosas, tenemos un tejido empresarial fuerte y sólido".

Grupo Malla Publicidad tiene su sede central en Palma y desde el 2022 tienen una nave en el polígono Son Castelló. Haber conseguido esta nave, dice, "es una satisfacción porque le da prestigio a la empresa, además de tener todo más a mano". También tienen naves en Ibiza y Menorca, y ofrecen en toda Baleares publicidad exterior.

La relación con ASIMA, comenta, "viene desde antes que se llamara Son Castelló. teníamos un contrato publicitario con los polígonos y tenemos vallas publicitarias en terrenos de ASIMA".

En cuanto a su actividad explica que están centrados en las islas. "Defendemos y trabajamos mucho con el cliente local. Nos adaptamos a distintos soportes de distintos precios para no depender de fuera e intentamos tener diversificada nuestra cartera de clientes".

Quiere dejar claro que no son una agencia de marketing porque el tema de la publicidad exterior es más saber gestionar otro tipo de cosas. Habla que su sector es difícil, "hay competidores que son tiburones".

Al margen de su actividad empresarial, como miembro de la Asociación Balear de la Empresa Familiar, Alejandra ha intervenido en unas jornadas organizadas en las aulas. Le interesó mucho la propuesta de transmitir a las nuevas generaciones lo



"Un éxito sin valores para mí no es un éxito, porque conseguir algo sin ser fiel a tus valores no te da satisfacción"

que significa ser empresario. "Es importante que lo sepan porque muchas veces parece que es una clase privilegiada, que en parte lo es, pero también hay que contar los sacrificios que se tienen que hacer. No conozco a ningún empresario de éxito que no haya trabajado duro". Para ella, el espíritu de sacrificio y de trabajo está implícito en ser empresario y en cualquier trabajo que quieras hacer bien.

Participar en estas jornadas ha sido un reto, "porque soy un poco tímida", pero le hacía mucha ilusión poder transmitir a los jóvenes su experiencia y responder a sus preguntas. "Siempre que surge una oportunidad y puedo aportar a la sociedad, me gusta estar. También colaboramos en acciones solidarias de distintas entidades sociales de Baleares, en campañas para recaudar fondos o para darles visibilidad a su labor".

Si tuviera que resumir en una sola idea todo lo aprendido durante estos años, concluye: "Un éxito sin valores para mí no es un éxito, porque conseguir algo sin ser fiel a tus valores no te da satisfacción".



Andrés Vidal Ferrer
Autovidal

“Tuve una infancia maravillosa. La recuerdo con muchísimo cariño, entre algodones me atrevería a decir”

Cada mañana, antes de empezar la jornada, Andrés Vidal comparte desayuno con su padre y sus tres hermanas Esther, María y Carmen. Hablan de la familia, de los planes del fin de semana, de la paella del domingo o de cualquier asunto cotidiano. Pero inevitablemente la conversación termina derivando hacia el trabajo. No es extraño. Los Vidal llevan más de un siglo viviendo la empresa como una prolongación natural de la familia.

Hoy Andrés Vidal Ferrer dirige Autovidal, una de las compañías de automoción más importantes de Baleares. Sin embargo, para entender su forma de liderar y de entender la empresa familiar hay que remontarse mucho más atrás, a una época en la que prácticamente no existían coches en Mallorca.

La historia comenzó en 1921, cuando su bisabuelo, Francisco Vidal Roca, decidió abrir un negocio relacionado con un sector que apenas estaba naciendo. En aquellos años la movilidad seguía dependiendo de carros y caballos, y apostar por la automoción suponía aventurarse en un terreno desconocido.

"Debió de ser muy difícil y complejo", reflexiona Andrés al pensar en aquella decisión que marcaría el destino de varias generaciones.

El negocio fue creciendo poco a poco. Décadas después se incorporó la segunda generación y llegó uno de los hitos que cambiarían para siempre el rumbo de la compañía: la concesión de Mercedes-Benz en 1956. Aquella representación se convirtió en el gran motor de crecimiento de la empresa y sentó las bases de lo que acabaría siendo Autovidal.

Pero si existe una decisión que Andrés recuerda con especial admiración es la que tomó su abuelo en 1976, cuando compró 16.000 metros cuadrados en la Gran Vía Asima, en el polígono Son Castelló. En aquel momento muchos pensaron que estaba cometiendo una locura. "La gente decía que se iba a un *camp de ametlés*", recuerda.

"El amor, el respeto y el apoyo mutuo son la base de nuestro éxito"

Y tenían razón. Son Castelló era poco más que eso. Sin embargo, aquella visión permitió a la empresa crecer y desarrollar nuevas instalaciones cuando Palma comenzaba a quedarse pequeña. Con los años, Andrés ha llegado a la conclusión de que aquel movimiento fue probablemente el punto de inflexión más importante en la historia de la compañía.

"Mi abuelo fue un gran visionario y tuvo una valentía tremenda".

La admiración hacia sus antecesores forma parte de su discurso, pero también de su manera de entender la empresa. Andrés pertenece a la cuarta generación familiar y ya convive profesionalmente con miembros de la quinta, representada por sus hijos Kiko y Cecilia.

Sin embargo, lejos de crecer obsesionado por los coches, su infancia transcurrió entre juegos, amigos y una vida familiar feliz. La recuerda como una etapa especialmente bonita.

Vivían en Son Armadams y pasaban los veranos en Ciudad Jardín. Allí disfrutaba de una pandilla de amigos con los que compartía largas jornadas al aire libre. Cuando habla de aquellos años aparece una sonrisa espontánea.

"Tuve una infancia maravillosa. La recuerdo con muchísimo cariño, entre algodones me atrevería a decir". Y pone en valor el trabajo de su madre, Carmen Ferrer Serra. "Mientras mi padre trabajaba duro todo el día era ella la que nos cuidaba y educaba, nuestro carácter y valores familiares se lo debemos también a ella".



Aunque en su casa toda la vida se han dedicado a los coches, nunca sintió una pasión especial por ellos. Cree que él también se ha dedicado a los coches "por castigo" (sonríe). De hecho, hoy sigue afirmando que, aunque le encantan no es un fanático. "Me gusta mucho mi trabajo, me apasiona, pero al final mi trabajo es dirigir un equipo que busca unos objetivos y circunstancialmente son coches, pero podrían ser lavadoras... creo que me gustaría exactamente igual".

Tras terminar el bachillerato comenzó a estudiar Económicas en Palma. La experiencia universitaria, sin embargo, no terminó de convencerle. Las clases le aburrían y tampoco tenía interés en marcharse fuera de Mallorca. Entonces le planteó a su padre Francisco Vidal Oliver que no le gustaba lo que estaba estudiando y le propuso empezar a trabajar con él mientras terminaba los últimos cursos. Su padre le dijo: "puedes hacerlo, pero no terminarás la carrera". Y Andrés le contestó: "sí, hombre, ¿cómo no voy a terminar la carrera si estoy a la mitad? Y como en muchas ocasiones a lo largo de mi vida tenía razón, no la terminé".

Con apenas veintiún años llegó a Autovidal dispuesto a comerse el mundo. Todavía recuerda aquel primer día. Se presentó impecablemente vestido, con traje y corbata, convencido de que comenzaría vendiendo coches.

Su padre lo observó y le preguntó a dónde iba. "A venderlo todo", respondió. La respuesta no fue la que esperaba. Su puesto no estaría en la exposición comercial, sino en el taller. Aquella decisión acabaría marcando su carrera.

Durante casi una década trabajó en el área de posventa, aprendiendo a gestionar equipos, resolver problemas y comprender la parte menos visible del negocio, porque explica: "No nos olvidemos que cuando alguien viene al taller normalmente es porque tiene un problema".

Aquella escuela le enseñó algo fundamental: detrás de cada vehículo hay una persona que necesita una solución.

Con el tiempo fue incorporando nuevas responsabilidades. Uno de los momentos más significativos llegó cuando Mercedes les ofreció incorporar Smart. La anécdota resume perfectamente la dinámica de una empresa familiar donde convivían tres generaciones.

En una reunión estaban sentados el abuelo, el padre y el propio Andrés que defendía que Smart representaba el futuro: movilidad urbana, bajas emisiones y un concepto innovador.



Su padre veía una oportunidad estratégica por la vinculación con Mercedes. Entonces intervino el abuelo diciendo: “Eso ni es un coche ni lo será nunca”. La frase provocó sonrisas, pero también reflejaba el contraste entre distintas formas de entender el negocio.

Finalmente decidieron apostar por la nueva marca. Aquella escena sigue simbolizando para Andrés lo mejor de la empresa familiar: la posibilidad de debatir, discrepar y construir juntos una decisión.

Mientras tanto, su padre iba transfiriéndole responsabilidades de forma progresiva. Nunca hubo una sucesión abrupta.

Andrés considera que esa transición pausada fue una de las claves del éxito.

Su padre confiaba plenamente en sus hijos y les permitía tomar decisiones incluso cuando no compartía completamente sus planteamientos. “Haz lo que creas que tienes que hacer”, le decía. Y cuando se equivocaba, nunca llegaba el reproche.

Ese relevo generacional se hizo durante prácticamente unos veinte años. Destaca que estuvo trabajando con su abuelo y su padre a la vez. “Fue muy bonito, porque además mi abuelo y mi padre tenían perfiles empresariales muy diferentes. Eran padre e hijo, pero tenían las formas de entender el negocio de una forma muy distinta. Mi padre era muy del negocio, de la venta de coches y mi abuelo tenía distintos negocios: de tractores, naves... No se metía en profundidad en lo que era la operativa diaria del negocio, y mi padre sí”.

Se ilumina la expresión de su cara al contar esta parte de su vida. “Trabajar con los dos era muy bonito porque aprendías de uno unas cosas, de otro

otras, y tú ibas forjando tu propia personalidad y tu propio estilo de trabajo, de liderazgo, y cogías lo que tú creías que era bueno de cada uno de los dos. Y al final, bueno, espero haber salido un poco una mezcla de ambos”.

Francisco Vidal aun estando jubilado está muy activo. ¡Ya lo has visto!, ¡estaba aquí ahora!

Hoy ese mismo proceso vuelve a repetirse dentro de la familia. Su hijo Kiko trabaja junto a él y también junto a su abuelo. Tres generaciones compartiendo conversaciones, decisiones y proyectos.

Para Andrés, esa convivencia intergeneracional constituye una de las mayores fortalezas de una empresa familiar.

Reitera que la armonía familiar es tan importante como los resultados económicos. “Si fracasamos como familia, habremos fracasado como empresarios”. La frase resume una convicción profunda.

En Autovidal existen protocolos familiares, planes estratégicos y normas de gobierno. Todo está documentado y consensuado. Sin embargo, Andrés insiste en que ningún documento sustituye la honestidad, el cariño y la confianza.

“Juntos hemos formado una familia numerosa y sólida que constituye el verdadero refugio frente a las exigencias del trabajo”

Habla sin complejos de amor cuando se refiere a la empresa. Una palabra poco habitual en el lenguaje empresarial, pero que considera esencial. “El amor, el respeto y el apoyo mutuo son la base de nuestro éxito”.

La mayor prueba de fuego llegó con la crisis financiera de 2008. Mientras muchas empresas se paralizaban por la incertidumbre, la familia tomó una decisión diferente.

Vieron una oportunidad donde otros veían únicamente amenazas. Aprovecharon la solidez financiera de la compañía para iniciar una ambiciosa expansión. Pasaron de representar tres fabricantes a convertirse en un grupo con presencia de más de una veintena de marcas.

Fue un proceso largo y complejo, liderado ya por la cuarta generación. Sin embargo, nada de lo vivido hasta entonces se parecía a lo que estaba por llegar.

Cuando estalló la pandemia de COVID-19, afirma, “creo que es la peor situación en la que me he encontrado en mi trayectoria profesional”. Además, el virus le golpeó personalmente. “Lo pasé fatal, adelgacé 15 kilos. Y en ese momento, con una debilidad física tremenda, tenía que hacer algo que nunca había hecho, que era cerrar Autovidal. Lo recuerdo muy traumático, porque cuando tú no estás bien físicamente, la cabeza no te funciona tampoco. Y menos mal que con mis hermanas pudimos tomar las decisiones adecuadas para salvaguardar la compañía”.

Había que tomar decisiones urgentes, gestionar expedientes laborales, renegociar financiación y tratar de proteger cientos de puestos de trabajo sin saber cuánto tiempo duraría la crisis.

“No quiero personas que me den siempre la razón. Quiero profesionales capaces de generar debate, aportar perspectivas diferentes y hacerme ver aquello que yo no esté viendo”

En medio de aquella incertidumbre Andrés llamó a su padre. Aunque ya estaba jubilado, seguía siendo el principal accionista de la empresa. La pregunta era directa: “¿Hasta dónde estaba dispuesto a arriesgar el patrimonio familiar para salvar la compañía?”. La respuesta llegó sin vacilaciones: “Pon todo el patrimonio familiar para salvar Autovidal”. Todavía hoy se emociona al recordarlo.

Aquella muestra de confianza absoluta reforzó una convicción que ha acompañado a la familia durante generaciones: las empresas pueden atravesar momentos difíciles, pero el compromiso con el proyecto y con las personas debe mantenerse intacto. La compañía logró superar aquella etapa y salir fortalecida.

Actualmente Autovidal continúa creciendo mientras afronta una transformación histórica del sector. La irrupción de fabricantes chinos, la electrificación, la futura llegada del vehículo autónomo y los cambios en los modelos de distribución están redefiniendo las reglas del juego.

Lejos de verlo con preocupación, Andrés afronta estos cambios con la misma mentalidad que aprendió de sus mayores: adaptarse, escuchar y evolucionar.

Su estilo de liderazgo se basa precisamente en eso. Delega responsabilidades, fomenta la autonomía y anima a sus directivos a cuestionar sus propias ideas.



Cuando incorpora a un nuevo responsable le transmite un mensaje muy claro. “No quiero personas que me den siempre la razón. Quiero profesionales capaces de generar debate, aportar perspectivas diferentes y hacerme ver aquello que yo no esté viendo”. Quizá por eso afirma que no siente apego al cargo.

Cuando llegue el momento dará un paso al lado. Seguirá vinculado al proyecto, como hizo su padre antes que él, pero dejará espacio a quienes vengan detrás.

Mientras tanto disfruta de los placeres sencillos: el golf, el vino, la tranquilidad de su hogar y, sobre todo, el tiempo compartido con su familia.

Su esposa, María, ha sido un apoyo fundamental en una vida marcada por la responsabilidad empresarial. “Juntos hemos formado una familia numerosa y sólida que constituye el verdadero refugio frente a las exigencias del trabajo”.

Al final, después de más de cien años de historia, la trayectoria de Autovidal no puede explicarse únicamente a través de concesionarios, marcas o cifras de negocio.

Se explica a través de personas. De un bisabuelo que apostó por un sector inexistente. De un abuelo que vio futuro donde otros veían un campo de almendros. De un padre que enseñó a liderar desde la confianza. Y de una nueva generación que se prepara para tomar el relevo.

Porque, para Andrés Vidal, el éxito empresarial nunca ha consistido únicamente en vender coches. Consiste en lograr que una familia siga caminando unida mientras construye un proyecto capaz de perdurar en el tiempo. Y, más de un siglo después de aquel primer garaje en Palma, esa sigue siendo la verdadera esencia de Autovidal.



Chicho Oliver
Hijos de Ramón Oliver

“Me gustaría que la empresa durara cien años más. Es dificilísimo...Yo puedo garantizar los próximos veinticinco años; después, ya veremos qué pasa”

“Mi afición es mi trabajo, me gusta y disfruto con lo que hago”. Con esta afirmación se presenta Chicho Oliver, director general de Hijos de Ramón Oliver y tercera generación al frente de una empresa familiar que lleva más de un siglo alimentando la cultura gastronómica de Mallorca por tierra, mar y aire, tal y como ellos mismos describen en su página web.

La historia de la compañía comenzó en 1917, cuando los hermanos Ramón y Bartolomé Oliver Ordinas abrieron un almacén en la avenida Gabriel Alomar i Villalonga, número 8, de Palma. Chicho recuerda aquellos orígenes a través de los relatos familiares.

“Mi abuelo Ramón empezó a trabajar siendo menor de edad —entonces la mayoría de edad era a los 21 años—. En aquella época la harina era un bien escaso y comenzaron a comprarla en fábricas de fuera de la isla. Después

incorporaron grano, avena y cebada para alimentar a los animales, porque todavía no existía el pienso. Mi padre siempre me ha contado que el mejor cliente de mi abuelo era mi bisabuelo, que además era su suegro, porque tenía una finca muy grande con animales". Aquella finca era Son Macià Negre, en Marratxí.

Años más tarde trasladaron la empresa a un edificio situado junto a la puerta de Sant Antoni, una ubicación privilegiada para la actividad comercial de la época.

"Era una zona estratégica porque antiguamente la gente de los pueblos venía los sábados a vender sus productos", recuerda. Allí permanecieron hasta 1967.

"Mi afición es mi trabajo, me gusta y disfruto con lo que hago"

Tras la Guerra Civil, los dos hermanos separaron sus caminos empresariales y fue el abuelo Ramón quien continuó al frente del negocio familiar.

En aquellos años existía el Grupo de Almacenistas de Harina y Cereales, una agrupación mediante la que adquirían conjuntamente salvado, harina, arroz, azúcar, legumbres y otros productos que estaban intervenidos por el Estado. Entre sus integrantes figuraban empresas como Alzamora S.A. o Agrícola Mallorquina S.A. Llegaron a ser veintiuna compañías; hoy solo permanece Hijos de Ramón Oliver.

El traslado al polígono de Son Castelló vino motivado por una circunstancia familiar. El almacén situado en las Avenidas permanecía alquilado como parte de los acuerdos alcanzados tras la separación de los hermanos. Sin embargo, cuando el propietario decidió levantar un edificio en ese solar, tuvieron que buscar una nueva ubicación.

"Mi abuelo compró un solar en el polígono Son Castelló y allí se constituyó Hijos de Ramón Oliver S.L. Buscó un terreno cerca de Palma, pero que no estuviera en primera línea porque eran demasiado caros". Mientras se construían las nuevas instalaciones, la empresa desarrolló su actividad desde la calle Vives.

Durante aquellos años, cada uno de los hermanos asumió un papel diferente dentro del negocio.

"Alfonso llevaba la administración, Tomeu era el representante y mi padre, que era el pequeño, estuvo durante unos años en una tienda situada en las Avenidas que, además de ser la sede social, vendía vinos y licores".

La incorporación de Chicho Oliver llegaría más tarde. Estudió Empresariales y, desde muy joven, tuvo claro que quería dedicarse al mundo de la empresa. Antes de regresar al negocio familiar decidió adquirir experiencia fuera de casa, una etapa que considera fundamental en su formación.



"Tuve la suerte de trabajar diez años en Gallina Blanca, del Grupo Agrolimen. Allí recibí una gran formación y fui asumiendo distintas responsabilidades: jefe de distribuidores y mayoristas de España, Canarias y Portugal; jefe nacional de Cash & Carry; KAM de Social y KAM de Hoteles. Siempre he pensado que es importante trabajar fuera de la empresa familiar, porque, de lo contrario, estás demasiado protegido. Nunca imaginé que acabaría incorporándome al negocio familiar, pero las circunstancias me llevaron hasta aquí".

La incorporación de Chicho Oliver coincidió con un momento de transformación para la empresa. En 2001, su primo Ramón asumió la gerencia, justo cuando se produjo la jubilación de los socios accionistas.

"Nos pidieron que no hipotecáramos las instalaciones, que no pusiéramos avales personales y que no les pidiéramos dinero. Mi padre era entonces el administrador, aunque ya estaba jubilado. Al principio le costó ceder el mando, pero nos lo puso muy fácil".

Con el paso de los años, Chicho empezó a detectar que el mercado tradicional estaba cambiando. La panadería y la pastelería, que durante décadas habían constituido el núcleo del negocio, comenzaban a perder peso. Cada vez había menos obradores y gran parte del pan ya se elaboraba fuera de Mallorca.

"En 2007 le dije a mi primo que el negocio estaba en declive. Si queríamos seguir creciendo, teníamos que ampliar nuestra oferta de productos".

Hasta entonces, la empresa había estado muy ligada al comercio del azúcar y la harina. Entre las décadas de los setenta y los ochenta, una parte muy importante del azúcar que llegaba a Mallorca pasaba por sus instalaciones.

Ese mismo año dieron un paso decisivo con la adquisición de Distribuciones Il Grotto, una operación que marcaría un antes y un después en la historia de Hijos de Ramón Oliver.

Para Chicho, aquella compra supuso mucho más que incorporar una nueva empresa. Significó abrir las puertas al canal Horeca, un sector que conocía perfectamente gracias a su experiencia en Gallina Blanca.

“Yo trabajaba en la división Food Service, dedicada a hoteles, restaurantes y cafeterías. Al unir Hijos de Ramón Oliver con Distribuciones Il Grotto duplicamos el volumen de la empresa. Entonces éramos dieciocho trabajadores; hoy somos casi doscientos”.

No duda al afirmar que fue una de las mejores decisiones estratégicas que han tomado. Sin embargo, también reconoce que el crecimiento trae consigo nuevas responsabilidades.

“Cuando la empresa crece, también lo hacen los problemas. Ya no es solo la parte comercial; aparecen cuestiones fiscales, bancarias, de prevención de riesgos laborales, de personal... Mi primo me pidió que volviera porque no podía abarcarlo todo. Yo me había comprometido a permanecer cuatro años más en la multinacional, pero en 2008 decidí dejar mi puesto y regresar”.



“No soy ningún crack. Soy un apasionado de mi trabajo y me gusta que mis empleados también lo sean. Tenemos un equipo muy bueno, con gente muy leal”

Desde ese momento ambos compartieron la dirección de la empresa, distribuyéndose las responsabilidades de acuerdo con sus perfiles.

“Él se ocupaba de toda la parte administrativa y yo asumía las operaciones: compras, ventas y logística. Fuimos creciendo año tras año hasta que llegó la crisis inmobiliaria”.

Aunque aquellos años fueron especialmente complicados para la economía, Hijos de Ramón Oliver continuó avanzando. En 2010 abrieron una delegación en Menorca y, un año después, adquirieron la fábrica de La Casa Italiana, que posteriormente fusionaron con Slice Pizza. También integraron las dos empresas que envasaban azúcar en sobres en Mallorca.

“Todo eso fue posible porque había empresas con dificultades financieras y supimos aprovechar la oportunidad”.

La evolución de la compañía invita a preguntarse cuál ha sido la clave para mantenerse al frente de una empresa centenaria sin dejar de crecer.

Para Chicho la respuesta es sencilla: tener ideas, saber adaptarse y contar con un proyecto sólido.

“Yo quizá soy más lanzado y habría hecho todavía más cosas, pero mi primo muchas veces ha sido quien me ha frenado. Y eso también ha sido importante”.

Precisamente esa combinación de perfiles ha sido, en su opinión, uno de los grandes aciertos de la empresa.

“Siempre me ha apoyado en las decisiones importantes. Con él tengo una enorme confianza y un profundo respeto”.

En la empresa trabajan también dos de sus hermanos, aunque cada uno desarrolla su labor en departamentos diferentes. La convivencia familiar dentro del negocio está sustentada en una idea que Chicho defiende con convicción: la importancia de preservar la unidad accionarial.

Las experiencias vividas por las generaciones anteriores le han enseñado que una empresa familiar necesita diálogo, confianza y un objetivo común que esté siempre por encima de los intereses individuales.

“Mi abuelo y su hermano tuvieron problemas cuando se separaron. En cada generación hemos vivido conflictos accionariales. Por eso, lo importante es pensar en el futuro de la empresa, intercambiar opiniones, pero sin llegar a las discusiones. Aprendes de las experiencias. Un empresario nunca desconecta; siempre estás dándole vueltas a la cabeza. No soy de los que llegan a la empresa a las siete de la mañana, pero sí creo firmemente en la importancia de saber delegar”.

A lo largo de más de un siglo de historia, Hijos de Ramón Oliver ha superado guerras, crisis económicas y cambios de mercado. Sin embargo, Chicho reconoce sin dudarlo que el momento más duro llegó con la pandemia.

Su voz cambia al recordarlo. “Fue horrible, tuvimos que hacer un ERE y pasamos de cien personas a quedarnos solo dieciocho. Fue un desastre”.

Durante aquellos meses, la empresa siguió suministrando harina, azúcar e ingredientes tanto a panaderías como a supermercados. Los camiones continuaban saliendo cargados de mercancía, pero el esfuerzo no evitó unas pérdidas que rozaron los dos millones de euros.

“Tendríamos que haber cerrado unos meses, pero fuimos responsables. Entre las dos empresas perdimos un dineral. Después llegó el ERTE. Al principio

teníamos que seguir pagando la Seguridad Social porque éramos una empresa de más de cincuenta trabajadores; más tarde eso cambió".

Aquella etapa le marcó personalmente. "Entonces sí venía cada día a las seis de la mañana. Durante un año y medio desayuné siempre con la misma persona, un empleado, al final de la nave. Y, cuando terminó la pandemia, nunca más he vuelto a esa zona".

Se emociona al recordarlo y cuando habla de aquellos meses, también destaca el papel desempeñado por su primo: "Durante la pandemia demostró una fortaleza enorme".

"Aprendes de las experiencias. Un empresario nunca desconecta; siempre estás dándole vueltas a la cabeza"

Ahora, con su próxima jubilación, la mirada de Chicho se dirige inevitablemente hacia el futuro.

"Ya pienso en el relevo generacional. Hoy por hoy no existe esa figura, ni entre mis hijos ni entre mis sobrinos. Yo estaré hasta los setenta años... ¿y después qué?"

La continuidad la empresa es una cuestión que le preocupa. Tiene dos hijos, todavía pequeños cuando se realizó esta entrevista, y nunca ha querido marcarles el camino.

"Tienen que formarse bien y adquirir experiencia profesional fuera de la empresa. El pequeño es el que muestra más vocación, pero nunca les he insistido. Les he dicho que, si algún día quieren formar parte del proyecto, haré todo lo posible para ayudarles. No tienen por qué ser ellos los gerentes. Lo importante es rodearse de un buen equipo y de gente válida para que la empresa continúe".

La estacionalidad del mercado balear sigue siendo uno de los grandes retos del negocio.

"Durante los meses de invierno —diciembre, enero y febrero— perdemos muchísimo dinero. En Menorca esa situación todavía es más acusada que en Mallorca".

Por el momento no distribuyen en Ibiza, aunque considera que el objetivo debería ser estar presentes en todas las islas.

"Me gustaría que la empresa durara cien años más. Es dificilísimo, pero creo que hemos dejado unos pilares sólidos. Yo puedo garantizar los próximos veinticinco años; después, ya veremos qué pasa".

Si tuviera que resumir los valores sobre los que ha construido su trayectoria, Chicho no duda un instante: humildad, lealtad y honradez. Son principios que, asegura, intenta aplicar cada día en la empresa y también en las relaciones personales.

"No soy ningún crack. Soy un apasionado de mi trabajo y me gusta que mis empleados también lo sean. Tenemos un equipo muy bueno, con gente muy leal".

Reconoce que siempre habrá personas más preparadas que él y que el verdadero valor está en saber compensar las propias limitaciones con esfuerzo y dedicación.

"Hay gente que me da mil vueltas. Hay profesionales extraordinarios y, si tengo alguna carencia, intento suplirla con horas de trabajo y muchas ganas".

Su preocupación por el futuro explica su implicación en el tejido empresarial de Mallorca y su valoración del papel que desempeña ASIMA. "Es un lobby potente. Los que fundaron ASIMA tuvieron una visión brutal al apostar por el asociacionismo".



"Lo importante es rodearse de un buen equipo y de gente válida para que la empresa continúe"

Después de más de un siglo de historia, Hijos de Ramón Oliver sigue evolucionando sin renunciar a sus raíces. La empresa ha sabido adaptarse a los cambios del mercado, superar momentos extremadamente difíciles y abrir nuevas líneas de negocio sin perder la esencia de una compañía familiar.



Cristóbal Rueda

Perfil Asesor

“En aquella época teníamos casi la obligación de trabajar y estudiar”

La historia de Cristóbal Rueda es la de un emprendedor que nunca tuvo un camino fácil, pero que encontró en el esfuerzo una forma de vida y en la capacidad de adaptación la clave para seguir creciendo.

Nació en Málaga y cuando tenía dos años sus padres decidieron trasladarse a Mallorca, atraídos por el auge turístico de los años sesenta. Desde muy joven entendió que estudiar y trabajar eran dos obligaciones que caminaban de la mano. Mientras cursaba Económicas asistiendo al bachiller nocturno en Palma, desempeñó todo tipo de empleos para salir adelante. Pasó por el almacén de Casa Gaillard, trabajó en las gasolineras de la Cuesta del Gas, limpió cristales en la Plaza Progreso y encadenó jornadas que comenzaban muy temprano y terminaban ya entrada la noche.

“En aquella época teníamos casi la obligación de trabajar y estudiar”, recuerda. “Trabajaba de seis de la mañana a dos de la tarde y después me iba a estudiar. Era lo normal para muchos jóvenes de entonces”.

Aquellas experiencias le enseñaron el valor del esfuerzo y despertaron en él una inquietud que terminaría marcando su futuro. “El mundo de la empresa y del emprendimiento siempre me atrajo”, explica.

A principios de los años noventa tanto él como su mujer contaban con sus respectivos trabajos, pero decidieron abrir un pequeño despacho profesional en Es Pont d’Inca, en Marratxí. Montaron ‘Perfil Asesor’, una aventura que emprendían prácticamente desde cero, sin una cartera de clientes consolidada y sin el respaldo económico o empresarial de una saga familiar.

“Éramos muy polivalentes. Mi mujer, como graduada social, estaba más enfocada al asesoramiento laboral de las empresas y mi formación en Economía complementaba perfectamente la suya”.

Los primeros años estuvieron marcados por la incertidumbre. “Hasta que pudo despegar el despacho fue muy difícil. Conseguir tu primer cliente siendo autónomo, que alguien confiara en ti para llevarle las cuentas, era complicado. Pasábamos mucho tiempo esperando, haciendo visitas, lanzando anzuelos y tratando de darnos a conocer”.

Aquella etapa le enseñó una de las lecciones más importantes de su carrera: la paciencia. Como él dice, “emprender no siempre significa avanzar deprisa”.

“Es muy difícil, sobre todo cuando compaginas el proyecto con otro trabajo. Nosotros no teníamos un soporte familiar ni una red de contactos. No teníamos nada más que nuestra imagen, nuestra forma de trabajar y nuestra manera de ser”.

“Éramos muy polivalentes. Mi mujer, como graduada social, estaba más enfocada al asesoramiento laboral de las empresas y mi formación en Economía complementaba perfectamente la suya”

Durante cuatro o cinco años el despacho apenas daba para vivir. Fueron tiempos de mucha prudencia, de controlar cada gasto y de confiar en que el esfuerzo terminaría dando sus frutos.

El primer cliente importante llegó casi por casualidad: una pequeña zapatería situada en la misma calle Cabana donde habían abierto el despacho. Ese primer paso les permitió empezar a construir una reputación basada en la cercanía y el trato personal.

El local donde comenzaron apenas tenía doce metros cuadrados, suficiente para dos personas. Sin embargo, cuando apareció la oportunidad de trasladarse a otro establecimiento de treinta y cinco metros cuadrados en la misma calle, no dudaron.

“Fue un reto, pero dijimos: “¡A por todas!”. Era una época en la que había que apretarse mucho el cinturón para que salieran los números”.

Aquella decisión marcó un antes y un después. El despacho empezó a crecer lentamente y, con él, también aumentó la confianza de los clientes.

Trabajar junto a su mujer también implicaba afrontar desafíos. Compartían oficina, decisiones, preocupaciones y también la vida familiar. “No es fácil trabajar codo con codo con la familia porque se mezclan muchas cosas: la parte personal con la parte profesional”. Sin embargo, reconoce que buena parte del crecimiento del despacho ha sido posible gracias a esa complicidad construida durante tantos años.



“No es fácil trabajar codo con codo con la familia porque se mezclan muchas cosas: la parte personal con la parte profesional”

“Mi mujer siempre me ha comprendido. Me ha dado rienda suelta para ser más lanzado y muchas veces me decía: “Si tú lo decides, adelante”. Gracias a su apoyo, a su comprensión y a su confianza hemos podido crecer”.

Con el paso de los años ambos vieron que las necesidades de las empresas comenzaban a cambiar y ellos debían evolucionar con ellas. “Al principio lo primero que ofreces son dos de los servicios básicos: la contabilidad y las nóminas. Pero pronto comprendimos que el empresario necesitaba mucho más”.

Mirando atrás, Cristóbal no solo aprecia el crecimiento del despacho, sino también la enorme transformación tecnológica que ha vivido la profesión. “Quienes hoy empiezan en el sector apenas pueden imaginar cómo era trabajar antes de la informática”.

Recuerda las máquinas de escribir, los papeles autocopiativos, los libros de actas escritos completamente a mano y los errores que prácticamente no admitían corrección.

“Hoy escribes un documento en el ordenador, corriges, guardas un borrador y continúas mañana. Antes no era así. Tenías una máquina de escribir, papel de calco y no podías equivocarte. Si te equivocabas, empezabas otra vez. Aquello sí era trabajar sin red”.

Incluso, comenta, las gestiones con la Administración requerían “una paciencia infinita”. Los seguros sociales se cumplimentaban manualmente, después llegaron las impresoras matriciales y poco a poco comenzaron los primeros avances tecnológicos que revolucionaron el trabajo diario.

“Los que llevamos tantos años hemos visto una evolución absolutamente exponencial. La forma de comunicarnos con la Administración, con los clientes o con los trabajadores no tiene nada que ver con la de entonces”. Y manifiesta que su ambición “siempre ha sido preguntarnos qué necesita el cliente y construir una propuesta que realmente le aporte valor”.



“Que el cliente pueda resolver prácticamente todas sus necesidades sin tener que acudir a distintos profesionales”

Esa filosofía fue ampliando poco a poco el despacho. Primero incorporaron un departamento jurídico propio. Después llegó la gestoría administrativa, capaz de tramitar escrituras, matriculaciones, importaciones, tarjetas de transporte o cualquier gestión administrativa que pudiera necesitar una empresa. Más adelante se sumaron nuevos servicios como la protección de datos y la correduría de seguros.

“Intentamos cerrar el círculo”, resume. “Que el cliente pueda resolver prácticamente todas sus necesidades sin tener que acudir a distintos profesionales”.

Después llegó la digitalización y las nuevas herramientas de comunicación que le permitieron abrir horizontes. Perfil Asesor comenzó a prestar servicio a clientes internacionales que decidían instalarse en Mallorca o desarrollar parte de su actividad desde la isla.

Hoy cuentan con una importante cartera de clientes alemanes, franceses, ingleses y nórdicos. “Tenemos tres personas nativas alemanas para atender a ese colectivo y dos nativas francesas para los clientes franceses. También contamos con profesionales que trabajan en inglés. Ya no prestamos servicio únicamente a empresas de Baleares”.

Cristóbal siempre ha apostado por la formación, por la incorporación de nuevos perfiles profesionales y por adelantarse a las necesidades del mercado. Para él, quedarse quieto nunca ha sido una opción. De hecho, está convencido de que la profesión volverá a transformarse profundamente en los próximos años.

“La parte contable tiene los días contados tal y como la conocemos. La tecnología nos obliga a trabajar de otra manera. La Administración cada vez dispone de más información y muchas tareas acabarán automatizándose. Tendremos que descubrir nuevos horizontes y adaptarnos. No nos quedará otra”.

En todo momento habla con entusiasmo de su trabajo. Cuando comenzó aquella aventura empresarial junto a su mujer jamás imaginó que algún día dirigirían un equipo de casi treinta personas.

“Estamos muy satisfechos de lo que hemos conseguido, pero sobre todo de seguir siendo capaces de hacer cosas nuevas. Nos reinventaremos las veces que haga falta”, asegura.

A sus sesenta y seis años tampoco contempla la jubilación. Lo dice sin dudar un instante. “Aunque sea una carga de trabajo importante y muchas veces el estrés no me deje dormir, disfruto haciendo esto. Vengo cada día con ilusión. Siempre aparece un desafío nuevo: una norma diferente, un cliente que plantea una situación desconocida o una herramienta tecnológica que aprender”.



“Estamos muy satisfechos de lo que hemos conseguido, pero sobre todo de seguir siendo capaces de hacer cosas nuevas. Nos reinventaremos las veces que haga falta”

Cristóbal, además, es el informático de la empresa. “Gestiono la red, los servidores y los programas. Me encanta. Es verdad que muchas actualizaciones tengo que hacerlas los sábados o los domingos, fuera del horario laboral, pero disfruto haciéndolo”.

El crecimiento del despacho también ha ido acompañado del crecimiento de su familia. Sus dos hijos forman ya parte del proyecto empresarial y representan el relevo generacional.

Cristóbal reconoce que ha influido en sus decisiones profesionales, aunque lo hace con una sonrisa y cierta prudencia. “No sé si para bien o para mal», bromea”.

David estudió Economía y actualmente cursa Derecho. Nuria se formó en Administración y Dirección de Empresas y Economía y recientemente ha

completado también el Grado Social. Ambos continúan especializándose en nuevas áreas, dice, porque el aprendizaje nunca termina.

Sin embargo, Cristóbal observa una diferencia evidente entre generaciones. “Las segundas generaciones ven la vida de otra manera. No viven para trabajar; trabajan para vivir. Tienen otro concepto y otra forma de entender el equilibrio entre la vida personal y la profesional”,

Lo dice sin crítica, simplemente constatando una realidad. Él pertenece a una generación que entendía el trabajo casi como una forma de vida. “Yo disfruto viniendo un domingo por la mañana a preparar la semana siguiente”.



En cualquier caso, nunca ha pretendido imponer ese modelo a sus hijos. “No soy un padre dictador ni intransigente. El ejemplo es el mejor consejo que pueden tener”.

Más que discursos, cree en la fuerza de los hechos. Ellos han visto durante toda su vida cómo trata a los clientes, cómo cuida a los trabajadores y cómo afronta los problemas del negocio. Esa, asegura, es la mejor enseñanza que puede dejarles.

Si tuviera que resumir los valores imprescindibles para dirigir una empresa, utiliza dos palabras: “Honestidad y profesionalidad”.

Esa misma filosofía la aplica también a la gestión del equipo humano. Sabe que captar talento resulta cada vez más complicado y que retenerlo es un desafío todavía mayor. “Tan importante es incorporar buenos profesionales como conseguir que quieran quedarse”.

Por eso siempre ha intentado construir un ambiente de trabajo agradable, donde las personas se sientan valoradas y disfruten desarrollando su carrera. “Organizamos distintas celebraciones durante el año porque queremos que la gente venga contenta a trabajar”.

Cuenta que algunos empleados llevan más de veinticinco años formando parte del despacho, algo poco habitual.

Llama la atención otro dato: la inmensa mayoría del equipo está formado por mujeres. Cristóbal responde con total naturalidad cuando se le pregunta por ello. “Porque son muy trabajadoras. En este tipo de puestos técnicos, relacionados con la contabilidad, la fiscalidad o el ámbito laboral, suelen implicarse muchísimo y son muy resolutivas”.

Otro momento decisivo en la historia de la empresa llegó en 2009, cuando decidieron trasladarse al edificio VIP ASIMA, en el polígono de Son Castelló. La decisión surgió de la mano de una clienta alemana con importantes inversiones hoteleras, que le animó a instalarse allí.

Fue una apuesta arriesgada. Los precios inmobiliarios se encontraban en máximos y adquirir la oficina suponía asumir un importante compromiso económico. Sin embargo, volvió a hacer lo que había hecho toda su vida: confiar en el proyecto.

“Tan importante es incorporar buenos profesionales como conseguir que quieran quedarse”

Fuera del despacho también mantiene rutinas muy marcadas. Cada jornada comienza a las seis de la mañana y siempre reserva un tiempo para hacer ejercicio antes de empezar a trabajar.

Le gusta viajar, jugar al golf y asistir a encuentros empresariales en distintas ciudades. En su despacho guarda figuras de madera traídas de África, India o Birmania, pequeños recuerdos que reflejan otra de sus pasiones: conocer otras culturas.

Una costumbre que confiesa es la siesta: “es absolutamente sagrada”. Desde hace veinticinco años desconecta el teléfono al mediodía para descansar unos minutos.

Entre los momentos más complicados recuerda especialmente la pandemia. Aunque el despacho pudo seguir abierto por tratarse de un servicio esencial, fueron meses de mucha incertidumbre para sus clientes. La emisión de certificados digitales permitió resolver multitud de gestiones urgentes cuando muchas administraciones permanecían cerradas al público.

Aun así, hay algo que continúa frustrándole profundamente. “Muchas veces sentimos impotencia cuando la Administración no escucha, no ve y no habla. En ocasiones se sanciona a un cliente sin razón y hacerle entender que no existe una vía rápida para solucionarlo resulta muy difícil”.

Después de toda una vida dedicada al asesoramiento empresarial, Cristóbal Rueda continúa afrontando cada jornada con la misma energía que cuando abrió aquel pequeño despacho de doce metros cuadrados junto a su mujer. Quizá porque entiende el éxito como un camino de aprendizaje permanente.



Daniel Ramón
Podarcis

“No me puedo quejar de cómo me ha ido. Es mi pasión. Me gusta lo que hago. ¿Qué más puedes pedir?”

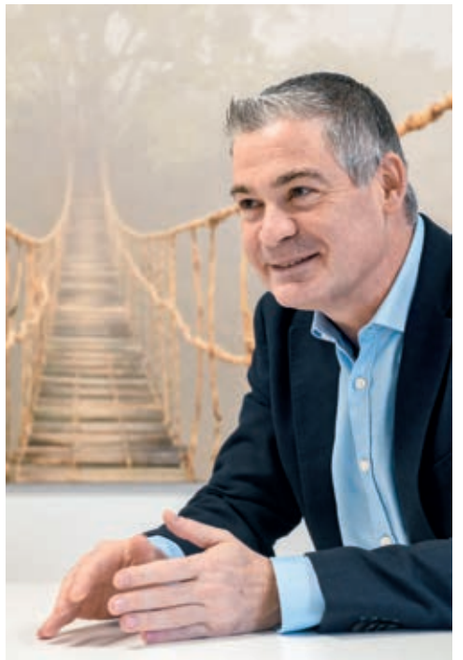
Daniel Ramón es una persona incapaz de quedarse quieta. Necesita aprender, crear, mejorar e imaginar qué puede hacer de otra manera. Cuando conversas con él habla con la misma pasión de la biología que, de la inteligencia artificial, de la sostenibilidad, de una carrera de montaña, de una reunión con un cliente o de una tarde entrenando con sus hijos. Todo lo vive con la misma intensidad.

Nació en Palma y, como le gusta decir, es un “llonguet cent per cent”. Procede de una familia de funcionarios y en su casa la pregunta era qué oposiciones quieres preparar. “De empresa no se hablaba”, dice.

Aun así, hubo una persona que marcaría para siempre su manera de mirar el mundo: su padre.

Su padre, biólogo, profesor y uno de los impulsores de los estudios universitarios de Biología en Baleares, convirtió la naturaleza en una auténtica escuela para sus hijos.

“El medio ambiente siempre me ha apasionado. Íbamos mucho al campo, a observar aves y aquello me despertó una curiosidad enorme”.



Por eso, cuando llegó el momento de elegir carrera, no tuvo dudas. En 1994 comenzó Biología en la Universitat de les Illes Balears convencido de que aquel era su camino. Tampoco sintió la necesidad de marcharse fuera. Quería formarse en Mallorca y crecer profesionalmente sin alejarse de su tierra.

Todavía hoy habla de aquella decisión con la misma ilusión. “No me puedo quejar de cómo me ha ido. Es mi pasión. Me gusta lo que hago. ¿Qué más puedes pedir?”.

Durante aquellos años imaginaba un futuro muy diferente. Como tantos hijos de funcionarios, pensaba en una carrera investigadora, en hacer el doctorado y, quizá algún día, ocupar una plaza en la universidad.

Pero la vida lo llevó a cambiar de planes.

Mientras colaboraba con la universidad y el CSIC se especializó en el estudio del fitoplancton. Aquel trabajo llamó la atención del prestigioso investigador Carlos Duarte, que le ofreció participar en una expedición científica a la Antártida. “Cuando me preguntó si quería ir pensé que era una oportunidad única”. Pero unas semanas antes de embarcar le comunicaron que no podía formar parte de la expedición porque se había postulado como objetor de conciencia y el barco era militar. Entonces, pensó, “¿y ahora qué hago?”.

Lo que entonces vivió como una enorme decepción terminó siendo el gran punto

“El medio ambiente siempre me ha apasionado. Íbamos mucho al campo, a observar aves y aquello me despertó una curiosidad enorme”

de inflexión de su vida. En lugar de iniciar una carrera científica, comenzó a trabajar en el Laboratorio de Sistemas de Información Geográfica de la Universitat. Allí descubrió otra forma de aplicar sus conocimientos y, casi sin darse cuenta, empezó a despertar una inquietud por el mundo de la empresa.

Una vez más, su padre apareció en el momento justo. Consciente de que su hijo quería dar un paso diferente, habló con Ferran, un amigo que dirigía una importante consultora ambiental en Barcelona. Aquella estancia, que en principio iba a durar unos días, acabó convirtiéndose en la mejor escuela de negocios que podía haber imaginado. “Siempre digo que Ferran fue mi padre empresarial”.

Aprendió a preparar ofertas, presentar proyectos, gestionar clientes, organizar equipos y entender que una empresa era mucho más que un buen conocimiento técnico.

“La universidad me enseñó Biología. Ferran me enseñó a convertir ese conocimiento en un proyecto empresarial”.

Durante varios años representó la consultora en Baleares como profesional autónomo. Fueron tiempos de aprendizaje, de visitar clientes y de descubrir que la confianza se construye mucho antes de firmar un contrato.

En 2005 llegó otro momento decisivo. La empresa fue vendida y los nuevos propietarios decidieron prescindir de la actividad en Baleares. “Me dijeron que no seguirían contando conmigo y pensé: perfecto, pero los clientes que he conseguido aquí me los quedo yo”.



“Tengo los clientes que tengo gracias a que muchas puertas se cerraron aquí. Si no hubiera sido así, probablemente nunca habría salido a buscarlos fuera”

Un año después, en septiembre de 2006, nació Podarcis. Y lo hizo en uno de los momentos más felices de su vida. Su mujer, Celia, también bióloga y doctora en Microbiología, estaba embarazada de su primera hija. Para Daniel, “Podarcis es un hijo más”.

El nombre de Podarcis no es casual. Ambos querían que reflejara sus raíces y su pasión por la biología. Celia es de Formentera y *Podarcis pityusensis* es el nombre de la lagartija pitiusa (Ibiza y Formentera). “Así lo sientes mucho más tuyo”, dice sonriendo.

Empezaron a trabajar en su propia casa y cuando nació la niña cogieron un local pequeño en la plaza Santa Pagesa. “Allí llegamos a ser cinco personas, pero cuando llega la crisis de 2009 el alquiler era un poquito alto y tenemos que replantear un poco el modelo de negocio. Ahí nos centramos exclusivamente en consultoría de medioambiente y de calidad porque se nos da bastante bien. Buscamos un despacho más pequeño y nos vinimos al polígono Llevant”.



En el mismo edifico han ido cambiando a despachos cada vez más grandes, al mismo tiempo que tenían más demanda, hasta fijar su sede actual en un despacho de unos 150 metros cuadrados con trece trabajadores.

En cuanto a los servicios que ofrecen, Daniel comenta: “Creo que fuimos pioneros en venta online”. Podarcis apostó por las herramientas digitales para ayudar a las empresas a gestionar sus obligaciones ambientales y legales. Esta decisión les permitió llegar a clientes de toda España sin necesidad de abrir oficinas fuera de Mallorca y esos clientes nacionales valoraban precisamente aquello que ellos podían ofrecer: especialización, cercanía y capacidad para resolver problemas complejos.

Con el paso de los años llegaron proyectos para grandes compañías y administraciones públicas. Organizaciones como Ports de Barcelona, Adif, Lidl, McDonald’s o Atún Calvo. “Tengo los clientes que tengo gracias a que muchas puertas se cerraron aquí. Si no hubiera sido así, probablemente nunca habría salido a buscarlos fuera”.

En esa manera de interpretar los obstáculos también aparece la influencia de su padre, cuya filosofía sigue guiando hoy muchas de sus decisiones. Recuerda que le decía: “Haz lo que tengas que hacer, pero si lo haces, hazlo lo mejor que puedas y sobre todo, que sirva para algo”.

Daniel tenía claro que, si querían crecer: “No podíamos depender solo del mercado local. Nunca hemos querido ser los más grandes; hemos querido ser útiles”.

Asegura que les interesa trabajar con organizaciones que compartan una manera de entender la sostenibilidad.

“Si alguien solo quiere un informe para cumplir el expediente, probablemente no somos su empresa. Nos gusta trabajar con quien realmente quiere mejorar”.

Lo dice con la misma naturalidad con la que reconoce que, en alguna ocasión, también se han equivocado.

No tiene ningún problema en hablar de proyectos que no funcionaron o inversiones que no dieron el resultado esperado. Forma parte del aprendizaje. “De los errores también se aprende”, dice.

“Si alguien solo quiere un informe para cumplir el expediente, probablemente no somos su empresa. Nos gusta trabajar con quien realmente quiere mejorar”

Esa actitud explica por qué Podarcis ha mantenido una evolución constante. Daniel nunca ha entendido la innovación como una moda, sino como una obligación para cualquier empresa que quiera seguir siendo competitiva.

Por eso ha apostado también por incorporar la inteligencia artificial a su trabajo diario. “La tecnología tiene que ayudarnos a pensar mejor, no a dejar de pensar”.

No cree que las máquinas vayan a sustituir el conocimiento de las personas. Al contrario. Está convencido de que deben liberar tiempo para que los profesionales puedan dedicarlo a aquello que realmente aporta valor: analizar, interpretar y tomar decisiones.

Su curiosidad tampoco se limita a la tecnología. Siempre está buscando nuevas formas de aprender y de compartir conocimiento. Durante casi una década fue profesor asociado en la universidad y durante años impartió formación especializada para empresas. “Siempre digo que la formación ha pagado mi casa”, comenta entre risas.

Su experiencia docente lo ha llevado a implantar una plataforma propia de formación online, desde la que imparten cursos relacionados con la economía circular, la huella de carbono, la gestión de residuos o la sostenibilidad empresarial.

Para Daniel, enseñar siempre ha sido otra forma de seguir aprendiendo. Ese espíritu inconformista también se refleja en la manera de dirigir Podarcis. Aunque hoy la empresa ha crecido y cuenta con un equipo multidisciplinar, sigue huyendo de las estructuras rígidas.

"Lo único que buscamos es gente que tenga ganas de trabajar. El talento ya lo desarrollaremos entre todos", asegura.

Está convencido de que los conocimientos pueden adquirirse con formación y experiencia, pero la actitud depende de cada persona. Por eso valora tanto la curiosidad, la iniciativa y las ganas de aprender.



"Lo único que buscamos es gente que tenga ganas de trabajar. El talento ya lo desarrollaremos entre todos"

También le da mucha importancia al ambiente de trabajo. "Intentamos que la gente esté a gusto. Al final pasamos muchas horas juntos y acabamos siendo una pequeña familia". Tiene claro que al trabajador hay que cuidarlo, "pero hay que cuidar todo el entorno, todo el ecosistema donde tú estás trabajando, que haya un espacio de diálogo y que en cierta manera tú puedas decir las cosas y ellos te las puedan decir a ti. Esa confianza es fundamental".

Con los años también ha aprendido a gestionar mejor su propio tiempo. Reconoce que durante muchos años quiso llegar a todo y responder inmediatamente a cualquier petición de un cliente. Hoy piensa de otra manera.

"No sirve de nada prometer un trabajo para el viernes si realmente puede entregarse el martes y hacerlo mejor".

Ese cambio de mentalidad le ha permitido disfrutar más del camino. Porque, aunque reconoce que sigue dedicando muchas horas a la empresa, ha aprendido que el éxito pierde sentido si no deja espacio para la familia.

Tres tardes a la semana entrena atletismo junto a su mujer y sus hijos. Los fines de semana cambia el despacho por la bicicleta de montaña o por alguna de sus muchas aficiones tecnológicas. Su último hobby son los drones. "Somos pilotos acreditados por la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA), y ahora estoy aprendiendo a volar los drones FPV".

Se ríe cuando intenta resumir todo lo que hace. "Yo no paro. Me gusta el deporte, la música y disfrutar de la familia, evidentemente, siempre que podemos. Y cada año intento hacer alguna escapadita con los amigos".

Y conociendo a Daniel, no para porque todavía disfruta aprendiendo. No para porque siempre encuentra una nueva idea que desarrollar. No para porque entiende la empresa como un proyecto vivo, en constante evolución.



Pero, sobre todo, no para porque sigue creyendo que la sostenibilidad no consiste únicamente en cumplir normas o conseguir certificaciones. Consiste en dejar una huella positiva, como él afirma. "Trabajamos para que el verde siga siendo el color de la esperanza".

Es una frase que resume la filosofía de Podarcis y también su propia manera de entender la vida.

"Estamos utilizando la Tierra de prestado. Lo mínimo que podemos hacer es intentar dejarla un poco mejor de como la encontramos".

Al terminar la conversación resulta evidente que Daniel Ramón cambió una carrera científica por una aventura empresarial en la que ha conseguido unir sus dos grandes pasiones: el conocimiento y el compromiso con el medio ambiente.



Asociado: 1.529 | Sector: Textil

David Arbó
Polarier

“Hemos construido un equipo muy potente, con grandes profesionales al frente de las áreas financiera, estratégica, operacional y tecnológica. Nunca he querido tirar del carro en solitario”

Desde su sede corporativa y operativa en el polígono de Son Castelló, Polarier presta servicios de lavandería y gestión textil integral a más de 280 hoteles. David Arbó, cofundador y director general, reivindica el talento, la innovación, la sostenibilidad y las relaciones de confianza como pilares de un crecimiento que ha llevado a la compañía desde Mallorca hasta algunos de los principales destinos turísticos internacionales.

David Arbó nació en Palma en 1974 y creció en el seno de una familia trabajadora. Estudió en La Salle y, a los diecinueve años, comenzó a trabajar en Tilsa, la empresa fundada por su padre. Sus primeros pasos profesionales

transcurrieron en Can Valero, en una compañía especializada en el diseño, montaje y puesta en marcha de lavanderías internas para hoteles de las Islas Baleares.

Comenzó en las áreas de operaciones y comercial, una experiencia que le permitió conocer el negocio desde la base. “Fueron muchos años de crecimiento, montando lavanderías para centenares de hoteles, hasta que llegó un punto de inflexión en el que maduré profesionalmente y empecé a tener otras inquietudes”.

Hasta entonces, el modelo se centraba en la venta de maquinaria y el servicio posventa. David y su hermano Jordi detectaron la oportunidad de evolucionar hacia un planteamiento más extendido en Europa y Estados Unidos: la externalización de servicios para que las compañías hoteleras pudieran concentrarse en su actividad principal.

“Decidimos transformar radicalmente el modelo de negocio”. En 2007, ambos hermanos fundaron Polarier e iniciaron una nueva etapa empresarial basada en la especialización, la gestión integral y una relación de largo plazo con el cliente.

David atribuye un papel esencial a su padre, que les cedió el espacio necesario para crear la nueva compañía y los acompañó durante la transición. Con ochenta años, continúa vinculado al proyecto y acude a la empresa siempre que lo desea.

“Es una persona muy dinámica, un auténtico motor. Todo el mundo le tiene muchísimo cariño y para nosotros siempre ha sido un espejo en el que mirarnos”.



“Fueron muchos años de crecimiento, montando lavanderías para centenares de hoteles, hasta que llegó un punto de inflexión en el que maduré profesionalmente y empecé a tener otras inquietudes”

Su experiencia en mejora continua, atención al cliente y operación sigue siendo valiosa, especialmente junto a Jordi Arbó.

Más allá del conocimiento técnico, su principal legado son los valores. “Nos ha inculcado unos principios éticos muy sólidos: hacer las cosas bien, poner al cliente en el centro y actuar con honestidad y compromiso. Ese es el ADN de la empresa”.

La complementariedad de David y Jordi permitió profesionalizar la organización, reforzar la tecnología y avanzar en eficiencia energética. David considera que una de sus decisiones más importantes ha sido rodearse de profesionales capaces de liderar cada área.

“Hemos construido un equipo muy potente, con grandes profesionales al frente de las áreas financiera, estratégica, operacional y tecnológica. Nunca he querido tirar del carro en solitario. He intentado reconocer mis debilidades y rodearme de personas mejores que yo en cada especialidad”.

Su modelo de liderazgo se basa en identificar dónde puede aportar más valor, dinamizar la organización y confiar en el equipo. “Me centro en trabajar con las personas, anticipar la evolución del negocio, crear relaciones duraderas y construir grandes alianzas. Todo lo demás lo hace un equipo extraordinario”.

Esta visión se extiende a la innovación, entendida como una responsabilidad compartida y vinculada a la mejora del servicio. “No se trata de incorporar tecnología por tendencia, sino de mejorar aquello que impacta directamente en el cliente. La monitorización en tiempo real, la trazabilidad, los gemelos digitales y el uso de datos nos permiten anticipar consumos, reducir incidencias y tomar mejores decisiones, siempre con las personas en el centro”.

“No se trata de incorporar tecnología por tendencia, sino de mejorar aquello que impacta directamente en el cliente”

La tecnología, insiste, debe potenciar el trabajo de las personas y liberar a los equipos de tareas de bajo valor. Por eso Polarier impulsa la formación continua, el desarrollo interno y perfiles capaces de combinar conocimiento operativo, orientación al cliente y criterio tecnológico. La innovación no queda circunscrita a un departamento: forma parte de la cultura de mejora continua de toda la organización.

Polarier gestiona cerca de 80.000 habitaciones distribuidas entre más de 280 hoteles. Esta dimensión exige coordinar miles de procesos relacionados con la lavandería industrial, la logística y la gestión integral del textil.

La compañía opera mediante modelos de renting: Polarier es propietaria del textil y lo pone a disposición de los hoteles mediante un servicio que incluye suministro, lavado, mantenimiento y reposición.

“Las empresas se concentran cada vez más en su actividad principal y buscan especialistas que puedan acompañarlas. Nosotros gestionamos las lavanderías y todo el circuito textil”.

La especialización abarca la selección de proveedores en distintos países, la búsqueda de calidades adecuadas, la optimización de las compras y el desarrollo de sistemas que prolonguen la vida útil de cada prenda. El objetivo es reducir complejidad para el hotel y aportar seguridad, continuidad y datos para una mejor toma de decisiones.

Este planteamiento sitúa a Polarier como socio operativo, no solo como proveedor. La compañía aspira a anticipar necesidades, simplificar procesos y acompañar a cada cliente durante su crecimiento. En un servicio especialmente sensible para la experiencia hotelera, la fiabilidad diaria, la capacidad de respuesta y la transparencia de la información resultan tan importantes como la eficiencia económica.

“La sostenibilidad, la trazabilidad y la eficiencia ya no son solo elementos diferenciales, sino condiciones de entrada”

Para David, la sostenibilidad no es una actuación aislada, sino una forma de entender la empresa y su relación con clientes, proveedores y colaboradores.

“La sostenibilidad, la trazabilidad y la eficiencia ya no son solo elementos diferenciales, sino condiciones de entrada”.

Dentro de esta estrategia se enmarca Re-Linen, un proyecto de economía circular orientado a transformar el residuo textil en recurso. Polarier desarrolla criterios de clasificación, procesos y alianzas para reincorporar progresivamente productos circulares al entorno hotelero y prolongar la vida útil del textil.

La mirada empresarial también ha cambiado. “Hace unos años nos preguntábamos qué hacíamos o cuánto conseguíamos. Hoy la pregunta es cómo lo hacemos”.

Para David, la reputación y la calidad del servicio dependen de la solidez de todo el ecosistema. “Con quién trabajamos es tan importante como los resultados. El éxito consiste en crecer de forma sostenible y construir relaciones sanas con nuestro entorno”.

Polarier nació en 2007 y, un año después, afrontó la crisis económica. Lejos de frenar su desarrollo, aquel periodo coincidió con una etapa de expansión. Mientras consolidaba su presencia en Baleares, la compañía comenzó a acompañar a grandes cadenas hoteleras españolas en República Dominicana, México y Cuba.

“Iberostar fue nuestro gran cliente y quien nos abrió el camino hacia América. Allí seguimos plenamente implicados en la gestión de sus lavanderías y trabajamos también con buena parte de las principales compañías españolas implantadas en el Caribe”.

Con el tiempo, Polarier ha ampliado su cartera a grupos hoteleros estadounidenses, canadienses, dominicanos y mexicanos. “Eso significa que nuestra expansión allí empieza a tener identidad propia”. En España, continúa creciendo en Málaga y la Costa del Sol y avanza en nuevos proyectos en Barcelona y Canarias.

La pandemia de COVID-19 tuvo un impacto completamente diferente. Cuando cerraron los hoteles, Polarier dejó de operar. “Fue un momento muy duro, pero también nos obligó a reflexionar, reinventarnos y replantear muchos procesos y modelos de trabajo”.

La compañía mantuvo su apuesta por el futuro: continuó invirtiendo, creyendo en el modelo y dedicando tiempo a la formación. “Nunca nos tembló el pulso. Teníamos muy claro hacia dónde queríamos ir y la pandemia fue la mejor prueba de ello”.

Una de las decisiones más relevantes fue mantener al cien por cien del equipo. “Las personas comprobaron que aquí no sobraba nadie. Eso nos unió muchísimo y forta-



“Hace unos años nos preguntábamos qué hacíamos o cuánto conseguíamos. Hoy la pregunta es cómo lo hacemos”

leció todavía más la cultura de la empresa". Actualmente, Polarier cuenta con una plantilla media de unas 1.600 personas, variable según la estacionalidad hotelera.

En 2019, el crecimiento hizo necesario el traslado al polígono de Son Castelló. Polarier dispone allí de aproximadamente 6.000 metros cuadrados: unos 1.200 destinados a oficinas y el resto a una lavandería industrial capaz de procesar cerca de cincuenta toneladas de ropa al día.

La convivencia entre gestión y producción aporta un valor diferencial. "El núcleo de gestión convive con la parte operativa. Aquí pueden trabajar al mismo tiempo entre 120 y 200 personas, junto a todos los departamentos de soporte".



Esta proximidad permite que las decisiones se adopten con conocimiento directo de la operación. También facilita que los equipos corporativos comprendan las exigencias reales del servicio y que las mejoras puedan probarse y trasladarse con rapidez a otras instalaciones. Polarier trabaja los 365 días del año, en dos turnos, desde las siete de la mañana hasta las once de la noche, para responder a un sector que no se detiene.

David y Jordi trabajan conjuntamente, aunque con funciones diferenciadas. ·Trabajar con mi hermano ha sido una bendición. Él dirige la parte operacional y yo me concentro en la visión del negocio y la estrategia. Nos complementamos al cien por cien".

Esta distribución responde a las capacidades y preferencias de cada uno. También ha permitido a David aprender a delegar y encontrar un mayor equilibrio entre la vida profesional y personal. Durante años siguió jornadas muy intensas, similares a las que había visto en su padre.

"La presencia en distintos países y husos horarios hace que siempre estés pendiente del teléfono, pero, gracias al equipo, hoy tengo una vida mucho más organizada".

David tiene un hijo, Sergi, que ha orientado su formación hacia el sector hotelero. Ha estudiado Hospitality Management en Les Roches, entre Marbella y Suiza, y continúa adquiriendo experiencia fuera de la empresa familiar.

"Confío en que algún día pueda ser mi relevo. Me la juego a una carta", comenta entre risas. Sin embargo, defiende que disponga de libertad para construir su propio recorrido. "Lo importante es que tenga su espacio para decidir cómo quiere evolucionar".

La experiencia internacional también le permite anticipar cambios en el ámbito laboral. La conciliación, la evolución de los perfiles profesionales y la adaptación de las estructuras organizativas ocuparán un lugar creciente. "Vienen modelos completamente nuevos y tenemos que saber adaptarnos".

"Las personas comprobaron que aquí no sobraba nadie. Eso nos unió muchísimo y fortaleció todavía más la cultura de la empresa"

A pesar de la dimensión alcanzada, mantiene intacta la voluntad de avanzar. "No sé si sabría trabajar para una empresa que no tuviera crecimiento. Es mucho más fácil impulsar al equipo cuando las personas están convencidas de que también van a crecer con la empresa".

Fuera del ámbito profesional, David disfruta del tiempo con su familia y sus amigos, y le gusta viajar tanto por trabajo como por ocio. Es un gran aficionado al deporte y, desde pequeño, mantiene una especial vinculación con el Real Mallorca.

En los últimos años ha descubierto también una creciente afición por el baloncesto. Su vinculación con el Palmer Basket Mallorca, como miembro de la junta directiva, le ha permitido conocer este deporte desde otra perspectiva.

A lo largo de su trayectoria, David Arbó ha comprobado que el crecimiento empresarial no depende únicamente de las cifras. Para él, el verdadero éxito consiste en construir una empresa capaz de evolucionar, rodearse de personas con talento, generar relaciones de confianza y mantenerse fiel a unos valores. Una manera de entender la empresa que nació en Mallorca se proyecta internacionalmente y mantiene en Son Castelló su principal centro corporativo y operativo.



Fernando Ivars

Munar Fullana

“La empresa tiene una historia, un oficio y una cultura. Pero eso no significa que tenga que funcionar siempre de la misma manera”

Fernando Ivars conoció desde muy joven lo que significa vivir cerca de una empresa. Sus padres eran pequeños empresarios: su madre regentaba una tienda de souvenirs en primera línea de Playa de Palma y su padre tenía una carpintería. En casa aprendió pronto que un negocio no es solo una actividad económica, sino una forma de estar pendiente de los demás: entender qué espera el cliente, hacer todo lo posible para cumplir y seguir adelante cada día.

De su madre admiraba especialmente su capacidad de tirar hacia delante, atender al cliente y hacer lo necesario para que el negocio siguiera abierto, se pudieran pagar las nóminas y cumplir con las obligaciones de cada día. “Todos los veranos trabajaba con ella y es mi referente en muchas cosas de las que te das cuenta más tarde”, recuerda. De aquella etapa conserva bue-

nos recuerdos y una enseñanza que le ha acompañado siempre: la empresa también es una escuela de esfuerzo, compromiso y atención al cliente.



Con los años fue construyendo una visión muy práctica de lo que significa ser empresario. Su formación en Administración de Empresas y Marketing, unida al contacto directo con la realidad de la pequeña empresa, le llevó a entender que un negocio no se sostiene solo con esfuerzo o intuición, sino también con responsabilidad, capacidad de adaptación y personas en las que poder confiar.

Esa mirada se fue consolidando alrededor de una convicción que hoy sigue muy presente en su forma de dirigir: el empresario debe saber mirar más allá del día a día, ordenar prioridades, asumir decisiones difíciles y construir una organización capaz de avanzar con equipo, criterio y visión de futuro.

Antes de su incorporación a Munar Fullana, Fernando también vivió distintas experiencias que fueron formando su carácter empresarial. Realizó estancias largas en distintos países, entre ellos Nueva Zelanda, Escocia y Alemania, donde combinó trabajo, aprendizaje y formación personal. A su regreso a Mallorca pasó por el sector bancario, aunque pronto comprobó que aquella etapa no respondía a su inquietud por emprender y asumir proyectos propios.

Esa inquietud se puso a prueba de forma temprana cuando el negocio familiar de su padre atravesó una situación especialmente delicada. Su padre ya era una persona mayor y buena parte del patrimonio familiar estaba comprometido en la actividad, lo que convertía aquel momento en una responsabilidad que iba más allá del propio negocio. Con apenas 24 años, Fernando decidió implicarse directamente en la carpintería familiar.

Fue una etapa exigente, pero también decisiva en su forma de entender la empresa: le permitió ver de cerca lo que significa sostener un negocio cuando no solo está en juego la actividad, sino también la tranquilidad de una familia y la continuidad de un proyecto. Con el tiempo consiguió encauzar la situación y permaneció al frente del negocio durante una década.

Durante aquellos años reflexionó mucho sobre la figura del empresario. La lectura de 'El mito del emprendedor' le ayudó a poner nombre a una realidad que había visto muy de cerca: "no basta con tener oficio, trabajar mucho o conocer bien un producto".

Una empresa, dice: "Necesita también gestión, planificación, capacidad de delegar y personas que puedan asumir responsabilidades". Esa diferencia entre vivir atrapado por la supervivencia diaria y construir una organización con equipo marcaría después su forma de entender la dirección empresarial.

Con esa forma de entender la empresa se incorporó a Munar Fullana, una compañía centenaria vinculada a la familia de su mujer. Fundada por José Munar Fullana, bisabuelo de su esposa, la empresa nació prestando servicios de vaciado de fosas sépticas en una Mallorca muy distinta a la actual. Desde aquel origen, Munar Fullana ha evolucionado hasta convertirse en una de las empresas de referencia del sector en Mallorca, tanto por trayectoria como por capacidad operativa. Con sede en el polígono de Can Valero y actividad en numerosos municipios de la isla, la compañía combina más de un siglo de historia con el reto de seguir adaptándose a las necesidades actuales del saneamiento.



"Todos los veranos trabajaba con ella y es mi referente en muchas cosas de las que te das cuenta más tarde"

Fernando destaca el valor de un sector que considera tan desconocido como esencial. "El saneamiento es un sector que normalmente no se ve. Cuando todo funciona, nadie piensa en él. Pero cuando falla, afecta directamente a la vida diaria de las personas, los municipios, los hoteles, las comunidades y las empresas". Detrás de cada intervención, subraya, "hay equipos técnicos, camiones, coordinación, disponibilidad y mucho oficio".

En un territorio como Mallorca, donde conviven viviendas, hoteles, municipios, comunidades, industria y actividad turística, estos servicios forman

parte de una infraestructura silenciosa. No suelen ocupar titulares, pero sostienen la normalidad de muchas actividades cotidianas y permiten que hogares, empresas y administraciones sigan funcionando cuando aparece una incidencia.



Su aproximación al sector fue muy práctica: escuchar a quienes conocían el trabajo, apoyarse en la experiencia del equipo y estar cerca de la operación. “Hay muchas cosas que no se aprenden desde un despacho”, afirma. Esa mirada le permitió entender que, en una empresa de saneamiento, el buen servicio no depende solo de la capacidad técnica, sino también de la organización, la coordinación y la respuesta ante situaciones que muchas veces requieren decisiones rápidas sobre el terreno.

Su incorporación se produjo en una etapa compleja para la empresa, que necesitaba estabilidad y una nueva orientación de futuro. La compañía había vivido diferentes etapas de gestión y contaba con una propiedad muy repartida, algo habitual en empresas familiares con varias generaciones de historia. Con el tiempo, Fernando y su mujer fueron concentrando la propiedad hasta asumir plenamente la continuidad del proyecto. Ese proceso permitió cerrar una etapa de incertidumbre, reforzar la capacidad de decisión y transmitir una idea clara: Munar Fullana tiene hoy una propiedad estable, una dirección definida y una visión de largo plazo.

A partir de ahí, uno de sus principales objetivos ha sido construir una organización más ordenada, capaz de apoyarse en equipos estables y no solo en el esfuerzo individual. “Me fui forjando mi equipo. Es el que tengo hoy en día y, a partir de ahí, teníamos una capacidad de transformación mayor”, explica. Para Fernando, una empresa como Munar Fullana necesita combinar oficio, experiencia y cercanía con una estructura cada vez más preparada: responsabilidades claras, buena comunicación, confianza y capacidad de respuesta.

Esa nueva etapa se ha traducido en una reorganización interna por áreas y actividades. Munar Fullana trabaja para clientes particulares, comunidades, empresas, hoteles y administraciones públicas, y cada realidad exige una forma distinta de coordinarse, comunicarse y responder. “No es lo mismo la limpieza industrial que la urbana, ni el servicio a un cliente particular

que el trabajo para un municipio o una empresa. Cada actividad necesita una forma de organizarse y unos procesos propios”.

El reto, subraya, no es cambiar la esencia de una empresa centenaria, sino preparar mejor la organización para el futuro. Eso implica ordenar la forma de trabajar, mejorar la comunicación interna, formar a los equipos, apoyarse más en la información y dar herramientas a las personas para tomar buenas decisiones. “La empresa tiene una historia, un oficio y una cultura. Pero eso no significa que tenga que funcionar siempre de la misma manera”.

La eficiencia y la mejora del servicio ocupan un lugar central en esa nueva etapa. En un sector donde muchas intervenciones requieren rapidez, criterio técnico y coordinación, Fernando entiende que hacer bien el trabajo en campo es fundamental, pero no suficiente. También importa todo lo que lo rodea: la atención al cliente, la planificación, la información que recibe el equipo, los medios disponibles, la documentación del servicio y la capacidad de aprender de cada incidencia.

Para Fernando, mejorar significa también reducir la incertidumbre del cliente: explicar mejor, coordinar mejor, documentar mejor y cerrar cada servicio con más seguridad. En un ámbito en el que muchas llamadas llegan por urgencia o por problemas que generan incomodidad, la confianza se construye tanto por la solución técnica como por la forma de acompañar al cliente durante todo el proceso.

También considera que la tecnología y la inteligencia artificial abrirán nuevas posibilidades en la gestión empresarial. No como sustituto del oficio, sino como apoyo para organizar mejor la información, mejorar procesos, analizar datos y tomar de-



“Una empresa necesita también gestión, planificación, capacidad de delegar y personas que puedan asumir responsabilidades”

cisiones con más criterio. “La Inteligencia Artificial abre otra dimensión. En términos de gestión hay un potencial muy grande”, afirma.

Después de años marcados por decisiones difíciles y por la necesidad de ordenar la empresa, Fernando mira el futuro con optimismo. “Estoy ilusionado. Me gusta mucho la empresa. Si llegas a un nivel en el que puedes disfrutarla, es algo que te hace ilusión”, asegura.

Valora especialmente a las personas que le acompañan en el proyecto. “He tenido mucha suerte de que las personas que me rodean son muy leales y en las cuales puedo confiar. Tengo una plantilla de la que estoy muy contento y tenemos muy buena comunicación”. Para él, esa confianza es una parte esencial de cualquier proceso de mejora. Una empresa de servicios técnicos necesita buenos medios, pero también personas preparadas, responsables y comprometidas.

Ese componente humano forma parte de la historia de Munar Fullana. Fernando cuenta cómo, en la antigua sede de la calle Joan Alcover, los trabajadores subían a comer a la vivienda familiar y la abuela de su mujer les preparaba la comida. Hoy la empresa es distinta, más grande y más compleja, pero quiere conservar esa idea de cercanía y pertenencia. “La calidad de vida de mis trabajadores es muy importante”, señala.

Su mujer ocupa también un lugar central en el proyecto. Fernando afirma que forman un equipo complementario, tanto en lo personal como en la manera de afrontar la empresa. “Somos dos personas que nos complementamos de una manera absoluta. Ella me da esa visión y energía emocional”. La paternidad, añade, también ha cambiado su forma de vivir la empresa y de mirar el futuro.



“He tenido mucha suerte de que las personas que me rodean son muy leales y en las cuales puedo confiar. Tengo una plantilla de la que estoy muy contento y tenemos muy buena comunicación”

Después de muchos años de presión empresarial, habla con naturalidad de la importancia de cuidar la energía del empresario. Dirigir una empresa exige afrontar conflictos, tomar decisiones y convivir con imprevistos constantes, pero también encontrar el equilibrio necesario para no quedar atrapado por ellos.



Además, cree firmemente en el asociacionismo. “Creo mucho en la colaboración entre empresarios”.

Tras muchos años centrado en sacar adelante negocios complejos, asegura que le gustaría aportar su experiencia a otros profesionales. “En un futuro me gustaría poder contribuir con mi experiencia y trayectoria empresarial”.

El objetivo, ahora, es consolidar Munar Fullana como una empresa de saneamiento más organizada, eficiente y preparada para el futuro, sin perder el componente humano y familiar que siempre la ha caracterizado. Para Fernando, esa es la evolución natural de una empresa con historia: respetar el oficio, cuidar a las personas y construir una organización capaz de seguir respondiendo a un sector esencial para la vida diaria de Mallorca.



Francisco Martorell Esteban
Martorell-Ripoll

“Mucha dedicación, es decir, muchas horas de trabajo. Constancia, perseverancia e ilusión. Encontrarte con baches, caerte y volverte a levantar”

Francisco Martorell nació en Mancor de la Vall el 4 de junio de 1951, en una familia ligada al campo. Sus padres trabajaban en una finca situada a las afueras del pueblo, donde tenían ganado y cultivaban la tierra. Fue el tercero de una familia numerosa, y creció en un entorno sencillo en el que, como él mismo recuerda, “gracias a Dios nunca nos faltó nada de comer, porque siempre teníamos todo a mano”.

Habla de aquella etapa con especial cariño. “Vivíamos a las afueras del pueblo en una finca de campo. Mi padre era agricultor y mi madre nos cuidaba a mis seis hermanos y a mí”. Cuando no había colegio, ayudaba en las tareas del campo, una actividad que nunca ha abandonado del todo. Hoy sigue teniendo un huerto que cuida personalmente.

Entre sus recuerdos de infancia hay uno especialmente singular: nació en su propia casa, “con la comadrona del pueblo”. También recuerda los caminos que recorría cada día para ir al colegio junto a sus hermanos, andando desde las afueras de Mancor, “tanto si llovía como si nevaba”.

La pérdida de su padre, fallecido tras un accidente en el campo, fue cuando hacía el servicio militar en caballería. “Para mí fue traumático”. Su madre se convirtió entonces en una figura todavía más importante. “Fue mi pilar”, recuerda. Años después también tuvo que afrontar su muerte, tras una larga enfermedad.

Pero si hay una persona a la que atribuye un papel decisivo en su trayectoria profesional es a su maestro de escuela, Manuel Vitaller Felipe. Fue él quien supo ver sus capacidades y quien le orientó hacia el mundo de la electricidad.



“Él me recomendó la Escuela de Aprendizaje Industrial de Inca, donde estudié Electricidad. No tenía relación anterior con la actividad, pero en cuanto empecé me gustó tanto que seguí e hice una Formación Profesional Superior de Maestría Industrial en el Politécnico de Palma y fue cuando monté mi empresa”.

Aquella decisión marcaría el resto de su vida. Francisco vio en la formación profesional una vía para construir su futuro. “Veía que estudiando electricidad me podría colocar en lo que antes era GESA”. Recuerda con agradecimiento aquellos años y, especialmente, la relación con sus profesores, que detectaban su interés y sus ganas de aprender. “Siempre tuve una actitud muy positiva, con mucha ilusión”, explica. Incluso cuando no tenía clase colaboraba con un profesor en su empresa.

“Cada época de mi vida la he vivido con mucha satisfacción e ilusión”

Una vez terminada la Formación Profesional, continuó formándose por su cuenta. Comenzó Ingeniería Técnica en Palma y se matriculó de asignaturas sueltas, compaginando los estudios con su actividad empresarial. “Ya tenía la empresa y me iba a examinar a Sabadell o a Terrassa”.

Con el carné de instalador en la mano llegó el momento de emprender. Creó, junto a dos socios, Instalaciones y Bobinajes Eléctricos. Cada uno asumía una especialidad: Francisco se encargaba de la parte eléctrica, otro socio de la gerencia y relaciones públicas, y un tercero del bobinado de motores. Él, además, era quien firmaba los proyectos y boletines, y asumía la responsabilidad de las instalaciones eléctricas.

Su trayectoria le llevó posteriormente a Menorca, donde vivió durante dos años al frente de una delegación. Incluso durante el servicio militar encontró la manera de continuar vinculado al trabajo. Destinado a telecomunicaciones, disponía de las tardes libres y las aprovechaba para acudir a la empresa. “Dediqué mucho tiempo y cariño; tengo muy gratos recuerdos del proceso”.

Francisco habla de su trayectoria con una idea que se repite constantemente: la ilusión. “Cada época de mi vida la he vivido con mucha satisfacción e ilusión”.

Con apenas 25 años comenzó también su recorrido asociativo. Se incorporó a la Asociación de Instaladores Electricistas, creada por un grupo de profesionales del sector, y acabó siendo su presidente durante aproximadamente quince años.

Fue una etapa en la que comenzó a descubrir que defender los intereses de una profesión y mejorar las condiciones de quienes la ejercían también formaba parte de su manera de entender el mundo empresarial.



“El valor fundamental es el lado humano de las empresas, de cada una de las personas que trabajan en una empresa”

Recuerda especialmente un episodio que todavía le emociona: la compra de un local para la asociación. Hasta entonces pagaban un alquiler, pero Francisco consideró que aquello no tenía sentido a largo plazo. “Como empresario y con visión dije: no, en vez de pagar un alquiler tenemos que comprar un piso”.

Consiguieron adquirir un piso de más de 200 metros cuadrados en la calle Honderos. Él se encargó de dotarlo de infraestructuras y consiguió que distintos fabricantes donaran materiales y que sus compañeros de Junta avalaran toda la operación de compra.

Aquella forma de actuar resume bien una de sus principales características: tomar decisiones, asumir riesgos y pensar más allá del presente.

En el terreno empresarial, un nuevo cambio llegó cuando su socio decidió vender la empresa. Francisco conoció entonces Eléctrica Arias y le propusieron

adquirir las acciones de dos de sus socios. Vio una oportunidad y decidió dar el paso.

"Vi que tendría un porvenir mucho más seguro y con más obras, por lo que adquirí el 50 por ciento de la sociedad. Aprendí mucho de mi socio y luego le compré la participación".

Trasladó la empresa al polígono Can Valero, donde se produciría otro de los encuentros importantes de su vida: el que tuvo con Juan Tortella, de la Asociación de Industriales de Mallorca. Fue él quien le incorporó a ASIMA en 1988.

Su llegada a la asociación fue activa desde el primer momento. Una de sus primeras responsabilidades fue formar parte de la comisión encargada de organizar las celebraciones del 25 aniversario de ASIMA. Recuerda cómo se cerró la Gran Vía Asima y cómo aquel espacio, entonces todavía prácticamente un descampado, se transformó para acoger una gran celebración. "Vino mucha gente y contratamos para que actuara el grupo Mocedades que en aquella época eran lo más. Lo recuerdo con mucho cariño".

"La confianza se gana demostrando que si te presentas para un cargo es porque quieres hacerlo con ganas y dedicación. Y si se hace, que sea con ilusión y amor"

Francisco constituye en esa época la empresa Martorell-Ripoll, dedicada a la compra de solares y construcción de naves.

En Eléctrica Arias, Francisco llegó a dirigir una compañía con más de cincuenta empleados y una importante actividad en obras particulares y hoteles. Pero una de sus mayores preocupaciones fue siempre la formación.

Preparó especialmente a tres encargados y les ayudó a obtener el carnet de instalador. "Creé una escuela", explica. Una filosofía que también trasladó a su actividad asociativa, colaborando con la Dirección General de Industria en la preparación y formación de profesionales.

Para Francisco, un buen trabajador no es únicamente aquel que sabe hacer su trabajo. Debe conocer también la normativa y tener la preparación necesaria para asumir responsabilidades. "Es la mejor preparación que puedes tener de un profesional".

Esa vocación por formar y acompañar a las nuevas generaciones sigue presente en la empresa familiar. Siempre ha firmado convenios con escuelas de formación para que los alumnos puedan realizar prácticas y rotar por diferentes puestos. Su objetivo es que no aprendan haciendo siempre la misma tarea, sino que conozcan las distintas actividades y el conjunto del oficio.



La empresa ha sido una parte esencial de su trayectoria, pero el asociacionismo ha recorrido prácticamente toda su vida profesional. Además de formar parte de la Asociación de Instaladores, participó en los estatutos de la fundación de CAEB con el gerente de la Asociación de Constructores y formó parte de la Cámara de Comercio de Mallorca.

En ASIMA fue vicepresidente durante quince años antes de asumir la presidencia en 2015. Desde entonces ha ejercido tres mandatos, en una etapa marcada, según él mismo destaca, por el equipo humano que le ha acompañado.

Cuando habla de ASIMA, Francisco resume sus principios en cinco valores: "La integridad, para actuar siempre con transparencia; el compromiso, para representar y apoyar a los asociados; la colaboración, fomentando el trabajo conjunto y el intercambio de ideas; la visión estratégica, para adaptarnos e innovar; y la empatía, entendiendo y respondiendo a las necesidades de todos los miembros".

Pero hay un concepto que considera todavía más importante: las personas. "El valor fundamental es el lado humano del empresario, de las empresas, de cada una de las personas que trabajan en una empresa". De ahí nació, explica, la Fundación ASIMA, concebida para contribuir al desarrollo social de las empresas asociadas y trabajar en innovación, transformación y cambio.

Para él, ocupar una responsabilidad implica compromiso personal. "La confianza se gana demostrando que si te presentas para un cargo es porque quieres hacerlo con ganas y dedicación. Y si se hace, que sea con ilusión y amor".

Esa misma filosofía explica su manera de entender el asociacionismo. "Lo más importante es que debes estar en los sitios, tener contactos y buenas relaciones. Es importante estar bien considerado y tener buena imagen".

Desde hace más de veinticinco años también ejerce como árbitro de consumo. Considera que el arbitraje es una herramienta útil tanto para las empre-

sas como para los consumidores porque permite resolver conflictos de manera más rápida y sin la complejidad de los costes jurídicos.

“Como empresario y árbitro de consumo recomiendo a todos los empresarios que se adhieran y estén inscritos al sistema de arbitraje de consumo porque es un valor añadido para la empresa y el cliente. Y porque le da seguridad a la empresa”.

Cuando se le pregunta por las lecciones que le ha dejado su trayectoria, no duda: “Mucha dedicación, es decir, muchas horas de trabajo. Constancia, perseverancia e ilusión. Encontrarte con baches, caerte y volverte a levantar”.

Reconoce que ese camino también tuvo un coste personal. “Lo he sacrificado de mi familia, de mi ocio. De hecho, últimamente disfruto más de mis nietas, que no lo hice de mis hijos por las circunstancias”. Su mujer, además, trabajó también en la empresa, en el área administrativa y contable.

A pesar de todo, dice: “Lo que sí tenía muy claro es que el fin de semana era especial para dedicarlo a mi familia”.



“Con esfuerzo y constancia, todo se consigue”

Las crisis también pusieron a prueba su capacidad de resistencia. La de 2008 fue especialmente complicada, aunque la empresa pudo mantenerse gracias a las obras que tenía en marcha. Durante la pandemia, la empresa fue considerada de servicio esencial y tuvo que continuar estando activa sin ningún tipo de subvención.

Aquella experiencia reforzó una idea que siempre ha acompañado a Francisco: el empresario debe estar cerca de las personas, especialmente cuando las cosas se complican. Recuerda a inquilinos de sus naves que acudieron a verle durante la pandemia y cómo intentó ponerse en su lugar. “Comprender que hay momentos duros y que les tienes que ayudar”.

Hoy sus hijos han asumido las riendas de la empresa. El relevo generacional se ha producido de manera natural.

Su hija quería estudiar Medicina. Francisco le planteó que podía estudiar algo relacionado con la empresa y probar. Si le gustaba, podía continuar. Finalmente, encontró su sitio en el negocio familiar. Su hijo siguió también una formación profesional y terminó incorporándose a la empresa.

Cuando Francisco vio que ambos tenían inquietud y querían continuar, dio el paso atrás. “Yo les dije: me jubilo, pero no me retiro. Tienen todos los poderes y no me necesitan, pero yo estoy y vengo todos los días. Mientras pueda seguiré”. Y añade: “Les he dejado hacer”.

Aconseja a sus hijos, sobre todo, “seriedad y compromiso con el cliente, tratarlo con mucho afecto y respeto”.

Como presidente de ASIMA, Francisco ha procurado mantener buenas relaciones con todas las administraciones, independientemente de su color político. Su objetivo, explica, no es entrar en confrontaciones, sino conseguir resultados para los polígonos que representa la asociación, Son Castelló y Can Valero.

“Intento siempre ir con la mano tendida a las administraciones y dando soluciones. A veces es lo que necesitan los políticos: que les des la cosa resuelta. No les digas lo que hacen mal, diles cómo lo harías tú, a ver si les puede encajar”.

Es una filosofía basada en el diálogo, la presencia y la búsqueda de acuerdos. “ASIMA está en todos los sitios”, afirma, recurriendo a una expresión mallorquina que resume su manera de actuar: “Fe cas”, es decir, estar cuando te invitan, acompañar y responder.

Francisco se define como una persona afectuosa y cariñosa. Su trayectoria empresarial y asociativa, sin embargo, está marcada también por la determinación, la capacidad de trabajo y una enorme inquietud.

Cuando piensa en los jóvenes que hoy comienzan a emprender, su mensaje es sencillo y directo: “Que tengan mucha ilusión. Y sobre todo creer en el proyecto que quieran desempeñar. Lo más importante es no tener dudas, tener la mentalidad de que lo que harás es lo mejor”.

Después de más de medio siglo vinculado al mundo empresarial, su receta sigue siendo la misma: “Con esfuerzo y constancia, todo se consigue”.

Una frase que, en su caso, no es solo un consejo. Es el resumen de una trayectoria que comenzó en una finca de Mancor de la Vall, continuó entre cables, instalaciones y obras, y terminó convirtiéndose también en una vida dedicada a las empresas, a las asociaciones y, sobre todo, a las personas.



Asociado: 1.220 | Sector: Sector: Hormigones

Francisco Sugrañes

Linx Balears

“Cuando un cliente viene a Linx Baleares es porque necesita un producto concreto. Busca una solución específica y valora el conocimiento técnico que podemos aportar”

Linx Baleares es una de esas empresas que han sabido encontrar un nicho muy específico dentro del sector de la construcción. Fundada en 1994 por Francisco Sugrañes Baena, la compañía se ha consolidado como referente en productos técnicos y soluciones especiales para obras, impermeabilización, aislamiento y rehabilitación. Detrás de esa trayectoria se encuentra también Francisco Sugrañes hijo, actual gerente y administrador, quien ha dedicado gran parte de su vida profesional al negocio familiar.

En esta entrevista repasa la historia de la empresa, el legado de su padre, los cambios vividos en el sector de la construcción y sus reflexiones sobre el futuro empresarial y personal.

La historia de Linx Baleares no puede entenderse sin la figura de Francisco Sugrañes Baena. Su hijo recuerda que el espíritu emprendedor formó parte de su carácter desde muy joven.

“Mi padre venía del sector bancario, trabajaba en el Banco Hispanoamericano. En el año 1962 decidió independizarse y montar sus propias empresas”, explica.

Aquella decisión marcaría el inicio de una larga trayectoria empresarial vinculada a la construcción. A través de firmas como Indepre y Mosaicos Inmoba S.A, la familia comenzó fabricando baldosas de panot, fiolas, celosías y balaustradas, productos que en aquella época tenían una gran demanda.

“Mi padre fue quien me transmitió esa pasión. Me animaba mucho en ese sentido”

“Ya entonces tuvo una visión empresarial muy clara. Siempre estaba buscando oportunidades y nuevos productos”, recuerda Sugrañes.

Con el paso de los años, el fundador fue ampliando su actividad. Participó en promociones inmobiliarias junto a otras familias empresarias y, posteriormente, impulsó nuevos proyectos industriales. Entre ellos destaca su participación en la creación del Grupo Puma junto con las familias Jiménez y Figueras.

Aquella inquietud permanente por la innovación le llevó a constituir Linx Baleares.

“Mi padre siempre estaba en contacto con empresas de Barcelona y con fabricantes alemanes. Le interesaban mucho los productos innovadores relacionados con los aislamientos, las fibras de carbono, los impermeabilizantes y otros sistemas avanzados para la construcción”.

Fue precisamente esa experiencia la que le llevó a detectar una necesidad en el mercado balear. “Tuvo la visión de fundar Linx para abastecer productos especiales para la construcción, materiales que en aquel momento eran difíciles de encontrar. Además, tenía muy claro que la formación sería fundamental”.

Desde sus inicios, Linx Baleares apostó por una línea de negocio muy concreta: ofrecer soluciones técnicas especializadas para profesionales. “Somos un almacén especialista en productos especiales”, resume Sugrañes.

La empresa ha centrado su actividad en materiales de alto valor añadido, destinados a resolver problemas específicos en la construcción y rehabilitación de edificios. Esa especialización les ha permitido diferenciarse claramente dentro del mercado. “Cuando un cliente viene a Linx Baleares es porque necesita un producto concreto. Busca una solución específica y valora el conocimiento técnico que podemos aportar”, explica.



La compañía trabaja con marcas de referencia internacional y distribuye productos procedentes de distintos países europeos. “Representamos firmas como Ardex, Sika y Beissier, entre otras. Además, traemos productos de Francia, Italia, Alemania e incluso algunos aislamientos especiales procedentes de Egipto”.

Actualmente distribuyen materiales por toda Mallorca y también realizan suministros en Ibiza y Menorca.

Una de las señas de identidad de la empresa ha sido siempre la formación técnica. “Hacemos cursos especializados sobre impermeabilización de piscinas, impermeabilización de cubiertas, aislamientos y sistemas SATE. Fuimos pioneros en muchos de estos productos y seguimos apostando por la formación continua”.

Ese trabajo ha convertido a Linx Baleares en un punto de referencia para numerosos profesionales del sector. “Continuamente recibimos consultas técnicas. Vienen arquitectos, ingenieros y aparejadores que buscan asesoramiento o que participan en nuestros cursos”.

Cómo entra Francisco hijo en el negocio familiar. “Hice el bachiller superior y quería estudiar Historia. Siempre me había apasionado. En casa se hablaba mucho de Historia. Mi padre era un apasionado de la Historia de Inglaterra y de España. Durante las comidas me contaba episodios históricos continuamente y me inculcó ese interés”.

Durante una época incluso llegó a plantearse convertirse en historiador o arqueólogo. “Mi padre fue quien me transmitió esa pasión. Me animaba mucho en ese sentido”. Sin embargo, el destino acabaría llevándolo hacia el mundo empresarial.

“Un día reflexionó y me dijo que había un enorme futuro de expansión en los negocios familiares y que necesitaba ayuda”.

Sugrañes tenía entonces veintidós años. “Mi padre me preguntó qué quería hacer y le respondí que quería montar algo por mi cuenta”. Fue entonces

cuando creó Pavimentos Mallorca, una empresa que desarrolló durante treinta y tres años. “Mi madre fue quien realmente me ayudó en aquella etapa. Mi padre trabajaba con mi hermana y yo emprendí junto a mi madre, Antonia Salvà. Hicimos una especie de división. Cada uno gestionaba una parte del negocio, pero siempre permanecimos unidos”.

Si hay un momento que marca un antes y un después en la vida de Francisco Sugrañes, ese es el fallecimiento de su padre en 2015.

Con ochenta años, Francisco Sugrañes Baena murió tras sufrir una caída en las escaleras de su vivienda. La pérdida tuvo un enorme impacto emocional y profesional en su vida. “Se me vino el mundo encima”. Fue un momento especialmente difícil.



“Hoy se habla mucho de innovación o de resultados, pero los valores siguen siendo fundamentales”

“La tristeza, el duelo y la necesidad de asumir todos los negocios que llevaba mi padre fueron muy duros. Había aparcamientos, naves industriales y muchas responsabilidades que gestionar”. Y con la voz encogida dice, “tuve un ataque de ansiedad. Llegó un momento en que sentí que no podía más”.

Ante esa situación tomó la decisión de cerrar Pavimentos Mallorca. “La salud es lo primero”.

El proceso se realizó intentando minimizar el impacto sobre los trabajadores. “Reubiqué a algunos empleados en Linx y otros encontraron trabajo en otras empresas”.

Aún hoy, cuando habla de su padre, la emoción sigue muy presente.

“Mi padre tenía mucho carácter. Podía darte una bronca importante y, una hora después, venir a pedirte perdón porque consideraba que se había pasado”. Hace una pausa y reconoce: “Me emociono cuando hablo de mi padre”. Y con lágrimas añade: “Le echo mucho en falta”.

Más allá de los conocimientos empresariales, Sugrañes destaca las enseñanzas personales que recibió de su padre. “Siempre me decía: ‘Obra con justicia siempre que puedas y con la verdad por delante’”. Una filosofía que continúa aplicando en su día a día.

“También me enseñó que las cosas deben decirse con suavidad. Las verdades muchas veces no son bien recibidas y hay que saber transmitirlas”.

Para él, esos principios siguen siendo plenamente vigentes en el mundo empresarial.

“Hoy se habla mucho de innovación o de resultados, pero los valores siguen siendo fundamentales”.

“En los últimos diez años todo se ha complicado muchísimo. El papeleo, las gestiones administrativas y las obligaciones burocráticas son cada vez mayores”

Después de décadas vinculado a la construcción, Sugrañes observa con preocupación algunos cambios producidos en el sector. “Hay una falta de profesionalidad muy importante”.

Considera que muchas obras presentan problemas que antes eran menos frecuentes. “Se están haciendo auténticos desastres. Nosotros intervenimos muchas veces para reparar materiales o solucionar problemas en edificios nuevos que no deberían existir”.

También ve dificultades estructurales relacionadas con la vivienda. “Cada vez los promotores quieren construir menos y los pisos se encarecen más”.

A ello se suma una creciente carga burocrática. “En los últimos diez años todo se ha complicado muchísimo. El papeleo, las gestiones administrativas y las obligaciones burocráticas son cada vez mayores”.

Como ocurrió con la mayoría de compañías la llegada de la pandemia supuso un desafío importante. “Durante el Covid tuvimos que cerrar, pero nos recuperamos rápido, en cuanto se permitió volver a trabajar empezamos a vender muchísimo”.

A nivel personal, la experiencia fue mucho más complicada. “Cogí el Covid y estuve quince días muy enfermo en casa. Lo pasé realmente mal”.

A pesar de ello, la empresa consiguió superar aquel periodo gracias a la especialización que siempre ha caracterizado su modelo de negocio. “Nosotros no

hemos sufrido las crisis igual que otros sectores. Vendemos productos muy concretos y especializados".

Esa singularidad les ha permitido mantener una posición sólida en el mercado. "Además de vender materiales, ofrecemos formación y asesoramiento técnico. Eso genera una relación muy cercana con nuestros clientes".

Actualmente Linx Baleares cuenta con una plantilla de diez trabajadores. Más que empleados, Sugrañes los considera parte de un proyecto común. "Hoy hablamos de una familia".

La empresa continúa renovándose y adaptándose a los cambios tecnológicos y a las nuevas exigencias del mercado.

Entre otros servicios, dispone de sistemas de tintado para pinturas y morteros acrílicos utilizados en fachadas y sistemas de aislamiento SATE.

El objetivo sigue siendo el mismo que inspiró al fundador hace más de tres décadas: ofrecer soluciones técnicas de calidad y un trato cercano.



"Uno debe saber cuándo decir hasta aquí he llegado"

Otra de las facetas que Francisco Sugrañes ha heredado de su padre es la implicación con el tejido empresarial. "Mi padre siempre decía que ASIMA era un valor muy importante para los polígonos industriales y que había que colaborar".

Siguiendo esa filosofía, ha continuado participando activamente en la asociación. "Mi padre colaboró mucho con ASIMA y yo he intentado mantener esa línea. Por eso me incorporé en 2025 a la Junta Directiva".

Considera que la colaboración entre empresarios es clave para afrontar los desafíos comunes.

Aunque sigue al frente de la empresa, Sugrañes reconoce que comienza a pensar en una nueva etapa. "Soy una persona con mucha energía, pero también soy consciente de que la energía se va acabando".

Tiene claro que llegará un momento para reducir el ritmo. "Uno debe saber cuándo decir hasta aquí he llegado".

Entre sus planes aparecen actividades que siempre le han apasionado. "Me gustaría dedicar más tiempo al excursionismo y a viajar". Eso sí, no contempla una desvinculación total. "No significa que vaya a desaparecer. Seguiré viniendo, pero con más libertad y más tiempo para mí".

En cuanto a un relevo generacional, es crítico al decir que "los empresarios estamos muy quemados y las nuevas generaciones no quieren asumir esa responsabilidad".

En su propio caso, sus dos hijos han optado por otros caminos. Por ello, reconoce que el futuro de la empresa todavía está abierto. "Cuando llegue el momento ya veremos qué hacemos".



"Mi padre siempre decía que ASIMA era un valor muy importante para los polígonos industriales y que había que colaborar"

Antes de concluir la conversación, Francisco Sugrañes insiste en mencionar a una persona que considera imprescindible en la historia de Linx Baleares: José Luis Lobo. "Quiero que quede constancia de que es una parte fundamental de esta empresa".

La relación se remonta a décadas atrás y está ligada directamente a la figura de su padre. "Para mi padre era como un hijo. Ha sido el continuador de muchas de sus ideas y de su forma de trabajar".

La colaboración entre ambos ha sido clave para el crecimiento de la compañía. "José Luis y yo hemos hecho un gran equipo y siempre nos hemos entendido muy bien".

Una afirmación que resume también la filosofía que ha acompañado a Linx Baleares desde su fundación: una empresa construida sobre la innovación, el conocimiento técnico y, sobre todo, las relaciones humanas.

Porque detrás de los productos, los almacenes y las cifras, la historia de Linx Baleares es también la historia de una familia que convirtió una visión empresarial en un proyecto de referencia para la construcción en Baleares. Basado en el trabajo, la formación continua y unos valores que Francisco Sugrañes sigue recordando cada día: actuar con justicia, decir la verdad y no olvidar nunca de dónde se viene.



Gabriel Escarrer Jaume
Meliá Hotels

“Cuando todo se viene abajo, lo que te mantiene en pie son la estrategia, la visión y los valores”

Nacer siendo hijo de Gabriel Escarrer Juliá, fundador de Sol Meliá —hoy Meliá Hotels International, una de las mayores compañías hoteleras del mundo— significaba convivir desde niño con una forma muy particular de entender la vida y los negocios. Para Gabriel Escarrer Jaume, presidente y consejero delegado del grupo, los hoteles fueron el paisaje habitual de su infancia.

“Mi infancia la recuerdo con mucha alegría”, explica. “Siempre me gustó hacer mucho deporte y estar muy arropado por la familia”. Sin embargo, mientras muchos de sus amigos pasaban los fines de semana jugando al fútbol o disfrutando de actividades propias de su edad, él acompañaba a su padre a visitar hoteles.

Recuerda con humor aquellos lunes en el colegio. “Cuando llegaba el lunes, todos comentaban qué habían hecho durante el fin de semana. A mí directamente me saltaban porque sabían que había estado viendo hoteles con mi padre. Decían: seguro que has visitado el Sol Barbados, el Sol Jamaica o el Sol Trinidad”. Lo que entonces parecía una simple rutina familiar terminó siendo una extraordinaria escuela de formación.

“Fue una lección de aprendizaje tremenda porque estaba codo con codo con la persona que más he admirado en mi vida. Mi padre me enseñó siempre predicando con el ejemplo”.

Aquellas visitas le permitieron observar desde muy pequeño los principios que terminarían definiendo la cultura de la compañía. Valores que, según destaca, han permanecido inalterables durante más de setenta años.

“Mi padre siempre fue muy constante con los valores. Verlos poner en práctica día tras día fue lo que me marcó”. Habla de la proximidad, de la capacidad de relacionarse con empleados, clientes y socios; de la coherencia entre lo que se dice y lo que se hace; de la innovación permanente; de la vocación de servicio; y de la búsqueda constante de la excelencia.

La innovación ocupaba un lugar especial en aquella filosofía empresarial. “Fuimos los primeros que introdujimos el buffet en el mundo turístico y los primeros que incorporamos la animación combinada con el buffet. En aquel momento era algo rompedor”. Pero si había una enseñanza que le impresionaba especialmente era la obsesión de su padre por el cliente.

“Recuerdo que a veces nos sentábamos a tomar algo mientras hablaba con el director del hotel y él estaba más pendiente de los clientes que de nosotros. Le decía al camarero: ‘No esté pendiente de mí porque yo no pago este café; esté pendiente de ese señor, que es quien paga y quien nos da de comer a todos’”.



“Fue una lección de aprendizaje tremenda porque estaba codo con codo con la persona que más he admirado en mi vida. Mi padre me enseñó siempre predicando con el ejemplo”

Aquella atención permanente a los detalles se complementaba con una curiosidad inagotable. Gabriel Escarrer Juliá analizaba continuamente qué hacían bien los competidores. Escuchaba a los representantes de los turoperadores, preguntaba por fortalezas y debilidades y después acudía personalmente a ver qué podía aprender de otros hoteles.

“Esos valores me marcaron muchísimo. Fueron los que despertaron en mí una auténtica vocación por el sector de los servicios”, comenta.

Además de crecer en una familia empresaria, Gabriel Escarrer lo hizo en una familia numerosa. Es el menor de seis hermanos, con doce años de diferencia respecto a la mayor y seis respecto al quinto.

“Ser el pequeño te obliga a espabilarte. Aprendes observando a los mayores. Siempre digo que naces con un máster adicional porque ves cómo reaccionan, cómo se comportan y cómo resuelven los problemas”.

Las anécdotas domésticas son muchas. “Cuando nos íbamos al colegio ya sabíamos dónde esconder la comida en la nevera para asegurarnos de que seguía allí cuando volviéramos. Por la mañana ya dejabas estratégicamente guardado lo que querías encontrar después”.

En aquella casa había disciplina. “Mi madre había establecido un auténtico matriarcado, como debe ser. Para poner orden en una familia de seis hijos hacía falta mucha disciplina. La comida era la comida y la cena era la cena. Pobre del que no estuviera a tiempo”.

Mientras tanto, la empresa familiar comenzaba a protagonizar una transformación histórica. A comienzos de los años ochenta Sol Meliá era la segunda compañía hotelera de España. Sin embargo, las adquisiciones de la compañía hotelera de Ruiz Mateos que era HOTASA y posteriormente de Viajes Meliá y Hoteles Meliá cambiaron por completo la dimensión del grupo.

“En apenas dos años más que doblamos nuestro portfolio hotelero. Aquello nos dio un impulso cuantitativo y cualitativo enorme. De repente empecé a ver a mi padre en los periódicos y en los telediarios. Yo tenía entonces catorce o quince años y fue probablemente cuando empecé a tomar verdadera conciencia de la magnitud de lo que estaba ocurriendo”.

Llegado el momento de elegir formación universitaria, tomó una decisión poco habitual para la época: marcharse a Estados Unidos. La inspiración volvió a venir de las reflexiones de su padre.

“Él decía que a muchos empresarios fundadores les faltaban tres competencias fundamentales: conocimientos financieros, idiomas y lo que hoy llamaríamos inteligencia emocional, aunque entonces lo llamaba sentido común”.

“Ser el pequeño te obliga a espabilarte. Aprendes observando a los mayores”

Los dos primeros podían estudiarse, comenta. El tercero requería sensibilidad y experiencia. Con esa idea en mente decidió buscar la mejor formación financiera posible.

“Veía que prácticamente todo lo que estaba escrito sobre finanzas procedía de la Universidad de Pennsylvania y de la escuela de negocios Wharton. Así que pensé: si quiero aprender, voy al origen”.

Se trasladó a Filadelfia, superó los exámenes de acceso y comenzó una etapa que considera decisiva para su desarrollo.



“Estudiar fuera me cambió la vida. No solo por los idiomas o por los conocimientos financieros. Te obliga a buscarte la vida, a resolver problemas por tu cuenta y a salir de la zona de confort”.

Tras finalizar sus estudios permaneció varios años más en Estados Unidos trabajando en Salomon Brothers, uno de los bancos de inversión más prestigiosos de Wall Street.

“Estuve allí tres años y medio y fue una experiencia extraordinaria. Aprendes que nadie te regala nada y que cada día tienes que demostrar tu valía”.

De hecho, reconoce que le habría gustado prolongar aquella etapa profesional. “Creo que uno de los errores que a veces se cometen en las empresas familiares es incorporarse demasiado pronto al negocio. La experiencia de trabajar fuera es enormemente enriquecedora”.

Sin embargo, en 1996 llegó el momento de regresar. Ese mismo año la compañía salió a bolsa y su padre le pidió que se incorporara a una de las empresas del grupo. Lo hizo acompañado por dos figuras fundamentales en su desarrollo profesional: Juan Vives y Andrés Buades. “Fueron mis dos grandes mentores. Mi padre tuvo el acierto de ponerme junto a ellos y mantenerse al margen”.

Aquella decisión facilitó una integración gradual en la organización y evitó interferencias propias de las relaciones familiares.

“En una empresa familiar hay que ser extremadamente respetuoso con la cultura, con los valores y con las personas que han hecho posible el éxito de la compañía. Llegas con ideas nuevas y con muchas ganas de cambiar cosas, pero primero tienes que entender lo que existe”.

Asumir responsabilidades siendo hijo del fundador tampoco resultaba sencillo. “Llamarme exactamente igual que mi padre añadía presión. La comparación era inevitable. Pero yo siempre he pensado que no soy igual que él. Soy diferente. Y además le tengo una admiración inmensa”.

Con el paso de los años llegó el relevo generacional. Gabriel Escarrer destaca la extraordinaria generosidad con la que su padre afrontó ese proceso. “Hay muy pocos fundadores que acepten tan bien el relevo generacional. Él prácticamente no se entrometió nunca”.

La prueba más evidente llegó en los momentos más difíciles. Primero durante la crisis financiera de 2008-2009 y después durante la pandemia. “Muchas veces iba a consultarle cuestiones muy importantes y su respuesta era siempre la misma: ‘Lo que tú hagas estará bien hecho’”.

Lejos de aliviar la presión, la incrementaba. “Me metía todavía más presión porque ya no tenía ninguna red de seguridad”.

Escarrer considera que Meliá ha logrado combinar dos mundos aparentemente opuestos. Por un lado, la visión largoplacista propia de una empresa familiar. Por otro, el rigor y la profesionalización que exige una compañía cotizada.



“Mi padre siempre fue muy constante con los valores. Verlos poner en práctica día tras día fue lo que me marcó”

“Tenemos lo mejor de ambos mundos. Conservamos los valores, la cultura y la visión de legado, pero al mismo tiempo contamos con órganos de gobierno, controles, transparencia y profesionalidad propios de una gran empresa internacional”.

Las dos grandes crisis que ha vivido al frente de la compañía pusieron a prueba precisamente esa combinación. La crisis financiera de 2009 fue mitigada gracias a la diversificación geográfica del grupo. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 supuso un desafío sin precedentes. “Tuvimos que cerrar 387 hoteles en apenas dieciocho días”.

La prioridad fue proteger a todos los grupos de interés: empleados, clientes, proveedores, propietarios y accionistas. Algunas decisiones generaron debate interno, pero terminaron reforzando la confianza en la marca.

“Devolvimos más de siete millones de euros en reservas prepagadas. Era una decisión arriesgada porque no teníamos ingresos y consumíamos caja cada día, pero era lo correcto”.

La apuesta dio resultado, dice. “Conseguimos una enorme fidelización de clientes. Volvería a tomar esa decisión una y mil veces”.

Aquellos momentos también le enseñaron una lección esencial sobre liderazgo. “Cuando todo se viene abajo, lo que te mantiene en pie son la estrategia, la visión y los valores”.

Durante la pandemia experimentó además una sensación que muchos directivos conocen bien. “Sentí la soledad del líder”.

Mientras transmitía serenidad a la organización, convivía con la incertidumbre propia de una situación nunca vista.

“Por fuera tenía que mostrar confianza y optimismo. Pero por dentro te ibas a dormir pensando que nadie sabía si aquello iba a durar tres meses, un año o dos”.

Si algo destaca de aquellos años es la calidad del equipo que le rodea. “Uno de mis mayores méritos ha sido saber rodearme de grandes profesionales. Sin ellos no habríamos salido adelante”.



“Estudiar fuera me cambió la vida. Te obliga a buscarte la vida, a resolver problemas por tu cuenta y a salir de la zona de confort”

Mirando al futuro, la familia ya ha tomado una decisión significativa: las próximas generaciones no ocuparán puestos ejecutivos en la empresa.

“Tenemos un protocolo familiar que establece que ningún miembro de la siguiente generación podrá desempeñar funciones ejecutivas. Su papel será el de accionistas responsables, supervisando y preservando el legado”.

Al hablar de su madre, el tono se vuelve especialmente emotivo. “Mi padre no habría llegado donde llegó sin el apoyo incondicional de mi madre”. La figura matriarcal fue fundamental para mantener la unidad familiar mientras el fundador pasaba largos periodos viajando por el mundo.

“Ella fue quien se aseguró de que las cosas importantes se hicieran. Preservó la unión de la familia y nos recordó siempre de dónde veníamos”.

En el momento de esta entrevista Meliá Hotels International atraviesa una etapa de expansión global. La compañía opera en decenas de países y continúa creciendo a un ritmo notable. Sin embargo, Escarrer desconfía del triunfalismo. “Siempre digo que nadie puede relajarse ni un solo instante. Si lo hacemos, nos adelantarán por la derecha, por la izquierda y por detrás”.

Esa mentalidad inconformista también se refleja en su visión del turismo balear. Defiende una evolución hacia un modelo de mayor valor añadido y más sostenible. “Hace años que digo que tenemos que cambiar la V de volumen por la V de valor”.

Considera necesario combatir la oferta ilegal, limitar el turismo de excesos y preservar la identidad de los destinos. “No estoy en contra del alquiler turístico, pero sí creo que debe estar regulado. Lo peor que nos puede pasar es perder nuestra identidad”.

Pese a la intensidad de su agenda, encuentra momentos para desconectar. Navegar y practicar esquí de montaña son sus principales refugios. “En un hotel nunca consigo desconectar. Si es nuestro, estoy trabajando; y si es de la competencia, estoy aprendiendo”.

Cuenta una anécdota más. “Mi mujer, cuando entramos en un restaurante me pregunta si gana dinero o no gana dinero. Empiezo a hacer números mentalmente viendo las mesas, los camareros y la cocina”.

Por eso el mar le permite olvidarse de balances y cuentas. “En un barco no tengo que hacer ningún cálculo. Además, te obliga a convivir con tu familia y eso genera experiencias únicas”.

“Siempre digo que nadie puede relajarse ni un solo instante”

Al final de la conversación vuelve inevitablemente a la figura de su padre. El hombre que levantó desde Mallorca una de las grandes cadenas hoteleras del mundo.

“Mi padre ha dejado el listón muy alto. Fue una gran persona, un gran profesional y alguien con unos valores extraordinarios”. Y continúa diciendo. “Nos toca preservar ese legado y, en la medida de lo posible, hacerlo aún más grande para que perdure generación tras generación”.

Porque, en el fondo, la esencia sigue siendo la misma que aprendió de niño recorriendo hoteles cada fin de semana: “Hacer las cosas bien y predicar siempre con el ejemplo”.



Guillermo Bautista
Marmolería Bautista

“En la empresa hay que entrar los mismos valores que tiene uno en la vida privada: la seriedad, la honestidad y ser cumplidor con lo que se dice”

Guillermo Bautista nació en Lloseta en 1955, en el seno de una familia cuya historia estaba estrechamente ligada al trabajo de la piedra. Su trayectoria personal y profesional es, en buena medida, la historia de una empresa familiar que ha sabido evolucionar durante más de medio siglo sin perder los valores que la hicieron crecer. Al recordar sus orígenes, siempre vuelve a la figura de sus antepasados, especialmente a su abuelo Pedro y a su padre, Miguel Bautista Verger.

Su abuelo ya trabajaba relacionado con la piedra, aunque nunca llegó a ser empresario. Era un artesano autónomo que recorría las posesiones mallorquinas en bicicleta allá por 1940 para reparar las piezas de piedra utilizadas en las labores agrícolas. Guillermo lo explica con admiración: “Mi abuelo no fue empresario, era autónomo que trabajaba por su cuenta”. Durante semanas enteras podía permanecer en una finca realizando aquellas reparaciones indispensables para la cosecha. Era una época en la que todo dependía del esfuerzo manual y del oficio transmitido de generación en generación.

El verdadero impulso empresarial llegó con su padre. Fue él quien decidió dar un paso más allá y convertir aquel conocimiento del trabajo de la piedra en una actividad industrial. En 1948 abrió tres canteras, una en S'Estorell, en Lloseta, Morneta en Binissalem, y otra en la Comuna de Biniamar. Aquellos primeros años coincidieron con un período de crecimiento de Mallorca y pronto llegaron contratos importantes que consolidaron el negocio.



"Mi padre empezó con las canteras y tuvo mucho éxito", recuerda Guillermo. Entre los años sesenta y setenta participó en grandes proyectos urbanísticos y de obra pública, suministrando materiales para desarrollos tan importantes como Santa Ponça. La empresa llegó a emplear a más de doscientas personas en algunos momentos. También intervino en obras emblemáticas de Palma, como las piedras utilizadas en distintas zonas del Passeig del Born, Passeig Mallorca o Jaume III, y toda la piedra monumental de S'hort Del Rei.

Sin embargo, su padre supo ver que la artesanía tradicional tenía un recorrido limitado. No desaparecería, pero su protagonismo sería cada vez menor. Por ello, en 1960 decidió fundar Marmolería Bautista, apostando por una actividad con mayores posibilidades de crecimiento. Aquella visión estratégica marcaría el futuro de la familia.

Durante su infancia, Guillermo y su hermano trabajaron ya en la empresa. "Recuerdo que cuando mi hermano y yo teníamos vacaciones, nuestro padre nos decía: venid a la cantera a ayudar". Aquellos trabajos resultaban especialmente duros. La maquinaria moderna todavía no existía y gran parte de las tareas se realizaban mediante sistemas rudimentarios basados en la fuerza y el ingenio.

"Era un trabajo duro, pero todo esto te enseña que para tener éxito hay que esforzarse", afirma. Aquellas experiencias fueron forjando una mentalidad basada en el sacrificio y la constancia que posteriormente aplicaría a toda su carrera profesional.

Tras estudiar en Inca y comenzar estudios universitarios relacionados con las ciencias, Guillermo decidió abandonar la universidad para incorporarse a la empresa familiar. La situación social y académica del momento no le motivaba especialmente y sintió que podía aportar más trabajando junto a su padre.

"Me harté un poco de todo aquello y le pedí a mi padre si me podía incorporar a la empresa. Así empecé". Apenas tenía dieciocho años.

Poco después realizó el servicio militar, una experiencia que considera decisiva en su formación personal. Destinado en Artillería durante veinte meses, fue nombrado cabo primero y tuvo la responsabilidad de dirigir a un grupo de aproximadamente ciento sesenta personas. "Ahí perdí la timidez, aprendí a mandar y a organizar. Me cambió mucho la vida".

Cuando regresó, la empresa se encontraba inmersa en una etapa de transformación. Las instalaciones originales de Antonio María Alcover se trasladaban al polígono de Can Valero, donde todavía hoy se encuentra la sede principal.

"Era un trabajo duro, pero todo esto te enseña que para tener éxito hay que esforzarse"

Guillermo comenzó "ayudando desde abajo". No heredó un despacho ni una posición de dirección inmediata. Aprendió cada tarea del oficio realizando los mismos trabajos que los operarios.

"Cuando iban a montar una encimera de cocina yo iba a ayudar". Su curiosidad le llevaba incluso a practicar con las máquinas durante las pausas de los trabajadores. "Probaba a pulir la piedra y me salía con rayas. Cogía unos enfados tremendos, pero al día siguiente lo volvía a intentar".

Aquella perseverancia acabó dando resultados. "Llegó un momento que ya sabía hacer todas las tareas, y ahí es cuando puedes mandar". Para Guillermo, el liderazgo auténtico nace del conocimiento profundo del trabajo. "Si tú no sabes, es muy difícil decirle a una persona cómo tiene que hacer su trabajo".

La relación con su hermano Pedro fue otra de las claves del éxito empresarial. Ambos desarrollaron funciones complementarias que evitaron conflictos internos.

"Con mi hermano siempre tuve muy buena relación. Le admiraba". Mientras su hermano destacaba por su capacidad técnica y artística, él se orientó hacia la gestión comercial y las relaciones humanas.

“Él era muy bueno dibujando, midiendo y diseñando. Yo era más comercial, más de comprar, vender y tratar con la gente”.

Una de las experiencias que marcaron su visión empresarial ocurrió cuando apenas tenía veinte años. En aquella época dependían de intermediarios para comprar mármol italiano. Los proveedores imponían condiciones abusivas y obligaban a adquirir materiales innecesarios.

Guillermo decidió actuar por su cuenta. Tomó un barco hacia Italia y emprendió un viaje que fue toda una aventura.

“Cogí una mochila y me fui hasta Carrara”. Sin apenas contactos y guiándose por un mapa, consiguió llegar al corazón de la industria del mármol en Italia. Allí estableció relaciones directas con proveedores y transportistas que acabarían transformando el modelo de negocio de la empresa.

“Probaba a pulir la piedra y me salía con rayas. Cogía unos enfados tremendos, pero al día siguiente lo volvía a intentar”

“Supongo que me engañaron un poco, pero aun así gané un millón y medio de pesetas en aquella primera compra”. Aquella experiencia confirmó una convicción que sigue defendiendo hoy: “Si necesitamos mármol de Italia, lo tenemos que comprar en Italia; si lo necesitamos de Portugal, en Portugal”.

Recuerda incluso la frase con la que intentó convencer a su padre: “La mejor agua y la más barata es la de la fuente”.

Aquella filosofía de compra directa en origen se convirtió en una de las claves del crecimiento de la empresa. Con el paso de los años Marmolería Bautista amplió su red internacional y comenzó a adquirir materiales directamente en Italia, Turquía, India, China, Brasil, Grecia y otros países productores.

Paralelamente, la empresa fue incorporando nuevas tecnologías. No siempre resultó fácil convencer a la generación anterior. “Papá, tenemos que comprar esta máquina”, recuerda haber repetido innumerables veces. La respuesta de su padre era casi siempre la misma: “Mientras yo viva no se pondrá”.

Con una sonrisa reconoce que la historia se repite ahora con su propio hijo. “Qué es lo que ahora hace mi hijo conmigo”. Las nuevas generaciones impulsan cambios que a veces generan resistencia, pero Guillermo ha aprendido que el progreso exige confiar en quienes tomarán el relevo. “Llega un momento que le digo: bien, hazlo, porque es el futuro”.



Aun así, contempla con cierta nostalgia la desaparición de muchos oficios tradicionales. “El mundo de la piedra ha evolucionado mucho hacia la robotización”. Escultores, artesanos y especialistas que trabajaban completamente a mano han sido sustituidos por máquinas de enorme capacidad productiva.

“Es un avance un poco traicionero porque se pierde la artesanía que la mano del hombre embellece”. Aunque reconoce las ventajas tecnológicas, lamenta la pérdida de una parte importante del componente humano del oficio.

La familia siempre ha ocupado un lugar central en su vida. Casado y padre de dos hijos, siente un profundo orgullo por haber conseguido transmitirles tanto valores como proyectos empresariales.

Su hija Antonia encontró su camino en el mundo ecuestre. Aunque se formó como profesora de educación especial, terminó dedicándose profesionalmente a la cría y gestión de caballos de pura raza.

Su hijo Biel decidió incorporarse a la marmolería familiar. Guillermo quiso que su aprendizaje siguiera un proceso similar al suyo. “Lo metí en el taller y no fue una experiencia fácil. Las buenas espadas se forjan a fuego”, le repetía Guillermo. Años después, su hijo le confesó que estuvo a punto de abandonar.

Hoy considera que esa decisión fue acertada. “Ahora puede hablar con cualquier empleado porque él ha hecho antes ese trabajo”. Para Guillermo, el conocimiento práctico sigue siendo la base del liderazgo.

También destaca el papel desempeñado por colaboradores históricos de la empresa. Menciona especialmente a Joaquín Teruel, persona de confianza durante más de tres décadas, a quien encargó parte de la formación de su hijo.

“Quería que estuviera con él, que oyera cómo trataba con los clientes, cómo resolvía los problemas”. Aquella convivencia profesional permitió transmitir conocimientos que ningún manual puede enseñar.

“Hoy en día está súper capacitado”, afirma con satisfacción al referirse a Biel.

Más allá de la marmolería, otra de sus grandes pasiones de Guillermo ha sido el mundo del caballo. Lo que comenzó como una simple afición acabó convirtiéndose en una actividad empresarial de gran relevancia.

“Compré un caballo y luego una yegua, y tonteando, tonteando, ahora manejamos 250 caballos”. La Yeguada Bautista Vich se ha consolidado como una referencia en la cría de caballos de pura raza española y pura raza árabe.

“A mí no me gustaba el mar y me gustaban los animales. El caballo es un animal muy noble”. Esa fascinación inicial fue creciendo con el tiempo hasta convertirse en una segunda actividad profesional para la familia.

A pesar de haber cumplido setenta años, Guillermo continúa plenamente activo. Su rutina diaria sigue siendo exigente. Cada mañana visita primero la ganadería antes de incorporarse a la marmolería.

“A las siete y media de la mañana estoy ya en marcha”. Aunque ha reducido ligeramente su ritmo de trabajo continúa participando en las decisiones importantes.



“La empresa es mi Dios. La quiero con locura”

La relación con su hijo refleja una transición empresarial ejemplar. “Aparte de padre e hijo somos amigos y compañeros”. Biel asume progresivamente más responsabilidades, aunque cuenta: “Cuando tiene un problema con un cliente siempre viene a verme y hablamos”.

Durante toda la trayectoria de Marmolería Bautista hablamos de las distintas crisis económicas, especialmente las de 1975, 1992 y 2008.

“La del 2008 fue muy dura porque ni había trabajo ni te pagaban”. Sin embargo, destaca que la prudencia financiera siempre fue una seña de identidad familiar.

“Nunca hemos estado en peligro de muerte”. Esa estabilidad se apoyó en una gestión conservadora y disciplinada. Y admite que “en cincuenta años de empresario nunca he hecho un cheque sin fondos”.

Incluso en el COVID-19 lograron mantener la actividad gracias a proyectos internacionales en marcha. “Durante la pandemia contratamos más personal”, explica con cierto orgullo.

Al preguntarle por los valores fundamentales que han guiado su trayectoria, no duda en señalar la honestidad, la responsabilidad y el cumplimiento de los compromisos.

“Supongo que me engañaron un poco, pero aun así gané un millón y medio de pesetas en aquella primera compra”

“En la empresa hay que entrar los mismos valores que tiene uno en la vida privada: la seriedad, la honestidad y ser cumplidor con lo que se dice”.

Para Guillermo Bautista, dirigir una empresa nunca ha sido únicamente una cuestión económica. Existe una dimensión emocional que resulta inseparable de su identidad. Lo expresa con una frase que repite a menudo a su hijo y que resume toda una vida de dedicación: “La empresa es mi Dios. La quiero con locura”.

Después de más de medio siglo de actividad, contempla el futuro con optimismo, aunque sin perder la prudencia que siempre le ha caracterizado. La expansión internacional, especialmente vinculada al sector hotelero en el Caribe, ha abierto nuevas oportunidades de crecimiento.

“Nos fuimos detrás de nuestros clientes, como los indios detrás de los búfalos”, comenta con humor. Esa estrategia ha permitido multiplicar la actividad de la empresa y abrir nuevos horizontes.

Sin embargo, mantiene intacta la filosofía heredada de generaciones anteriores: crecer sí, pero con moderación y los pies firmemente apoyados en el suelo.

Porque si algo define la trayectoria de Guillermo Bautista es precisamente esa combinación de ambición y prudencia, de tradición e innovación, de trabajo duro y visión de futuro. Una vida construida, literalmente, piedra sobre piedra.



Asociado: 1.563 | Sector: Gestión residuos

Juan Alba
Adalmo

“Hay que tener ilusión. El día que se pierda la ilusión vale más coger e irse. La ilusión es el motor de cualquier cosa en la vida. Hay que tener muy buen equipo y lo demás ya vendrá”

La trayectoria empresarial de Juan Alba llegó sin haberla buscado. Es el pequeño de tres hermanos. El mayor le lleva dieciséis años y el segundo, siete. Su padre había comenzado a principios de los años setenta con un negocio dedicado a la compra y venta de trapos y chatarra, una actividad que entonces estaba muy lejos del reconocimiento social que hoy tiene el reciclaje.

“Mis hermanos son médicos, con lo cual mi inquietud fue siempre ser médico, pero las notas no me dieron para acceder a la carrera”.

Probó primero Biológicas, donde comprendió que tampoco era aquello lo que realmente buscaba. Después llegaron los estudios de Ciencias Empre-

sariales, una decisión que acabaría marcando su vida en más de un sentido, porque fue allí donde conoció a quien más tarde sería su mujer.

Con apenas veinte años falleció su padre. Sus hermanos ya ejercían la medicina y ninguno conocía realmente la empresa familiar. Alguien tenía que asumir la responsabilidad.

"Me dijeron: ¿Por qué no te encargas tú del negocio? Nosotros ni siquiera sabemos de qué va".

Fue así como en 1984 Juan comenzó a trabajar en una empresa que entonces compartían tres socios y cuyo nombre, Adalmo, nacía de la unión de sus apellidos: Adán, Alba y Moragues. Lo hizo sin un plan preconcebido, aprendiendo cada día un oficio que apenas conocía y que terminaría despertando una vocación inesperada.

"Empecé a hacer mis primeros pasos por la empresa y me empezó a entrar el gusanillo. Vas avanzando, creciendo e indagando y te vas metiendo en este mundo que al final ha sido mi vida".

Lo que comenzó como una obligación familiar acabó convirtiéndose en un proyecto de vida. "Creo que ha sido un camino bien realizado. Somos un eslabón importante e imprescindible en la economía circular".



"Creo que ha sido un camino bien realizado. Somos un eslabón importante e imprescindible en la economía circular"

Cuando Juan empezó, la recuperación de residuos era una actividad muy diferente a la actual. El reciclaje apenas ocupaba espacio en el debate público y la figura del chatarrero estaba lejos del reconocimiento que hoy tiene un sector imprescindible para la sostenibilidad.

"Antiguamente decías un chatarrero y era como un poco marginal. Ahora tener plantas de tratamiento de residuos parece que ha dado un cambio muy importante".

Él también ha sido testigo de esa transformación. Durante los primeros años hacía prácticamente de todo: llevaba la administración, visitaba clientes y aprendía sobre el terreno cómo funcionaba un negocio que evolucionaba al mismo ritmo que cambiaba la sociedad.

"Antes había la política de usar y tirar. La gente no le daba importancia al residuo. Ahora creo que es impensable que una persona coja el residuo que genera y lo tire en cualquier sitio".

Ese cambio de mentalidad fue acompañado por una legislación cada vez más exigente, que impulsó la profesionalización del sector.

"Gracias a la legislación empezamos a sentirnos respaldados por una ley, por una normativa".

Pero las leyes, por sí solas, no bastaban. Había que convencer a empresas y ciudadanos de que gestionar correctamente los residuos no era una obligación administrativa, sino una responsabilidad con el entorno.

Juan recuerda que había que hacer "mucho trabajo de calle, mucha presencia en muchos lugares para darnos a conocer y para mostrar que, si vivimos en una isla y la queremos, no podemos contaminar el paisaje".

No fue un camino fácil, admite. "Si un kilo de hierro no vale nada y la gente no lo gestiona, ¿cómo puedo recoger? ¿Y qué hago yo con esto? Hubo momentos de mucha tensión".

Nunca dejó de creer, sin embargo, que el futuro del sector pasaba por recuperar aquello que otros desechaban.

Hoy resume esa idea con una expresión que repite varias veces durante la conversación. "Hay que hacer minería urbana".



"Antes había la política de usar y tirar. La gente no le daba importancia al residuo. Ahora creo que es impensable que una persona coja el residuo que genera y lo tire en cualquier sitio"

Para Juan, el verdadero valor de un residuo está en los recursos que todavía contiene. Cobre, litio, cobalto y otros metales críticos serán cada vez más necesarios para la transición energética, el vehículo eléctrico o la inteligencia artificial. Recuperarlos significará depender menos de unos recursos naturales que, como incide, "se están terminando".

Esa visión ha guiado la evolución de Adalmo durante las últimas décadas. La empresa ha pasado de ser un negocio de recuperación de metales a convertirse en una compañía especializada en la gestión integral de residuos, apoyada en tecnología cada vez más avanzada. "Estamos haciendo inversiones muy importantes. Empleamos rayos X para detectar diferentes tipos de metales, separadores y sistemas ópticos. Eso quiere decir invertir".

Para Juan, invertir es clave. "Somos la única empresa que tiene tres camiones gran tonelaje totalmente eléctricos, hay que dar imagen y contribuir en una sociedad más sostenible. No te puedes parar; si te paras, te pasan por encima o quedas obsoleto". Y añade: "Ahora mismo estamos haciendo inversiones muy importantes en la planta del polígono de Bunyola. Estamos haciendo alta tecnología, empleando rayos X para detección de diferentes tipos de metales, separadores, corrientes eléctricas, ópticos que distinguen tipos de materiales, eso quiere decir invertir".

Sin embargo, por muy sofisticada que sea la tecnología, sigue convencido de que el auténtico valor de una empresa no está en sus máquinas, sino en las personas que la hacen posible.

La mayor prueba llegó en 2020. Mientras el país se detenía por la pandemia, Adalmo no podía bajar la persiana. La empresa era la encargada de gestionar los residuos sanitarios de IBSalut y de la mayoría de los hospitales privados de Mallorca. Su actividad era esencial.



"Soy de los que les gusta llegar temprano, me pongo casco, visito todas las plantas y saludo a todo el mundo"

"Lo vivimos de una manera muy especial. Fue muy duro porque, como todos, no sabíamos lo que iba a pasar. Nuestro personal fue de riesgo porque tenía que entrar en las clínicas y en todos los sitios los hospitales a recoger los depósitos y traerlos aquí para hacer la gestión correcta. El COVID nos supuso hacer un 24-7 de las máquinas y del personal porque era increíble la cantidad de residuos sanitarios que se generaban. El personal fue el auténtico héroe de esa situación".

Lo dice con la sencillez de quien considera que el éxito de una empresa nunca depende únicamente de quien la dirige. Esa forma de entender el trabajo le ha acompañado desde que asumió la dirección de Adalmo.

Cada mañana repite prácticamente el mismo ritual. "Soy de los que les gusta llegar temprano, me pongo casco, visito todas las plantas y saludo a todo el mundo".

"Los recursos naturales se están terminando. La gente se está dando cuenta de que hay que apostar por el producto reciclado, que no es de baja calidad"

Necesita saber cómo están las personas, qué preocupa a los equipos y cómo transcurre la jornada. Es una costumbre que no ha abandonado con los años y que refleja una manera muy concreta de ejercer el liderazgo: desde la cercanía. "Somos un equipo. El equipo humano es básico. Es la base de la empresa. Es un negocio duro, muy personal. La gente quiere hablar contigo".

Hablar de Adalmo es, en cierto modo, hablar también de su familia. Su mujer ha estado siempre en la empresa siendo su mayor apoyo y la incorporación de su hijo mayor es la siguiente generación, su otro hijo lleva la parte del negocio inmobiliario. "No ha entrado aquí por ser hijo, se incorporó tras terminar sus estudios y trabajar en otras empresas. Vino una vez preparado".

El relevo generacional, reconoce, siempre exige aprendizaje por ambas partes. "Tiene que haber choques de caracteres y de cambio generacional".
No lo vive como un problema, sino como una oportunidad para crecer. Está convencido de que "cada uno debe tener su punto de vista. Puede haber un momento de tensión, pero hay que saber hacer la balanza".

Quizá esa capacidad para combinar experiencia e innovación explique buena parte de la evolución de Adalmo. Juan nunca ha tenido miedo al cambio. Al contrario. Considera que una empresa deja de crecer el día que piensa que ya lo sabe todo.

Por eso continúa invirtiendo en tecnología, en formación y en nuevas soluciones para un sector que evoluciona a gran velocidad. Pero, por encima de cualquier avance técnico, mantiene intacta una convicción que ha guiado toda su trayectoria.

Las empresas pueden incorporar la mejor maquinaria, automatizar procesos o modernizar sus instalaciones, pero nada de eso sustituye el compromiso de las personas que cada día hacen posible que el proyecto avance.

Es una lección aprendida a lo largo de más de cuarenta años. Y, probablemente, una de las razones por las que sigue recorriendo cada mañana las instalaciones con el mismo casco y la misma curiosidad con la que empezó siendo aquel joven que, casi por casualidad, descubrió una profesión que acabaría dando sentido a toda una vida.

“El equipo humano es básico. Es la base de la empresa”

Después de más de cuarenta años al frente de Adalmo, Juan Alba sigue hablando del futuro con el entusiasmo de quien aún tiene proyectos por delante. Está convencido de que la economía circular será una de las grandes transformaciones de las próximas décadas y de que la sociedad tendrá que aprender a aprovechar mejor unos recursos que no son infinitos.

“Los recursos naturales se están terminando. La gente se está dando cuenta de que hay que apostar por el producto reciclado, que no es de baja calidad”. No lo dice desde el pesimismo, sino desde la experiencia. Ha visto cómo un oficio poco valorado se convertía en un sector estratégico y cómo la conciencia ambiental pasaba de ser una preocupación de unos pocos a una responsabilidad compartida.

Aun así, cree que “hay mucho trabajo por hacer. No solo en residuos; también con los recursos hídricos, etcétera y con muchas otras cosas. No es un tópico. Tenemos que ser conscientes de la realidad”.

Su manera de entender la empresa está estrechamente ligada a esa idea de responsabilidad. Nunca ha buscado crecer por crecer, sino hacerlo aportando valor a la sociedad y al territorio. Quizá por eso habla con la misma pasión de una nueva inversión que de la necesidad de cuidar el entorno en el que vivimos.

“Hay que tener ilusión. El día que se pierda la ilusión vale más coger e irse. La ilusión es el motor de cualquier cosa en la vida. Hay que tener muy buen equipo y lo demás ya vendrá”.



Aún le queda para jubilarse y no es algo que se haya planteado. Se jubilará, pero admite que ya se verá cómo (entre risas).

Concluye con la reflexión de que lo fundamental es convertir el residuo en recurso. “Un recurso que va hacia un reciclaje, una valorización energética, porque evidentemente hay residuos que no se puede hacer nada. Hay productos cuya mejor gestión es la incineración y que crean energía y otros que como el amianto solo pueden ir a un vertedero controlado”.

Fuera del trabajo procura encontrar tiempo para desconectar. Le gusta cocinar, viajar y navegar, momentos que disfruta junto a su familia y sus amigos. Y, aunque no juega mucho al golf, reconoce entre risas que le encanta pasear por los campos de golf.

Son espacios que le permiten tomar distancia antes de regresar a una actividad que sigue viviendo con la misma ilusión que cuando empezó.

Porque, al final, Juan Alba sigue siendo aquel joven al que un día “le entró el gusanillo” de un negocio que apenas conocía. La diferencia es que, con el paso del tiempo, esa curiosidad se transformó en una forma de entender la empresa y también la vida: avanzar sin dejar de aprender, invertir sin miedo al cambio, confiar en las personas y mantener siempre viva la ilusión.

Juan Alba aprendió un oficio que desconocía, a superar los momentos de incertidumbre y a transformar un pequeño negocio de recuperación de metales en una compañía que hoy es un referente en Baleares.



Juan Carlos Ramón
Hierros y Aceros de Mallorca

“Al pasar el tiempo y verlo desde la distancia, todo parece más fácil y obvio, pero durante el proceso hay que picar mucha piedra”

Representar la tercera generación de una empresa familiar con más de setenta años de historia nunca ha supuesto una presión para Juan Carlos Ramón. Lo vive con naturalidad, convencido de que formar parte de Hierros y Aceros de Mallorca significa asumir una responsabilidad, pero también la oportunidad de contribuir a la evolución de un proyecto construido durante décadas por quienes le precedieron.

La historia de la empresa comienza en los años cincuenta. Su abuelo paterno, Jaime Ramón Fiol, trabajaba como comercial en Barcelona cuando empezó a dar forma a una idea que terminaría marcando el futuro de dos familias.

“Mi abuelo comenzó a “rumiar” la idea de crear una empresa relacionada con la construcción”.

Aquella intuición coincidió con el inicio del boom turístico y urbanístico de Mallorca.

"En esos años empezaba el boom de la construcción de viviendas y hoteles, y el acero es una parte clave en ese proceso. Ya había varios almacenes de hierro en Mallorca, pero mi abuelo y su socio Cristóbal vieron la oportunidad de mejorar la capacidad de suministro y ocupar ese hueco".

Así nació Hierros y Aceros de Mallorca, fundada por Jaime Ramón Fiol y Cristóbal Ferrer Pons. Aunque no existía vínculo familiar entre ambos, la empresa acabaría convirtiéndose en una compañía "multifamiliar", como la define Juan Carlos, al incorporarse las siguientes generaciones de las dos familias fundadoras.



Tras varios traslados, en 1971 la empresa se instaló en el polígono de La Victoria, hoy Son Castelló, siendo una de las primeras compañías en establecerse allí. Con el tiempo, la segunda generación tomó el relevo.

"Mi padre, también Juan Carlos, comenzó a trabajar en la empresa multifamiliar en los años ochenta".

Desde pequeño, Juan Carlos sintió curiosidad por el mundo de la empresa. Estudió Administración y Dirección de Empresas en la Universitat de les Illes Balears y, siguiendo el consejo de su padre, pasó un año en Inglaterra para perfeccionar el inglés antes de cursar un MBA (Master in Business Administration) en Madrid.

"Veía que podía aplicar muchas cosas en la empresa familiar. Lo planteé, me miraron todos con cara rara y preguntaron: "¿Estás seguro? Es un barco muy grande"

"Mi padre también lo hizo, me lo recomendó y le hice caso".

Después trabajó durante dos años en una consultora financiera y aquella experiencia terminó de convencerle de que quería regresar a Mallorca para aportar todo lo aprendido a la empresa familiar.

"Veía que podía aplicar muchas cosas en la empresa familiar. Lo planteé, me miraron todos con cara rara y preguntaron: "¿Estás seguro? Es un barco muy grande".

La magnitud del reto nunca le hizo dudar.

"¡Si piensas mucho las cosas, no las haces! Lo tienes tan interiorizado que lo sientes como algo tuyo. Vi la oportunidad de aprender y aportar al mismo tiempo".

Paradójicamente, quien más dudas tenía era su propio padre. "No veía muy claro que me dedicara a esto y me dijo que eligiera yo".

"No veía muy claro que me dedicara a esto y me dijo que eligiera yo"

Finalmente fue una decisión personal. En 2016 se incorporó a Hierros y Aceros de Mallorca en un momento delicado. Su abuelo ya había fallecido y la segunda generación comenzaba a acercarse a la jubilación, pero apenas existía un relevo planificado.

"Los fundadores habían ejercido de "Reyes Sol", no habían soltado prenda".

Con el tiempo comprendió que el conocimiento permanecía concentrado en quienes habían levantado la empresa.

"Lo tenían todo en la cabeza, lo gestionaban sin pedir consenso ni necesidad de compartirlo. El relevo fue como si los fundadores fueran a vivir para siempre. A mí me pasó un poco lo mismo; aprendes observando, haciendo cosas por donde te dejan; es un poco búscate la vida".

Su primer año en Hierros y Aceros de Mallorca fue, sobre todo, un tiempo de aprendizaje. Antes de proponer cambios quiso conocer la empresa desde dentro, recorrer cada departamento porque, dice: "No es lo mismo conocer la empresa desde dentro".

Aquella experiencia confirmó una intuición que había ido madurando desde su regreso a Mallorca. La compañía necesitaba evolucionar y prepararse para una nueva etapa.

Juan Carlos trasladó entonces una propuesta al Consejo de Administración suponía un cambio profundo.

"Propuse que se podían hacer muchas cosas, pero se tenían que hacer apoyando desde los órganos de gobierno. Dije que si realmente se hacía el cambio me quedaba en la empresa. Entre otras cosas, planteé institucionalizar la empresa y que el gerente dejara de ser un miembro de la familia para que fuera una persona externa".

No era una cuestión de renunciar al carácter familiar de la empresa, sino de fortalecerlo dotándola de una estructura profesional capaz de garantizar su continuidad.

El apoyo de su padre fue determinante para iniciar ese camino. “Mi padre está y apoya el comienzo de la institucionalización de la empresa”.

Aun así, el proceso no estuvo exento de incertidumbre. “Ese cambio se vive tenso porque las personas que llevan tiempo lo ven con incertidumbre, con luces y sombras”.

Con la perspectiva que da el tiempo, Juan Carlos reconoce que las transformaciones siempre parecen más sencillas una vez superadas.

“Al pasar el tiempo y verlo desde la distancia, todo parece más fácil y obvio, pero durante el proceso hay que picar mucha piedra”.

La pandemia terminó de poner a prueba ese modelo. Mientras gran parte de la actividad económica se detenía, Hierros y Aceros de Mallorca mantuvo su actividad para abastecer a sectores esenciales.

“Hay que ponerlo en valor, porque el acero se ve como algo sucio, como algo muy contaminante. Además, muchas acerías empiezan a trabajar con hornos de arco eléctrico que son más eficientes energéticamente y menos contaminantes que los altos hornos”

“Durante la época del COVID se notó que muchas empresas familiares se preocupan por las personas. No se hizo ningún ERE. Seguimos trabajando para dar suministro a negocios de primera necesidad, como hospitales, y la construcción fue uno de los primeros sectores en reactivarse”.

Aquella experiencia reforzó una convicción que hoy guía su manera de entender la empresa: ninguna estrategia tiene sentido sin las personas.

“Para que Hierros y Aceros de Mallorca sea una empresa con más de setenta años, lo fundamental son las personas. Tenemos una infraestructura muy importante, pero todo ello no es nada sin las personas”.

Esa filosofía también se refleja cuando habla del equipo que le acompaña.

“Hierros y Aceros de Mallorca cuenta con un equipo de dirección muy comprometido y experimentado”.

Y fuera de la empresa, reconoce otro apoyo imprescindible.

“Soy afortunado por tener una familia que cuando una cosa no va bien tiende la mano. Te escuchan, te apoyan y ayudan como pueden. Sin ese apoyo estoy seguro de no hacer ni la mitad de las cosas que se han hecho”.

Para Juan Carlos, el éxito de una empresa familiar no depende únicamente del legado recibido, sino de saber rodearse de las personas adecuadas en cada etapa.

“Hierros y Aceros ha sabido escoger muy bien a las personas que lideran y trabajan aquí. Cada una ha sabido afrontar los retos de su época”.



Esa capacidad de adaptación, sin perder la esencia, es la que explica que una empresa nacida para abastecer el auge de la construcción haya sabido reinventarse generación tras generación.

Si el relevo generacional ha sido uno de los grandes desafíos de Hierros y Aceros de Mallorca, el otro ha sido saber evolucionar al ritmo que lo hacía el mercado. Juan Carlos está convencido de que una empresa familiar no puede vivir de lo que hizo bien en el pasado; debe anticiparse a las necesidades de sus clientes sin perder la esencia que la ha llevado hasta aquí.

Por eso identifica dos grandes retos para los próximos años: “La formación de personas y la transformación de Hierros y Aceros de Mallorca en un centro de servicios del acero”.

La falta de profesionales cualificados es una de las preocupaciones del sector industrial en Baleares.

“Aquí todo el mundo se dedica al turismo. O formas tú a las personas internamente o tienes que traerlas de fuera, lo cual deja de ser competitivo”.

Esa realidad ha obligado a la empresa a mirar más allá del modelo tradicional con el que nació hace más de setenta años.

“La evolución desde la época de mi abuelo es que realmente empieza como un almacén de acero; se compra, se almacena y se vende. Era una época de mucha demanda y poca oferta”.



Con el paso del tiempo, el mercado fue cambiando y también lo hizo la empresa. “La segunda generación diversificó servicios y transformó el producto. En los últimos años llega un punto donde la escasez de mano de obra y los exigentes plazos hacen que la compañía tenga que evolucionar hacia un mayor nivel de transformación del producto para poder cumplir con sus clientes”.

Esa capacidad de adaptación explica buena parte de la trayectoria de Hierros y Aceros de Mallorca. Lo que comenzó como un almacén dedicado al suministro de acero se ha convertido en una empresa que transforma el material y ofrece un servicio cada vez más especializado, adaptándose a las necesidades de los sectores de la construcción y la industria.

Juan Carlos también aprovecha para reivindicar el papel del acero en un momento en el que la sostenibilidad forma parte del debate empresarial.

“Me gusta explicar que el acero producido en España es uno de los primeros productos que se considera circular porque gran parte del acero se fabrica a partir de material reciclado, lo que permite reutilizarlo prácticamente de forma indefinida”.

A su juicio, todavía existe un gran desconocimiento sobre la evolución del sector.

“Hay que ponerlo en valor, porque el acero se ve como algo sucio, como algo muy contaminante. Además, muchas acerías empiezan a trabajar con hornos de arco eléctrico que son más eficientes energéticamente y menos contaminantes que los altos hornos”.

Sin embargo, insiste en que la industria lleva años incorporando procesos mucho más eficientes desde el punto de vista energético y ambiental. Una transformación que, en su opinión, demuestra que innovar no consiste únicamente en incorporar tecnología, sino también en cambiar la manera de hacer las cosas y de explicar el valor que aporta un sector imprescindible para la economía.

Fuera de la empresa, Juan Carlos Ramón se define como una persona organizada. Sus compañeros suelen bromear con que es “de los más cuadriculados” de la compañía, una forma de ser que él asume con naturalidad y que también aplica a su vida diaria.

Cuando desconecta del trabajo lo hace practicando dos de sus grandes aficiones: el tenis y la navegación. Aunque reconoce que, incluso en esos momentos, necesita tener siempre un nuevo objetivo por delante.

“Me encantan los retos para seguir adelante, un objetivo de crecimiento para estar motivado”.

Cuando se realizó esta entrevista faltaban apenas unos meses para el nacimiento de su primera hija, una ilusión que vivía con la misma serenidad con la que habla del futuro de la empresa.

Entre risas, comentaba: “Al segundo día la traeré a la empresa”.

“Aquí todo el mundo se dedica al turismo. O formas tú a las personas internamente o tienes que traerlas de fuera, lo cual deja de ser competitivo”

La frase refleja hasta qué punto la empresa forma parte de su vida. Una compañía que ha pasado de abuelos a padres y de padres a hijos, y cuya continuidad, a su juicio, depende tanto de la capacidad de adaptación como de la transmisión de unos valores compartidos.

Por eso, al mirar hacia el futuro, vuelve la vista a las generaciones que le precedieron.

“El mundo está cambiando tan rápido que cada generación tendrá sus objetivos y retos, pero en el legado de las empresas familiares es muy importante que convivan entre las generaciones para transmitir los valores”.

Esa convivencia entre experiencia y renovación resume la forma en la que Juan Carlos entiende el relevo generacional. Profesionalizar la gestión, innovar y adaptarse a un mercado en constante evolución no significa renunciar a la identidad de la empresa. Al contrario. Para él, el verdadero legado de Hierros y Aceros de Mallorca no reside únicamente en los años de historia acumulados, sino en haber sabido conservar, generación tras generación, una misma manera de entender el compromiso, el trabajo y las personas.



Mai Monterrubio

My Uniform

“No creo en dirigir una empresa sin conocer antes el negocio desde abajo. Haber pasado por todas las tareas me ayuda a entender mejor a mi equipo y a tomar decisiones con los pies en la tierra”

Hay personas que prácticamente nacen dentro de una empresa. Ese es el caso de Mai Monterrubio. Sus primeros recuerdos están ligados al negocio familiar de tapicerías y cortinajes que sus padres tenían en Palma. Después del colegio no iba a casa; iba directamente a la empresa. Allí hacía los deberes, ayudaba a preparar pedidos y muchas veces cenaba en la trastienda antes de volver con su familia.

Sin saberlo, estaba aprendiendo una forma de entender el trabajo que acabaría marcando toda su vida. Creció viendo cómo sus padres atendían a los clientes, resolvían problemas y afrontaban cada jornada con la misma dedicación. Aquella convivencia hizo que el esfuerzo, la responsabilidad y el compromiso dejaran de ser conceptos para convertirse en una forma de vida.

La trayectoria de su familia no fue sencilla. Un importante impago por parte de un hotel obligó a vender la empresa y la vivienda familiar. Lejos de rendirse, sus padres decidieron empezar de nuevo. Su padre, antiguo director de hotel, y su madre, una mujer autodidacta y emprendedora, reconstruyeron el negocio convencidos de que el esfuerzo, la honestidad y la capacidad de levantarse después de cada dificultad eran el mejor legado que podían dejar a sus hijos.

En 1988 nació Unistil y, dos años después, Distribuidora Balear de Uniformes, origen de la actual My Uniform.

Aunque había crecido entre mostradores y pedidos, Mai nunca sintió que aquel fuera necesariamente su destino. Estudió Ingeniería de Caminos y trabajó durante cinco años en distintas empresas constructoras y de asistencia técnica. Su carrera parecía orientada hacia otro sector hasta que la crisis de 2010 cambió completamente el escenario. Mientras la construcción se paralizaba, en la empresa familiar coincidían la jubilación de su padre y la próxima retirada de su madre.

“Nos reunimos toda la familia para decidir qué hacíamos con la empresa. Era un momento complicado, pero para mí nunca fue solo una decisión profesional. Allí estaban los años de esfuerzo de mis padres y todo lo que habían construido. Sentí que, al menos, tenía que intentarlo. No quería que una historia de tantos años terminara sin haber hecho todo lo posible por darle continuidad”, comenta con cariño.



“No sentía que estuviera al cien por cien ni con mis hijos ni con la empresa”

De un día para otro pasó de dirigir obras a atender clientes, abrir cajas, preparar pedidos y aprender cada detalle del funcionamiento de una pequeña empresa. Durante un tiempo, la empresa quedó sostenida prácticamente por tres personas: su madre, una bordadora y ella.

Aquellos primeros meses cambiaron para siempre su forma de entender el liderazgo.

“Siempre digo que no creo en dirigir una empresa sin conocer antes el negocio desde abajo. Haber pasado por todas las tareas me ayuda a entender mejor a mi equipo y a tomar decisiones con los pies en la tierra. Cuando sabes lo que supone atender a un cliente, preparar un pedido o resolver un problema de última hora, también aprendes a valorar mucho más el trabajo de las personas que te rodean”.

Mai comprendió entonces que continuar el proyecto familiar no era suficiente. Había que transformarlo.

El mercado había cambiado y las empresas ya no buscaban únicamente un proveedor de uniformes. Necesitaban soluciones que simplificaran procesos, optimizaran recursos y les permitieran dedicar menos tiempo a gestionar el vestuario de sus equipos. La evolución de las organizaciones, la creciente profesionalización de las compras y las nuevas exigencias normativas hacían necesario ofrecer mucho más que un catálogo de prendas.

Esa reflexión cambió el rumbo de My Uniform.

La empresa comenzó una profunda transformación apostando por la digitalización, el desarrollo de herramientas propias y un modelo de gestión pensado para facilitar el trabajo de sus clientes. La tecnología nunca fue un fin en sí mismo, sino una herramienta para aportar más valor.

“Me di cuenta de que no bastaba con vender una prenda. Nuestro trabajo consistía en ayudar a los clientes a gestionar toda su uniformidad. Si conseguíamos ahorrarles tiempo, simplificar procesos y hacerles la



“Cuando sabes lo que supone atender a un cliente, preparar un pedido o resolver un problema de última hora, también aprendes a valorar mucho más el trabajo de las personas que te rodean”

vida más fácil, entonces dejábamos de ser un proveedor para convertirnos en un verdadero socio. Nunca me ha obsesionado tener una empresa más grande. Siempre me ha preocupado tener una empresa mejor. Creo que, si consigues hacer mejor las cosas cada día, el crecimiento acaba llegando como consecuencia".

La empresa comenzó a desarrollar soluciones que permitían centralizar pedidos, controlar consumos, organizar reposiciones y simplificar la gestión administrativa de la uniformidad. Más que suministrar prendas, el objetivo era ayudar a las organizaciones a dedicar menos tiempo a una tarea que, siendo necesaria, no formaba parte de su actividad principal.

Ese nuevo enfoque abrió también nuevas oportunidades de crecimiento. My Uniform recuperó el sector hotelero, comenzó a trabajar con cadenas internacionales, reforzó su presencia en licitaciones públicas y amplió su actividad hacia grandes empresas e instituciones.

"Nunca hemos querido competir solo por precio. Hay empresas que siempre encontrarán un proveedor más barato. Nosotros preferimos que nos elijan porque aportamos soluciones, porque facilitamos el trabajo de nuestros clientes y porque construimos relaciones de confianza a largo plazo. Ese siempre ha sido nuestro objetivo", afirma contundente.



"Nunca hemos querido competir solo por precio. Hay empresas que siempre encontrarán un proveedor más barato. Nosotros preferimos que nos elijan porque aportamos soluciones, porque facilitamos el trabajo de nuestros clientes y porque construimos relaciones de confianza a largo plazo. Ese siempre ha sido nuestro objetivo"

La pandemia de COVID-19 supuso, probablemente, el momento más difícil de toda su trayectoria profesional. Gracias al suministro de equipos de protección individual pudieron mantener parte de la actividad, aunque también tuvieron que afrontar decisiones especialmente complicadas.

"Lo peor no fue el trabajo. Fue la incertidumbre. Cuando una crisis no depende de ti, aprendes que lo único que puedes controlar es tu capacidad

para adaptarte. Aquella etapa nos hizo más fuertes y aceleró muchos cambios que probablemente habrían tardado años en llegar. También nos confirmó que la capacidad de adaptación es una de las herramientas más valiosas que puede tener una empresa".

Con el paso del tiempo comprendió que aquella situación también dejó importantes aprendizajes. La empresa reforzó su apuesta por la digitalización, consolidó nuevas formas de trabajar y confirmó que la innovación no consiste únicamente en desarrollar nuevos productos, sino también en encontrar mejores formas de responder a los cambios. Aquella experiencia terminó reforzando una cultura empresarial basada en la mejora continua y en la búsqueda constante de nuevas oportunidades.

Precisamente esa capacidad de adaptación impulsó la internacionalización de la empresa.

Tras estudiar distintos mercados, My Uniform apostó por República Dominicana. No se trataba simplemente de abrir un nuevo mercado, sino de construir un segundo centro operativo desde el que impulsar el crecimiento en Latinoamérica.

"No queríamos limitarnos a exportar. Queríamos estar allí, entender el mercado, crear equipo y construir un proyecto con vocación de permanencia. Nuestra visión siempre ha sido que Mallorca sea nuestro centro para Europa y República Dominicana el punto de partida desde el que dar servicio al conjunto de Latinoamérica. Es una apuesta a largo plazo, porque creemos que para crecer de verdad hay que estar cerca de los clientes y comprender la realidad de cada mercado".

La elección de República Dominicana tampoco fue casual, dice. Su estrecha relación con el empresariado hotelero balear, el crecimiento del sector turístico y su ubicación estratégica la convertían en el lugar idóneo para iniciar ese proyecto de expansión. El objetivo no era únicamente desarrollar negocio en el país, sino crear una estructura capaz de acompañar el crecimiento de la empresa en otros mercados latinoamericanos, adaptando el servicio a las particularidades de cada uno de ellos.

Hoy la empresa desarrolla proyectos en distintos países y continúa consolidando su crecimiento internacional, pero si hay un reto que ilusiona especialmente a Mai es el de la sostenibilidad.

Asegura que cada año miles de uniformes terminan destruyéndose simplemente porque una empresa cambia su imagen corporativa o renueva un convenio. Para ella, ese modelo necesita evolucionar.

"Cuando ves destruir miles de prendas que todavía podrían tener una se-

gunda vida, entiendes que el problema no está en el uniforme, sino en el modelo. La verdadera sostenibilidad empieza cuando te preguntas qué ocurre con una prenda el día que deja de utilizarse y decides hacerte responsable también de esa parte. Creo que el futuro de nuestro sector pasa por dejar de pensar únicamente en fabricar y empezar a pensar también en recuperar, reutilizar y dar una nueva vida a los materiales".

Esa reflexión ha impulsado nuevos proyectos de economía circular orientados a transformar antiguos uniformes en nuevos productos para las propias organizaciones, reduciendo residuos y prolongando su vida útil.

En el fondo, la sostenibilidad no deja de ser una evolución natural de la forma en que Mai entiende la empresa. Los valores con los que aprendió a trabajar de niña son los mismos que hoy aplica a la relación con sus clientes, con su equipo, con sus proveedores y también al compromiso con el entorno.

"Los mercados cambian, la tecnología avanza y las empresas también tienen que adaptarse"

Es una forma de entender la empresa que heredó de sus padres y que sigue guiando las decisiones más importantes de su trayectoria.

"Puedes crecer mucho o poco, pero si pierdes la confianza de las personas con las que trabajas, pierdes lo más importante. Con el tiempo he entendido que esa forma de actuar genera confianza, y la confianza es uno de los activos más valiosos que puede tener una empresa. Al final, dormir tranquilo no tiene precio. Mi padre siempre decía que lo primero era cumplir con los trabajadores y con los proveedores".

Compatibilizar esa responsabilidad con la vida familiar ha sido otro de los grandes aprendizajes de su trayectoria. Apenas un año después de asumir la dirección nació su primer hijo.

"No trabajas para un jefe, pero sí para tus clientes, para tu equipo y para tu empresa. La responsabilidad nunca desaparece. Durante muchos años tuve la sensación de no llegar al cien por cien a todo, pero siempre tuve claro que mis hijos eran lo primero. Quizá el crecimiento de la empresa fue más pausado durante una etapa, pero nunca me he arrepentido de esa decisión. Con el tiempo también aprendes que una empresa solo puede crecer de forma sostenible cuando las personas que la forman también pueden crecer con ella".

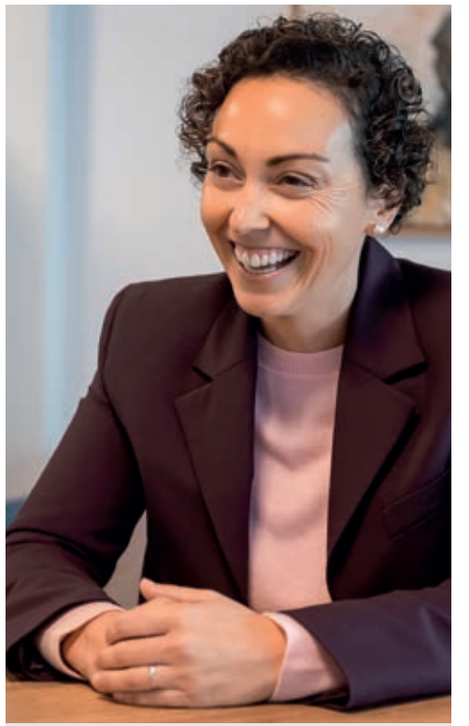
Reconoce que durante años vivió con la sensación de estar dividida entre dos mundos. "No sentía que estuviera al cien por cien ni con mis hijos ni con la empresa". Aun así, tenía claro cuál era su prioridad. "Mis hijos siempre fueron lo primero".

Esa decisión hizo que el crecimiento empresarial fuera más gradual durante una etapa, pero nunca se ha arrepentido de ello.

Fuera del trabajo busca compensar las largas jornadas de oficina con actividades al aire libre. "Necesito contacto con la tierra".

Le gusta navegar a vela y disfrutar del mar. Los animales también ocupan un lugar importante en su vida; de hecho, comparte su día a día con cuatro perros.

Cuando habla del futuro no piensa solo en crecer. Habla de seguir innovando, consolidar la expansión internacional y demostrar que otra forma de gestionar la uniformidad profesional es posible. Un modelo en el que la tecnología, la sostenibilidad y la cercanía con el cliente convivan con los valores tradicionales de una empresa familiar.



"Puedes crecer mucho o poco, pero si pierdes la confianza de las personas con las que trabajas, pierdes lo más importante"

"Los mercados cambian, la tecnología avanza y las empresas también tienen que adaptarse. Siempre me ha gustado preguntarme si había una manera mejor de hacer las cosas. Creo que esa manera de pensar es la que he intentado trasladar a la empresa: no dar nada por hecho y seguir cuestionándonos cómo podemos aportar más valor a nuestros clientes, a nuestro equipo y a la empresa".



María Cañellas
Construcciones Metálicas Cañellas

“Creo que se puede hacer todo, pero no estar en todos los sitios a la vez. Es como hacer malabarismos: algunas bolas son de cristal y otras de tenis. Hay que saber cuáles no puedes dejar caer”

María Cañellas representa la cuarta generación de Construcciones Metálicas Cañellas. Desde muy pequeña ha vivido la empresa de cerca. Sus padres la llevaban con ellos al trabajo cuando apenas era un bebé y creció viendo aquel entorno con absoluta naturalidad. Sin embargo, comprender lo que realmente significaba formar parte de una empresa familiar fue algo que llegó con los años.

“Sabía que mis padres tenían la empresa, pero no entiendes realmente la implicación hasta que tienes la madurez y la experiencia suficientes para evaluarlo. Creo que solo he sido consciente cuando lo he tocado con las manos y he visto a todo lo que renunciaron mi padre y mi madre por el bien de la empresa y de nuestra familia”.

Detrás de Construcciones Metálicas Cañellas hay una historia de esfuerzo, visión de futuro y compromiso que se ha ido transmitiendo de generación en generación. Los orígenes de la empresa se remontan a su bisabuelo paterno, herrero de Pórtol (Marratxí), dedicado a fabricar herrajes para caballos. Con el paso de los años, su abuelo amplió aquella actividad y comenzó a fabricar barandillas de acero para promociones de viviendas en Mallorca.

El crecimiento fue constante. Empresas de la península empezaron a confiar en su trabajo y, cuando la plantilla apenas contaba con una o dos personas, tomó una decisión que marcaría el futuro de la compañía: trasladar la empresa al polígono de Son Castelló, cuando aquella zona apenas empezaba a desarrollarse.

Con la ayuda de socios y amigos de la familia construyó la primera nave. Después llegarían otras. La empresa fue creciendo de forma progresiva hasta consolidarse como una referencia en el sector de las estructuras metálicas.

El siguiente gran impulso llegó de la mano de su padre. Comenzó a trabajar muy joven y, con apenas veintiséis años, asumió el relevo generacional. Bajo su dirección, la empresa dio un importante salto adelante y pasó de ser un negocio familiar para convertirse en un grupo empresarial.



“Fue muy duro y exigente. Estar lejos de casa, en un entorno tan competitivo y con una cultura completamente distinta, te obliga a crecer muy rápido. Al mismo tiempo, aprendes a valorar mucho más lo que tienes y a identificar aquello que puedes mejorar”

“Era la época en la que se construían muchísimas naves industriales. Ese fue un sector muy importante para nosotros. También desarrollamos naves propias y acompañamos a clientes que confiaron en nosotros para hacer realidad sus sedes. Así nos convertimos en un grupo de empresas junto al resto de la familia. Mis tíos formaban parte del proyecto y mi primo también empezó a trabajar en la empresa desde muy joven”.

Cuando habla de quienes la precedieron, lo hace con una gran admiración. “Mi abuelo fue capaz de hacer algo que no había visto hacer a nadie. No tenía miedo ni a arriesgar ni a pedir. Mi padre, además, tiene una inteligencia especial para los negocios. Mi hermano también es un emprendedor nato y yo disfruto viendo crecer un proyecto, transformándolo. Mi aportación ha sido profesionalizar la empresa y elevar la calidad”.

Precisamente esa última reflexión resume el papel que María ha desempeñado dentro de Construcciones Metálicas Cañellas. Si las generaciones anteriores levantaron y consolidaron la empresa, ella ha centrado sus esfuerzos en profesionalizar la organización, implantar nuevos procesos y preparar la compañía para afrontar los retos de un mercado cada vez más exigente.

Cuando se le pregunta qué es hoy Construcciones Metálicas Cañellas, responde con claridad: “Es una empresa que ofrece servicios de construcción metálica de máxima confianza. Nuestro trabajo es buscar soluciones estructurales para nuestros clientes de la forma más profesional, eficiente y sostenible posible”.

“Los valores son inamovibles. Son los cimientos que te permiten crecer con seguridad. Los números son números; si quieres que salgan, salen. Lo importante es no perder el rumbo”

Siempre fue una excelente estudiante. Se educó en el Queen’s College y decidió marcharse a Inglaterra para estudiar Ingeniería Civil en la Universidad de Cambridge. Una experiencia que marcó su manera de entender tanto la profesión como la empresa.

“Fue muy duro y exigente. Estar lejos de casa, en un entorno tan competitivo y con una cultura completamente distinta, te obliga a crecer muy rápido. Al mismo tiempo, aprendes a valorar mucho más lo que tienes y a identificar aquello que puedes mejorar. Aun así, el arraigo a las raíces tira mucho”.

Tras finalizar sus estudios continuó ampliando su experiencia profesional. Trabajó en una multinacional constructora en Londres y posteriormente estuvo una temporada en Hong Kong, etapas que le permitieron conocer otras formas de trabajar y enfrentarse a proyectos de gran envergadura.

“Me encantaba mi trabajo, y las exigencias eran altísimas. Coincidió además con la enfermedad de mi abuela materna y con una etapa en la que mi padre empezaba a manifestar su intención de alejarse de la gestión diaria de la empresa. Venía constantemente a Mallorca y la situación se volvió poco sostenible”.

Asume que renunció a una proyección internacional, pero reconoce que en su casa siempre vio sacrificio, trabajo y una constante conciliación entre empresa y familia.

“Siempre tuve claro que quería volver. Necesitaba vivir esa experiencia fuera, aprender y crecer profesionalmente, pero también sabía que, si algún día regresaba a la empresa, quería hacerlo aportando valor”.

Su incorporación a Construcciones Metálicas Cañellas fue una decisión plenamente meditada. Había conocido otras empresas, otras culturas y otras formas de gestionar, y precisamente esa experiencia le permitió incorporarse con una mirada diferente.

“Nunca sentí que tuviera que venir por ser la hija de. Quería hacerlo cuando pensara que realmente podía aportar algo”.

Cuando María se incorpora a la empresa tiene veinticuatro años. Ese momento llegó en un contexto especialmente complejo. La crisis económica de 2008 golpeó con dureza al sector de la construcción y también a la empresa familiar. María vivió aquella etapa desde dentro y descubrió, quizá por primera vez, el peso que conlleva dirigir un negocio y la responsabilidad que asumen quienes están al frente.

“La cultura empresarial debe reflejar tus valores personales. Querer lo que haces, implicarte y ser transparente. Eso también te permite rodearte de buena gente”

Hay un recuerdo de aquellos años que permanece especialmente vivo en su memoria.

“Nunca olvidaré ver llorar a mi padre porque no podía mantener a su equipo. Fue una lección que vale más que mil consejos. Hasta entonces siempre lo había visto fuerte, resolviendo cualquier problema. Aquello me hizo entender de verdad la presión que soportaba y todo lo que había detrás de la empresa”.

Aquel episodio cambió su manera de mirar el negocio familiar. Comprendió que detrás de cada decisión había personas, familias y una responsabilidad que iba mucho más allá de los resultados económicos.

“Es entonces cuando empiezas a valorar realmente el esfuerzo que han hecho tus padres durante toda su vida”.



Esa experiencia reforzó todavía más su compromiso con la empresa y con la idea de prepararla para el futuro. Desde su incorporación ha impulsado procesos de profesionalización, mejora continua y transformación organizativa, convencida de que crecer también significa adaptarse a los cambios sin perder la esencia de la compañía.

La evolución profesional de María ha ido de la mano de otra de las facetas que más ha marcado su vida: la maternidad. Una experiencia que considera ha transformado su manera de dirigir la empresa y de relacionarse con las personas.

Conciliar la vida familiar y la responsabilidad de liderar una empresa nunca ha sido sencillo.

“Cuando eres pequeño no eres consciente de todo lo que sacrifican tus padres. Solo con el tiempo entiendes que muchas de las decisiones que tomaron fueron pensando en la empresa y en la familia”.

Tras el nacimiento de su primer hijo, esa realidad adquirió una dimensión completamente distinta.

“Dos días después de dar a luz ya estaba en la oficina con él. Era lo que necesitaba hacer en ese momento. Lo llevaba conmigo y seguía trabajando. Teníamos una pequeña guardería en el despacho de mi padre y así es como he podido compaginar horas en la oficina y horas desde casa. Todo el equipo de oficina ha tenido a mis hijos en brazos. Delegar en el equipo ha sido fundamental y les estoy eternamente agradecida”.

Tiene muy claro que no se puede llegar a todo, pero sí dar siempre la mejor versión de uno mismo.

“Creo que se puede hacer todo, pero no estar en todos los sitios a la vez. Es como hacer malabarismos: algunas bolas son de cristal y otras de tenis. Hay que saber cuáles no puedes dejar caer”.

Esa experiencia personal también ha influido en su forma de ejercer el liderazgo. Con el paso de los años reconoce que ha aprendido a escuchar más, a confiar en los equipos y a entender que dirigir una empresa consiste, sobre todo, en acompañar a las personas.

“No puedes hacerlo todo tú. Tienes que rodearte de gente buena, confiar en ella y dejarla crecer”.

La profesionalización de Construcciones Metálicas Cañellas ha sido uno de los ejes de esa manera de entender la dirección. Procesos, organización, formación y mejora continua forman parte de un proyecto que busca garantizar el futuro de la empresa sin perder los valores con los que nació.

“Lo importante es que la empresa esté preparada para seguir creciendo, independientemente de quién esté al frente”.

Pertenece a la cuarta generación de la familia. Actualmente es propietaria de la empresa junto con su hermano, y valora muy positivamente cómo se ha llevado a cabo la transición generacional.



Cada generación ha aportado algo distinto: unas levantaron la empresa, otras la consolidaron y la suya trabaja para hacerla más sólida, más profesional y preparada para afrontar los retos que vendrán.

“Liderar una Pyme en estos tiempos no es fácil. Mi objetivo es adaptar la empresa a los tiempos actuales y a los que vendrán, para continuar el legado para mis hijos, en honor a mi abuelo y a mis padres”.

Se muestra profundamente agradecida a sus padres. “Fueron valientes y confiaron plenamente en mí. Mi padre me dijo: equivócate, vuela, que yo estaré aquí”.

Defiende que una empresa nunca “funciona sola” y que continuar un proyecto es tan complejo como iniciarlo, especialmente en un contexto de cambio tecnológico constante.

Se siente orgullosa de mantener el legado familiar, aportando su propio sello sin renunciar a los valores. “Los valores son inamovibles. Son los cimientos que te permiten crecer con seguridad. Los números son números; si quieres que salgan, salen. Lo importante es no perder el rumbo”.

Hoy, su padre sigue presente en la empresa como apoyo y referencia, y su madre continúa activamente en la Dirección administrativa y financiera.

“Es mi mano derecha, la izquierda y la cabeza. Además, cuida de mis hijos constantemente. No sé cómo lo hace”.

En las comidas familiares, hablar de trabajo es inevitable. “Pasamos de organizar el fin de semana a analizar una oportunidad de inversión sin darnos cuenta”.

Con más de cuarenta trabajadores, María apuesta por la cercanía y la autenticidad. La empresa ha invertido mucho en la gestión de los recursos humanos, la conciliación y la implantación de un Plan de Calidad.

“La cultura empresarial debe reflejar tus valores personales. Querer lo que haces, implicarte y ser transparente. Eso también te permite rodearte de buena gente”.

“Mis padres fueron valientes y confiaron plenamente en mí. Mi padre me dijo: equivócate, vuela, que yo estaré aquí”

La sostenibilidad es otro de los pilares actuales: inversión en maquinaria propia, tecnología, modelado 3D, fabricación con control numérico y procesos cada vez más eficientes.

Fabrican íntegramente en Mallorca, con más de 4.000 m² de taller propio y equipos de montaje propios. Respetando siempre los máximos estándares de calidad según el marcado CE (Conformité Européenne).

“Esto nos da una gran flexibilidad y rapidez de servicio, aunque también limita nuestra competitividad para salir a la península”.

Fuera del trabajo, su prioridad absoluta es la familia. Le encanta viajar, pasar tiempo con sus seres queridos, familia, amigos, hacer ejercicio, cocinar, escuchar podcasts y asistir a charlas motivacionales, actividades que considera esenciales para mantener el equilibrio personal y profesional.



Asociado: 1.517 | Sector: Automoción

Othman Ktiri
OK Mobility

“Siempre digo que he empezado de cero en euros, me gusta recordarlo por si mi historia puede inspirar a más gente”

Su mayor logro no es solo el crecimiento de OK Mobility, sino el posicionamiento global que ha alcanzado la marca OK. Y así es. El fundador del holding empresarial OK Group, Othman Ktiri, ha convertido uno de los principales activos de la compañía en el pilar sobre el que sigue construyendo su proyecto empresarial.

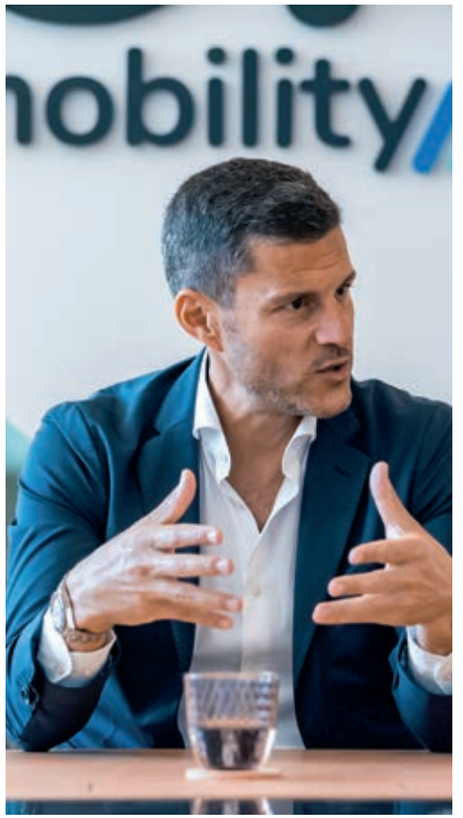
Nació en Casablanca, hijo de padre marroquí y madre francesa. Ya de entrada con una diferencia y una riqueza muy especial, porque el tener una doble cultura cree es una suerte. “Siempre digo que he empezado de cero en euros, me gusta recordarlo por si mi historia puede inspirar a más gente. Pero sí tenía un capital educativo, cultural y humano gracias a una familia que me ha cuidado”.

Estudió en el colegio francés de Casablanca, luego se fue a hacer Agronomía en una Escuela de Ingenieros en Francia porque era bueno en ciencias. “He sido siempre un alumno muy serio, de buenas notas, y lo he compaginado con mucho deporte de competición”.

Hizo tenis de competición hasta los once años, fue quinto de Marruecos en la categoría Benjamín y luego en tenis de mesa donde compitió hasta los dieciocho años quedando dentro de los cuatro mejores de Marruecos y campeón de Marruecos por equipos.

¿Le gustaba Agronomía? le pregunto. “No”, contesta. “Me he equivocado (sonríe), tampoco me gustan los coches (sonríe). No me disgustan, pero tampoco me apasionan. Lo que me apasiona es el emprendimiento, montar equipos, desarrollar ideas. La movilidad sí que me gusta porque nuestra misión en OK Mobility es mover personas y fomentar la libertad, porque no puede existir libertad sin movilidad, entonces esta misión social nos encanta en OK Mobility y también me frustra cuando en algunos casos desgraciadamente ves que no puedes hacer nada para ayudar a la gente”.

Volviendo a la carrera comenta que la eligió porque su consejera de orientación le habló de esa escuela y lo que le gustaba es que tenía las clases preparatorias para las grandes escuelas integrada, pero cuando aterriza allí, “me doy cuenta de que la escuela es más de carrera agrícola que agrónoma. Aguanté porque el que yo pudiese estudiar en esta escuela tan prestigiosa era un esfuerzo para mi familia”.



“He sido siempre un alumno muy serio, de buenas notas, y lo he compaginado con mucho deporte de competición”

En 2002 llegó a Mallorca para realizar unas prácticas de tres meses. Tenía 22 años y ninguna intención de quedarse. Aquella estancia temporal acabaría cambiando su vida.

Su primer trabajo fue en la pescadería de Pryca. Las jornadas comenzaban antes del amanecer. “Me levantaba a las cinco de la mañana, cogía mi moto, llegaba al almacén, recibíamos el pescado y preparábamos toda la sección. Luego atendía a los clientes hasta media tarde y después daba clases particulares a estudiantes del colegio francés de Palma para tener un ingreso extra”.

La experiencia fue tan intensa como formativa. Más tarde pasó por Mercadona y, posteriormente, entró en un grupo de automoción que buscaba un comercial francófono. Fue allí donde descubrió una habilidad que acabaría definiendo buena parte de su carrera: el comercio.

“Me di cuenta de que era un buen comercial, de que la gente confiaba en mí, era un buen negociador y vendedor”.

Aunque hoy es una figura ampliamente reconocida en el mundo empresarial, durante años desarrolló su actividad lejos de los focos. Desde 2004 hasta aproximadamente 2009 trabajó exclusivamente en el ámbito B2B, vendiendo vehículos a otros concesionarios.



“Me di cuenta de que era un buen comercial, de que la gente confiaba en mí, era un buen negociador y vendedor”

En 2010 nació el embrión de lo que hoy es OK Mobility.

La historia del nombre tiene mucho de improvisación. En aquella época operaba a través de una sociedad llamada micochemasbarato.com. Cuando quiso apostar por las últimas novedades del mercado, los fabricantes de vehículos le explicaron que necesitaba operar como empresa de alquiler. La respuesta surgió de forma espontánea: OK Rent a Car.

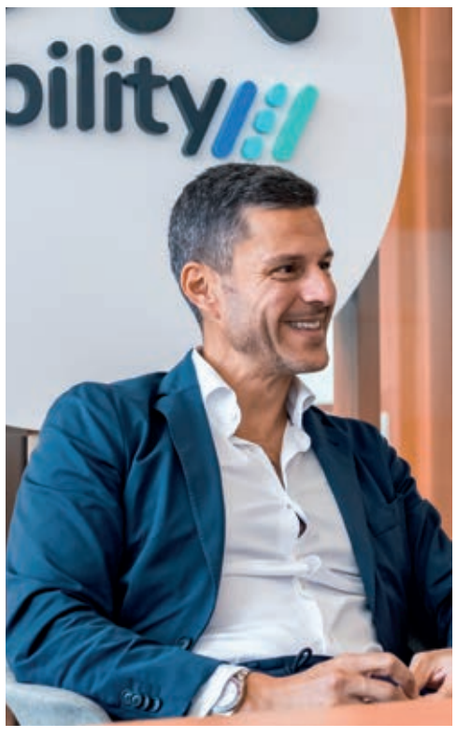
“Siempre digo que el único mérito que tengo es haber puesto las dos siglas en el sentido correcto y no al revés”, bromea.

Con el tiempo llegaron dos marcas diferenciadas. OK Rent a Car se dirigía principalmente a turistas y OK Cars a residentes. Incluso llegaron a convivir durante una década con identidades visuales distintas. Sin embargo, la expansión internacional y las reflexiones derivadas de la pandemia acabaron cambiando esa estrategia.

Durante el COVID-19 comprendió que la diferencia entre turista y residente era mucho menor de lo que había pensado. Al final, se trataba de la misma persona en momentos distintos de su vida. Un cliente podía comprar un coche en Alemania y alquilar otro durante sus vacaciones en Mallorca. Mantener dos marcas diferentes dejó de tener sentido.

El verdadero propósito de la empresa no era alquilar coches, sino mover personas. “Hay muchas modalidades de mover a las personas. No vamos a llamarle rent a car, le vamos a llamar movilidad”.

Así nació OK Mobility. La nueva marca representaba una visión más amplia y flexible del negocio. También implicaba abandonar una denominación que había funcionado con éxito durante años, una decisión que generó incertidumbre.



“Teníamos mucho miedo y mucho respeto por lo que ya habíamos conseguido. No sabíamos si la gente nos seguiría reconociendo o si aquello iba a sumar o restar”.

La respuesta del mercado fue positiva. Hoy considera aquel cambio uno de los mayores aciertos estratégicos de la compañía.

Más allá de los resultados económicos, Ktiri insiste en que emprender es, sobre todo, una aventura humana que con el tiempo se transforma en una responsabilidad cada vez mayor. En su caso, “tener más de 500 personas dentro de la familia OK es una responsabilidad enorme”.

Por eso observa con preocupación ciertas visiones negativas sobre la figura del empresario. Rechaza la idea de que el empresario sea alguien enfrentado a sus trabajadores. “El empresario es una persona que cuida de su equipo. No hay empresa sin personas”.

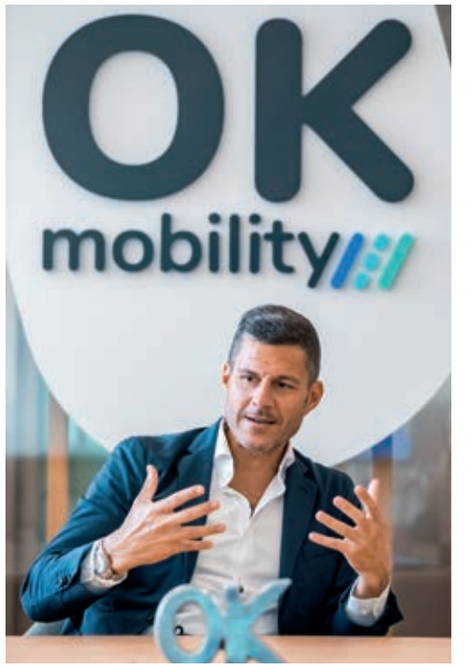
A medida que una organización crece, explica, el fundador deja de gestionar únicamente productos o servicios para pasar a gestionar talento, emociones y expectativas. Reconoce que aprender a delegar ha sido uno de los grandes desafíos de su carrera. “Nada me gusta más que delegar y si no lo haces es muy complicado que la empresa crezca”.

El sector de la movilidad vive, según Othman Ktiri, un cambio de ciclo. Tras unos años extraordinarios hasta 2022, llegaron las dificultades de 2023 y 2024, una situación que él define como la crisis de los valores residuales.

“Están siendo años exigentes, debido especialmente a la crisis sin precedentes de los valores residuales, pero son precisamente estas etapas las que deberían hacernos salir más reforzados. Es ahora cuando tenemos que demostrar la fortaleza de nuestro disruptivo modelo de negocio”.

Y es que OK Mobility se apoya en una marca que ha evolucionado mucho más allá del alquiler tradicional de coches. Lo que comenzó siendo una empresa de rent a car ha ido incorporando nuevos servicios hasta convertirse en una plataforma integral de movilidad. Primero llegó la comercialización de vehículos seminuevos bajo la propia marca, después la suscripción, más tarde, el renting y finalmente el servicio de transfer.

“La marca nos está dejando alucinados”, reconoce. Los resultados digitales avalan esa percepción. OK Mobility ha conseguido un crecimiento notable en descargas de su aplicación y presencia en redes sociales. Para Ktiri, lo más relevante no son únicamente las cifras, sino la capacidad de la marca para absorber nuevos servicios con rapidez y credibilidad.



“Nada me gusta más que delegar y si no lo haces es muy complicado que la empresa crezca”

Durante años la compañía fue identificada principalmente con el turismo. Sin embargo, la experiencia reciente le ha demostrado que la marca funciona igual de bien entre residentes que entre viajeros. “Esta mezcla nos está encantando y además nos permite aprovechar muchas sinergias internamente”.

Para él, la marca se ha convertido en uno de los activos más valiosos de la empresa. “El posicionamiento global que ha adquirido la marca OK es nuestro mayor tesoro”.

La energía que transmite suele sorprender a quienes le rodean. Él atribuye buena parte de esa actitud a la formación recibida a través del deporte de competición. Considera que competir enseña disciplina, resiliencia y capacidad para asumir la derrota. “Si pierdes un domingo, el lunes vuelves a entrenar”.



Esa mentalidad ha marcado también su forma de afrontar los negocios. Los fracasos o los obstáculos no los interpreta como motivos para detenerse, sino como estímulos para seguir avanzando. “Lo fácil lo consigue todo el mundo. Cuando algo es difícil y supone un esfuerzo es cuando está el premio”.

Con la filosofía de “devolver a la sociedad parte de lo que esta nos ha dado” nació la Fundación Othman Ktiri, una iniciativa que responde a una inquietud personal profundamente ligada a sus valores.

Recuerda que durante su formación en Francia aprendió los principios de libertad, igualdad y fraternidad. “Odio las injusticias. Lo que me parece injusto es que no nazcamos todos con las mismas oportunidades ante la vida”. Su objetivo no es cambiar el mundo, reconoce, sino “aportar un mini granito de arena y dar oportunidades a personas que no han tenido la misma suerte”.

La Fundación comenzó como una extensión de las acciones de responsabilidad social de la empresa, pero pronto adquirió identidad propia. Ktiri soñaba con convertirla en una herramienta capaz de movilizar solidaridad más allá de su propia compañía.

Hoy la Fundación desarrolla diversos proyectos propios. Durante varios años impulsaron convocatorias de ayudas destinadas a iniciativas sociales dentro y fuera de Baleares.

Su vida diaria continúa marcada por largas jornadas de trabajo. Intenta combinar el esfuerzo profesional con el deporte y reserva para la familia momentos de calidad alrededor de la mesa y durante los viajes.

Respecto a una posible sucesión familiar, tiene una opinión clara. Sus hijos podrían incorporarse algún día a la empresa si así lo desean, pero nunca por obligación. “Tiene que nacer de ellos y, si lo hacen, se lo pondré muy complicado para asegurarme de que es realmente lo que desean”, afirma con una sonrisa.

Cuando se le pide que se defina a sí mismo, no duda. “Inquieto, perseverante y romántico en los negocios”.

Lejos de la imagen del empresario que sigue un plan perfectamente diseñado, asegura que gran parte de su trayectoria ha estado guiada por la intuición, el trabajo y la capacidad de adaptación. “Mucha gente piensa que he tenido una estrategia perfectamente marcada y siento decepcionarles cuando digo que no”.

En la sede central de OK Mobility hay una frase que resume buena parte de su filosofía. Para él, movilidad y libertad son conceptos inseparables. Esa idea ha terminado convirtiéndose en el eje central de toda la compañía.

En 2026 la empresa opera en 17 países y 74 Stores, consolidando un modelo quecombina operaciones propias y franquiciadas. El proceso continúa avanzando, sentando las bases para futuras oportunidades de crecimiento.

Mirando hacia el futuro, mantiene intacta la ambición de convertir OK Mobility en una auténtica plataforma de movilidad global. El objetivo es que cualquier persona encuentre en un único entorno todas las soluciones necesarias para desplazarse.

“Mucha gente piensa que he tenido una estrategia perfectamente marcada y siento decepcionarles cuando digo que no”

“¿Te quieres mover? Entras en la app de OK Mobility y vas a encontrar la manera de moverte”.

Porque, al final, esa sigue siendo la idea que guía toda su trayectoria: construir una marca capaz de asociar movilidad con libertad y hacerlo desde una empresa nacida en Mallorca que ha logrado abrirse camino en el escenario internacional.

En 2014, instaló su sede en el polígono Son Castelló.

Tiene unas palabras de agradecimiento para ASIMA al contar que cuando llega al polígono Son Castelló viene de recibir algunos “feos” y ciertos “desprecios” por parte de otras asociaciones, y cuando se instala le vinieron a dar la bienvenida. “Hacen sentir que somos una familia. Ninguna otra asociación ha hecho esto por mí en Mallorca. Lo han hecho en Madrid, en otros países, me han dado premios, pero la sociedad empresarial de mi sector en Mallorca no ha sido muy tierna conmigo y ASIMA ha compensado perfectamente”.



Patricio Pujol
Jardinería Mallorquina Pujol

“La imagen a la hora de presentar un proyecto y tener unas oficinas físicas da mucho valor para poder presentar un proyecto y que el cliente se vaya con un buen sabor de boca”

Cuando un cliente entra hoy en las instalaciones de Jardinería Mallorquina Pujol encuentra mucho más que una empresa de jardinería. Se encuentra con un espacio ordenado, profesional y preparado para transmitir confianza. Un taller organizado, unas oficinas de administración donde atender personalmente cualquier consulta y una estructura empresarial que refleja el camino recorrido durante más de una década de crecimiento constante.

Para Patricio Pujol, la imagen es una parte importante de cualquier proyecto. Lo explica con naturalidad: “La imagen a la hora de presentar un proyecto y tener unas oficinas físicas da mucho valor para poder presentar un proyecto y que el cliente se vaya con un buen sabor de boca”. Detrás de esas instalaciones hay años de esfuerzo, decisiones valientes y una filosofía basada en el trabajo constante.

Patricio se define como un “empresario deportista”. El deporte ha sido una constante en su vida desde la infancia. Empezó a jugar al fútbol con apenas cinco años y, décadas después, sigue compitiendo de forma federada. Entre risas reconoce que “me llaman un poco el viejo del equipo, pero disfruto”.

Más allá de la actividad física, el deporte ha sido una escuela de vida. Considera que le ha ayudado a construir una mentalidad que posteriormente ha trasladado al mundo empresarial. “Para mí es disciplina, compañerismo, familia y eso me ha ayudado mucho a crecer”. Es precisamente ese equilibrio entre disciplina y trabajo en equipo lo que identifica como una de las claves de su desarrollo personal y profesional.

Quienes le conocieron durante la etapa escolar recuerdan a un niño inquieto, siempre activo y con energía para todo. Él mismo lo reconoce con una sonrisa. “Estaba dando caña a todo el mundo”. Los profesores le repetían constantemente: “¡Nunca paras!”. Siempre estaba predispuesto a participar, a crear cosas nuevas y a involucrarse en cualquier actividad. Además, le gustaba especialmente bailar, una afición que formó parte de sus primeros años.

“Mi madre me ha enseñado mucho lo que es ser una familia; si hay un problema, sácalo hacia delante”

Con el paso del tiempo también aprendió a valorar la formación. Lo dice con sinceridad y sin complejos: “He estudiado más de mayor que cuando era pequeño”. Una frase que resume perfectamente una trayectoria basada en el aprendizaje continuo y en la experiencia práctica.

Sus padres tuvieron una influencia determinante en su manera de entender la vida. De su madre heredó los valores familiares y la capacidad de afrontar las dificultades con determinación. “Mi madre me ha enseñado mucho lo que es ser una familia; si hay un problema, sácalo hacia delante”.

De su padre, obrero durante toda su vida, aprendió el valor del esfuerzo diario. “Lo que me ha enseñado es trabajar con constancia”. Dos enseñanzas sencillas pero fundamentales que siguen presentes en su forma de dirigir la empresa y de relacionarse con las personas que le rodean.

La responsabilidad llegó pronto. Con apenas quince años conoció a quien más tarde sería su esposa. Aquella relación despertó en él el deseo de ganar su propio dinero para poder hacer planes y construir un futuro. Fue entonces cuando decidió incorporarse al mercado laboral antes de finalizar sus estudios.

Sus primeros pasos profesionales fueron junto a su padre en el sector de la construcción. “Estuve dos años trabajando de albañil”. Posteriormente amplió conocimientos en otras especialidades técnicas. “Luego me puse a trabajar de electricista y fontanero”. Aquellos años le permitieron adquirir una visión muy práctica del trabajo manual, además de desarrollar una gran capacidad para resolver problemas sobre el terreno.



“Para mí es disciplina, compañerismo, familia y eso me ha ayudado mucho a crecer”

El punto de inflexión llegó cuando tenía diecinueve años. “Empecé de jardinero en Aquacity, donde estuve unos ocho años”. Allí descubrió una profesión que terminaría convirtiéndose en su proyecto de vida. Su hermano Iván también trabajaba en la misma empresa. Como hermano mayor, siempre ejerció un papel de guía y apoyo dentro y fuera del trabajo.

Durante aquellos años adquirió una enorme experiencia práctica. Sin embargo, reconoce que su aprendizaje fue principalmente autodidacta. “Todo lo que sabía, lo había aprendido en el trabajo de campo”, explica.

La oportunidad de emprender apareció en 2014. Un arquitecto les propuso presentar un proyecto para una comunidad de vecinos. Aquello les hizo plantearse crear su propia empresa.

Patricio recuerda aquel momento con una mezcla de ilusión e incertidumbre. Sabía mucho de plantas, mantenimiento y ejecución, pero era consciente de que debía seguir formándose. Hasta ese momento su experiencia había estado centrada principalmente en el mantenimiento tradicional.

“En la otra empresa era mantenimiento puro y duro. No hacíamos obra nueva, no hacíamos proyectos nuevos, no hacíamos jardines verticales, no hacíamos riegos automáticos. Era todo un mantenimiento muy simple”.

Los dos hermanos confiaban plenamente en sus capacidades y en su experiencia acumulada. También tenían claro cuál sería el nombre de la nueva empresa: Jardinería Mallorquina Pujol.

Patricio e Iván empezaron el proyecto con 50.000 euros en negativo. “No

teníamos ahorros para poder empezar y el banco nos prestó la póliza que hasta los dos primeros meses la tuvimos siempre en negativo".

La primera oficina estaba instalada en la propia casa de Patricio. Una mesa, una pizarra y muchas horas de dedicación. Aquella pizarra todavía se conserva en la sede actual como recuerdo de los inicios.

Con el crecimiento llegaron los primeros cambios. Tras una etapa en una nave de apenas treinta metros cuadrados en el polígono Can Valero, se trasladaron a otra nave en la misma zona. Sin embargo, el desarrollo de la empresa continuó avanzando y pronto volvieron a quedarse sin espacio.



"Lo bueno que hemos tenido mi hermano y yo es que nunca hemos dudado en lo que hacíamos. Sabíamos que el trabajo lo íbamos a hacer bien"

Además de ampliar las instalaciones, los hermanos empezaron a detectar una necesidad importante en el sector: la falta de mano de obra especializada y cualificada. Esa preocupación acabaría dando origen a uno de sus proyectos más ambiciosos.

En 2024 trasladaron la empresa a una nave de mayores dimensiones en el polígono Son Castelló. Desde allí han impulsado una nueva iniciativa llamada Jaresp.

"Buscábamos un sitio que tuviera tierra para poder hacer trabajos a nivel práctico, como camiones con su repostaje o hacer tipos de poda, pero como era inviable por ubicación y precios, encontramos esta que cumple con nuestras expectativas".

Jaresp nace con una clara vocación formativa. "Somos los pioneros en esto", afirma convencido. La iniciativa se sustenta sobre tres valores fundamentales: humildad, integridad y generosidad.

Su propuesta incluye tres grandes áreas de formación: gestión empresarial, gestión técnica y jardinería, y diseño y paisajismo. El objetivo es contribuir al crecimiento profesional del sector y ayudar a formar a las futuras generaciones de especialistas.

"Queremos que esto sea una expansión a nivel de jardinería en Mallorca". Mirando atrás, Patricio reconoce que rodearse de buenos maestros ha sido determinante para su crecimiento. Aprender de personas con experiencia le permitió adquirir hábitos y métodos de trabajo que posteriormente aplicó en la empresa.

Entre esas figuras destaca especialmente el suegro de su hermano, de quien aprendió la importancia del orden y la organización en el trabajo diario.

La relación profesional entre los dos hermanos es otro de los pilares del proyecto. A pesar de compartir responsabilidades desde hace años, mantienen una excelente sintonía.

"Todo lo que sabía, lo había aprendido en el trabajo de campo"

"Lo bueno que hemos tenido mi hermano y yo es que nunca hemos dudado en lo que hacíamos. Sabíamos que el trabajo lo íbamos a hacer bien".

Según explica, una de las razones de ese equilibrio es precisamente que son muy diferentes. "Mi hermano es mucho más introvertido y yo soy todo lo contrario".

Con los años también ha ganado seguridad en sí mismo. "He cogido confianza y a la hora de enseñar un proyecto a un cliente disfruto de explicarle las cosas".

Quiere destacar que un gran cambio en su vida profesional fue cuando en 2015 entró a formar parte de la plataforma de Networking BNI. "Me ayudó mucho para saber cómo crecer y rodearme de buenos profesionales, y a día de hoy soy el presidente del grupo, quién me lo iba a decir a mí con lo que me costaba al principio tener relaciones de confianza profesionales".

Otro punto importante en su evolución fue comenzar a trabajar con un mentor empresarial. Gracias a ese acompañamiento aprendió a interpretar mejor la empresa, a tomar decisiones estratégicas y a reforzar su confianza. Mientras tanto, la empresa seguía creciendo. Incluso su padre se incorporó durante una etapa para colaborar en la parte de obra.

"Mis padres están muy orgullosos", afirma con satisfacción.

Aunque actualmente dirige una organización consolidada, reconoce que el camino no siempre ha sido sencillo. Durante años llegó a estar completamente volcado en el trabajo. "Hemos trabajado mucho, nadie nos ha regalado nada".

Esa dedicación tuvo un coste personal. Conciliar la vida profesional con la familiar fue uno de sus mayores retos. Por eso dedica palabras de agradecimiento a su esposa, cuyo apoyo considera fundamental durante todo el proceso.



Con el tiempo aprendió a delegar responsabilidades y a construir equipos más autónomos. Gracias a ello puede disfrutar de momentos con su familia, reunirse con amigos o seguir practicando deporte.

Se define como una persona orgullosa, aunque también capaz de reconocer los errores y aprender de ellos. Esa mentalidad se refleja en los valores corporativos de la empresa. Tiene muy claro la premisa: "Hay que cuidar a la gente".

La frase resume una filosofía basada en el respeto hacia trabajadores, proveedores y clientes. La empresa apuesta por ofrecer oportunidades de desarrollo profesional para que cada empleado pueda crecer dentro de la organización.

"Queremos dar a los trabajadores la oportunidad de formarse y crecer dentro de la empresa, para que tengan el orgullo de pertenencia".

Su rutina diaria refleja el compromiso que mantiene con el proyecto. Cada mañana llega a la oficina a las seis menos cuarto. Durante la primera hora despacha asuntos con su hermano. Después dedica tiempo al gimnasio antes de comenzar las visitas a clientes y la gestión diaria.

En estos años también han tenido que afrontar situaciones complejas. Una experiencia especialmente difícil con un trabajador provocó una profunda reflexión sobre la estructura de la empresa. "Fue muy duro, pero reconozco que desde pequeño he aprendido a afrontar los problemas y las cosas se ganan trabajando".

A raíz de esa situación reorganizaron la compañía creando departamentos específicos de mantenimiento, jardinería y proyectos. El objetivo era identificar oportunidades de crecimiento y mejorar la eficiencia.

Patricio considera que el sector todavía enfrenta desafíos importantes. "En nuestro oficio hay mucho intrusismo y competencia desleal". Por ello, uno de los factores diferenciales de Jardinería Mallorquina Pujol es el control integral de los jardines y la capacidad de acompañar al cliente durante todo el proceso.

"Nuestro trabajo abarca tres vertientes: hacer el proyecto desde cero, la ejecución y el mantenimiento".

La finalidad última va más allá de crear espacios bonitos. "Queremos que la gente entienda el valor que tiene el jardín en sus vidas si lo hace correctamente".

Lo que comenzó con tres personas se ha convertido en un equipo de unas cuarenta personas. Un crecimiento que refleja el esfuerzo realizado durante más de diez años.

Patricio también apuesta por mantenerse al día de las nuevas tecnologías y la innovación aplicada al sector, incorporando herramientas y sistemas que permitan mejorar la gestión y la eficiencia de los servicios.

Al finalizar la entrevista, hace balance de todo lo vivido desde que decidió emprender junto a su hermano. Se muestra orgulloso de lo conseguido, pero también consciente de que el éxito se construye a través de los aprendizajes obtenidos en los momentos difíciles.

"Las montañas rusas me han hecho aprender tanto para lo bueno como para lo malo".

Y concluye con una reflexión que resume la tranquilidad que le aporta haber construido una empresa sólida y responsable: "Podemos ir con la cabeza bien alta, no debemos dinero y nadie nos debe, eso te hace dormir bien tranquilo".

En el momento de esta entrevista, además de dirigir Jardinería Mallorquina Pujol, ejerce como presidente de ASIMA Jóvenes. Desde esta responsabilidad quiere impulsar actividades de networking, formación y colaboración entre empresarios de nuevas generaciones, aportando la misma energía, compromiso y visión de futuro que le han acompañado durante toda su trayectoria.

"Queremos dar a los trabajadores la oportunidad de formarse y crecer dentro de la empresa, para que tengan el orgullo de pertenencia"



Asociado: 1.629 | Sector: Control de plagas urbanas

Raúl Luzón
Vectobal

“La mayoría de las especies que tratamos, un roedor, un mosquito, una pulga, son transmisores de enfermedades, es decir, son vectores”

Nos recibe en su oficina rodeado de aquello que ha marcado su trayectoria profesional. Sobre la mesa descansan varias cajas entomológicas con distintas especies de hormigas y otra con termitas. Basta una mirada para comprender cuál es una de sus grandes pasiones. Antes incluso de comenzar la conversación ya aparecen las sonrisas. Raúl Luzón transmite cercanía y entusiasmo desde el primer momento.

Natural de Sóller, tiene 41 años cuando realizamos esta entrevista y es padre de dos hijos pequeños. Define su día a día como “muy entretenido”, una afirmación que acompaña con una sonrisa que refleja lo mucho que disfruta de su trabajo.

Es un apasionado de la entomología, la rama de la biología que estudia los insectos. “Hay mucho que contar porque hay muchos insectos que forman parte del mundo”.

Sin embargo, reconoce que no siempre tuvo claro cuál sería su camino. “Me gustaba la naturaleza, pero no diría que tenía pasión. Estudiando la carrera supe que me gustaba este mundo y tuve la suerte de trabajar de esto”.

Estudió Biología en la Universitat de les Illes Balears y sus primeros pasos profesionales los dio en el Jardín Botánico de Sóller. “Allí fui monitor en visitas escolares, guiadas y explicaba las plantas, tenía pasión por la educación”.

Aquella experiencia despertó también su interés por la docencia y decidió cursar el máster de profesorado. “Lo hice para tenerlo, como plan B, por si no podía trabajar en una empresa”.



“Hay mucho que contar porque hay muchos insectos que forman parte del mundo”

Al finalizar el máster obtuvo una beca Leonardo Prácticas que le permitió trasladarse durante seis meses a Escocia para trabajar en un centro de investigación especializado en entomología.

“Allí estudiaba cómo afectan los incendios controlados (para favorecer los pastos del ganado) a la biodiversidad de la montaña. Era muy interesante, hacía muchas salidas al campo, poníamos muchas trampas, recogía insectos y en el laboratorio tenía que identificarlos. Y sin quererlo, cada vez que tenía un trabajo de biología, tenía relación con la entomología, por lo que me fui especializando”.

De regreso a Mallorca obtuvo una plaza temporal como becario en el laboratorio de entomología de la UIB. Todo parecía indicar que su futuro seguiría ligado a la investigación e, incluso, a la enseñanza. Sin embargo, un año después surgió una oportunidad inesperada en una empresa de control de plagas.

“Hasta ahora había estado centrado laboralmente en el mundo de la ciencia y de la educación y me metí en el mundo del negocio sin ningún tipo de formación en este ámbito. Me cogieron aposta ya que, aunque no tuviese experiencia de comercial, al tener mucha trayectoria en el conocimiento de la biología de los insectos pensaron que estos conocimientos serían útiles, y me dieron una oportunidad.”

Pronto descubrió que el mundo empresarial también le apasionaba. “Se me dio muy bien, me empezó a gustar la parte empresarial, y aparte de hacer contratos, obviamente como biólogo me metía mucho en la parte técnica”.

Su curiosidad le llevó a interesarse por todos los ámbitos de la empresa. “Me fui acercando más a mis jefes, aprendí mucho de ellos, y fue así cómo vi la empresa desde todos los sentidos”.

Para reforzar el conocimiento en administración y gestión de empresas decidió cursar un Máster de Dirección de Empresas.

La empresa en la que trabajaba, que era la mayor del sector en Mallorca en ese momento, fue adquirida por una multinacional. En ese momento hubo muchas dificultades ya que la integración entre las empresas fue muy costosa y al final acabó dificultando el trabajo con los clientes que había fidelizado. Además, varias personas clave salieron de la empresa y al final yo también decidí que era el momento de emprender un nuevo camino.

Aunque todo apuntaba a que acabaría dedicándose a la enseñanza, una conversación con quien hoy sigue siendo su socio cambió el rumbo de su carrera.

¿Y si creaban su propia empresa? Reconoce que tenía ese “gusanillo” emprendedor. Conocía el sector, disponía de la formación necesaria, sabía cómo trabajar, contaba con personas de confianza y tenía claro que existía una oportunidad.



“La mayoría de las especies que tratamos, un roedor, un mosquito, una pulga, son transmisores de enfermedades, es decir, son vectores”

Así, en septiembre de 2020 fundó Vectobal junto a su socio Jorge. Poco después se incorporó un tercer socio como inversor.

Comenzaba una nueva etapa en la que todo el conocimiento adquirido durante años pasaría a convertirse en la base de su propio proyecto empresarial.

Aunque Vectobal quedó constituida en septiembre de 2020, la actividad no comenzó hasta enero de 2021. El sector del control de plagas está sometido a una estricta regulación y antes de iniciar su actividad tuvieron que superar todos los trámites, inspecciones y auditorías exigidos por la Conselleria de Sanidad.



La empresa nació, además, durante la pandemia e hizo que la demanda de desinfecciones se disparara. "Todo el mundo necesitaba desinfectar para cumplir con las normativas y estándares sanitarios. Mi socio y yo estábamos gran parte del día desinfectando".

Cuando creó Vectobal tenía 35 años y estaba a punto de ser padre por primera vez. Recuerda que entonces podía dedicar prácticamente todo su tiempo al proyecto, algo que hoy reconoce que sería mucho más difícil con dos hijos pequeños. Empezaron en un garaje compartido de Son Rossinyol y, tras consolidar la empresa, en 2023 se trasladaron a una nave en el polígono Can Valero.

El crecimiento ha sido constante. El primer año eran seis personas; hoy el equipo está formado por veintidós.

"Vamos fichando unas dos o tres personas por año, más o menos, y las perspectivas son muy buenas".

El nombre de Vectobal significa especialistas en control de vectores en Baleares.

Raúl explica que ahí reside la diferencia respecto al modelo tradicional. "Y tú dirás, qué es esto de vector, qué tiene que ver un vector en un control de plagas y ahí está la importancia de nuestra empresa porque el paradigma ha cambiado".

Ese cambio ha venido acompañado de una mayor especialización científica. "Hace treinta años se fumigaba y ahora hay biólogos especialistas en entomología en este sector. Controlamos las poblaciones de organismos plaga con conocimiento más que con productos químicos".

Para él, el control de plagas no consiste únicamente en eliminar insectos o roedores, sino en proteger la salud pública.

"¿Por qué vamos a matar cucarachas en un restaurante? Porque las cucarachas son vectores de enfermedades que pueden transmitir a los alimentos y de los alimentos a las personas. ¿Por qué es importante controlar un mosquito? Porque el mosquito puede ser vector de una enfermedad que cuando te pica te puede inyectar un virus".

Ese es el motivo por el que insiste en hablar de control vectorial. "La mayoría de las especies que tratamos, un roedor, un mosquito, una pulga, son transmisores de enfermedades, es decir, son vectores. Esto es salud pública. Entonces no hacemos solo control de plagas sino enfocado a un control vectorial".

"Cualquier negocio que elabore, manipule y almacene alimentos es obligatorio que realicen un control de plagas, por sanidad y salud pública"

En apenas unos años han superado los mil quinientos clientes, aunque asegura que todavía queda mucho camino por recorrer. En el resto de las islas trabajan mediante empresas colaboradoras especializadas, ya que la doble insularidad incrementa considerablemente los costes, si bien poco a poco van asumiendo más trabajos fuera de Mallorca.

Su mirada está puesta más allá de Baleares. Trabajan con numerosas cadenas hoteleras presentes en otros destinos y considera que el potencial de crecimiento es muy amplio.

"Cualquier negocio que elabore, manipule y almacene alimentos es obligatorio que realicen un control de plagas, por sanidad y salud pública".

Pero no solo las empresas necesitan este tipo de servicios, dice: "Cualquier persona que viva en Mallorca es susceptible de tener un episodio de plagas en su residencia, por lo que al final nuestros potenciales clientes son muchos".

Además, observa dos factores que están favoreciendo la aparición de nuevas plagas: "Por el cambio climático, cada vez hay más temporada cálida, eso significa más ciclo de las plagas que se traduce en mayor número a lo largo del año. Además, por la globalización, llegan más mosquitos, más cucarachas y, en general, más insectos nuevos invasores a nuestro territorio y el volumen de trabajo sube".

Hablar de control de plagas implica hablar también de sostenibilidad. Raúl rechaza la imagen del fumigador de hace décadas y defiende la evolución que ha experimentado el sector.

“Siempre hay que pensar en el uso sostenible de los productos biocidas. Ya no existe la figura del fumigador de hace treinta años, que llena de humo y contamina, ahora usamos productos tecnológicos, diseñados específicamente para un grupo de organismos en cuestión, con dosis mínimas”.



Esa transformación responde también a la normativa europea, explica: “Este es el paradigma que quiere la Unión Europea, que como somos los más verdes y ecológicos del mundo, entonces hay que aplicar los menos químicos posibles. Eso funciona siempre por medio de la ayuda del cliente. Ahora las condiciones higiénico-estructurales se tienen que cumplir”.

Su sector, apostilla: “Está muy regulado y antes de hacer nada hay que tener un plan de actuación que sea adecuado y con sentido al cliente”.

Considera que dirigir una empresa es un aprendizaje constante. “Llevo cinco años y estoy aprendiendo día a día, me encanta hablar y aprender de otros referentes”.

Explica que los retos cambian a medida que la empresa crece. Si al principio todo resultaba más sencillo, hoy la gestión exige una visión mucho más amplia. “Porque cuando empiezas el negocio y éramos tres o cuatro todo iba muy bien, pero con veinte personas a tu cargo, la gestión de personal, delegar, la parte fiscal, la contabilidad, cada euro cuenta y esto es lo que intento aprender de la gente que sabe más que yo”.
Reconoce que una de las tareas más difíciles ha sido aprender a delegar. También trasladar al equipo la filosofía con la que nació la empresa.

“Somos una empresa pequeña, la filosofía de la empresa es la filosofía de los socios. Entonces cuando tú delegas, la gente tiene su filosofía propia, intentamos que coja lo mejor de lo nuestro y lo mejor de lo suyo, pero a veces este balance cuesta encontrarlo”.

Aun así, afronta el futuro con optimismo. “Creo que si lo intentas lo consigues. Nosotros no queremos parar, queremos seguir y crecer, y tenemos que aprender a hacerlo”.

Otro de los desafíos del sector es encontrar profesionales cualificados.

“Si ya en los perfiles técnicos cuesta encontrar gente, el nuestro es peor, ya que el personal técnico necesita tener un certificado específico, el certificado de profesionalidad nivel 2 para aplicación de productos biocidas”.

Raúl tiene pasión por lo que hace, mucha energía y le gusta hacer clientes y ayudarles a solucionar sus problemas. Cuando surge algo que desconoce, tiene clara la respuesta: “Si no sé algo, lo estudio y lo aprendo”.

Más allá del servicio que presta la empresa, valora especialmente la relación que establece con sus clientes. “Me gusta esa relación personal con los clientes y ese vínculo que se crea entre la persona que necesita un servicio y nosotros aportamos una solución. Nuestro sector del control de plagas es una obligación para muchas empresas y una urgencia para muchas personas por lo que esa manera de transmitir confianza, tranquilidad y establecer un protocolo para solucionar la incidencia, nos abre la puerta a establecer grandes relaciones personales con clientes”.

Para él, pertenecer a este tipo de organizaciones es otra forma de seguir creciendo. “Para mí estar en ASIMA es aprender de otros compañeros empresarios”.

Fuera del trabajo, reconoce que la llegada de sus dos hijos ha cambiado por completo su tiempo libre. Cuando puede desconectar le gusta leer, montar en bici, el senderismo y todo lo que sean actividades en la naturaleza.

Al pedirle un consejo para quienes desean emprender, insiste en la importancia de conocer primero el oficio.

“Si en los perfiles técnicos cuesta encontrar gente, el nuestro es peor, ya que el personal técnico necesita tener un certificado específico”

“Monté la empresa Vectobal porque trabajé antes en el sector, sabía cómo conseguir clientes, sabía cómo se hacían los trabajos técnicos, sabía dónde buscar personal, sabía lo que me hacía falta para tener una empresa viable y con posibilidades de crecimiento, entonces para mí fue natural y fácil crear Vectobal”.

Un consejo que resume la filosofía con la que ha construido su proyecto y que cierra la conversación con un mensaje de confianza en quienes deciden emprender.

“Necesitamos empresarios emprendedores en Mallorca y en España”



Sabrina Sánchez
Etika y Sánchez Alimentación

“Nosotros damos soluciones a los problemas de hoy en día. Cuando llegamos a un cliente, no pensamos en qué le podemos vender, sino en qué podemos ayudarle. Esa es nuestra verdadera filosofía”

Con tan solo 28 años, Sabrina Sánchez es una joven con las ideas muy claras. Natural de Palma desde muy pequeña le gustaba el trabajo de su abuelo y de su padre. Mientras para muchos niños acompañar a sus padres al trabajo podía ser un auténtico aburrimiento, para ella era todo lo contrario. Su abuelo y su padre estaban al frente de un negocio de alimentación y aquel entorno formaba parte de su infancia.

“Cuando salía del colegio, así como a un niño si le dices hay que ir al trabajo de papá era un rollo, a mí me encantaba, y decía, qué guay”. El almacén, los

sacos de harina, la oficina de su padre... todo le parecía divertido. “Para mí esto era como Disneyland”, recuerda entre risas. Se llevaba a casa hojas de papel recicladas y jugaba a trabajar como si algún día también formara parte de Sánchez Alimentación.

La gastronomía siempre le había atraído y la cocina siempre le ha gustado. Durante una época incluso pensó en estudiar Gastronomía y marcharse a Madrid o Barcelona. Sin embargo, recuerda, su madre le hizo una reflexión: “Tienes que ir con cuidado, porque algo que es tu hobby, si te dedicas a ello, puede acabar siendo tu trabajo y lo puedes acabar odiando”. También le hizo ver que tenía una oportunidad que no todo el mundo tenía: aprender sobre gastronomía y, al mismo tiempo, conocer en profundidad los productos que comercializaba su propia familia.

“En la universidad te enseñan el principio de cada cosa, pero realmente te espabilas en la vida real y en la vida laboral”

Sabrina acabó estudiando Administración y Dirección de Empresas. La idea familiar era que, después de la carrera, trabajara en otras compañías para conocer otros modelos, descubrir cómo funcionaban y aprender tanto de sus puntos fuertes como de sus debilidades.

Terminó la carrera en plena pandemia. Su Trabajo Final de Grado lo hizo durante el confinamiento y eligió precisamente la empresa familiar como tema. Entrevistó a su abuelo, a su abuela, a su padre y a sus tías. Quería conocer mucho mejor la historia de aquella empresa que había formado parte de su infancia.

Su abuelo, Isaac Sánchez Martín, fundó la empresa Sánchez Alimentación en 1969 como un pequeño almacén en Mallorca y creció hasta superar los 4000 m² en una nave en el Polígono Son Castelló. La empresa está especializada en la distribución de productos de alimentación para el sector HORECA (hostelería y restauración). Más de cinco décadas de dedicación al sector de la alimentación avalan su experiencia, servicio diario y compromiso con la restauración.”

Sabrina sabía que su abuelo había empezado con una furgoneta, pero quería conocer los detalles: por qué había dejado su anterior trabajo, cómo había conseguido crecer y qué había supuesto aquel comienzo para la familia. Su abuela le contaba que habían llegado a avalar la casa y que, si las cosas salían mal, podía quedarse en la calle con sus tres hijos.

“Me gustó mucho, porque al final es un trabajo que hice para la universidad, pero lo hice con mi familia. Personalmente a mí me encantó. Para mí eso no era un trabajo, era como contar la historia de mi familia”.

Poco antes del confinamiento domiciliario, Sabrina había regresado de un Erasmus en Grecia y su padre le había ofrecido cubrir una baja por maternidad en la empresa. Empezó a trabajar y apenas llevaba dos semanas cuando llegó el confinamiento.



Entonces su padre tomó una decisión que ella recuerda perfectamente: la despidió.

“Me dijo: tengo que dar ejemplo y el primer ejemplo que tengo que dar es contigo. No puedo meter en ERTE a todos los que han llevado años y tú, que llevas dos semanas, meterte en un ERTE”.

En la documentación figuró que no había superado el periodo de prueba. “Me dijo: cariño, a ti no te va a faltar de nada, estarás en casa conmigo, pero hay gente que lo necesita más que tú”. Sabrina lo entendió, aunque tuvo que soportar las bromas de sus mejores amigos. “Me habían despedido de mi propia casa, no te puedes imaginar”.

Al terminar el confinamiento, como muchas empresas estaban en ERTE y encontrar trabajo era complicado, pero comenta que no dejó de buscar trabajo. Necesitaba, además, realizar las prácticas de la carrera y encontró una oportunidad en una joyería, donde estuvo cuatro meses. No la contrataron después, pero para ella lo importante era estar activa. “Yo no puedo estar quieta”, sonríe.

Finalmente, en abril de 2021, su padre volvió a llamarla. Había una vacante en el departamento de facturación de Etika. “Bueno, el llanto que pegué de felicidad, porque me contrataron”. Así comenzó una nueva etapa.

A los seis meses, la responsable del departamento se marchó y Sabrina asumió la gestión de facturación y grandes cuentas. En muy poco tiempo, cuenta, tenía que hacerse cargo de clientes importantes y de una responsabilidad considerable.

El primer año llegó a pasar en la oficina de ocho de la mañana a ocho de la tarde. “En la universidad te enseñan el principio de cada cosa, pero realmente te espabilas en la vida real y en la vida laboral”.

Empezó entonces a buscar formas de aprovechar mejor las horas. Automatizar, organizar, eliminar tareas innecesarias. Su objetivo era sencillo: trabajar mejor, no simplemente trabajar más.

Y funcionó. Al año siguiente llegó un momento en que incluso le sobraban horas. Se lo dijo a su padre y la respuesta fue inmediata: si había conseguido optimizar su departamento, ahora podía aprender logística.

Sabrina aceptó el reto y comenzó a involucrarse también en otras áreas. Poco a poco fue compaginando su trabajo en Etika con Sánchez Alimentación y ampliando su conocimiento del grupo empresarial.

Hasta que llegó otro momento de aprendizaje: reconocer que no podía abarcarlo todo.

“Cumplidos cuatro años en la empresa dije: no puedo más. O suelto algo o no me da”. Empezó entonces a delegar determinadas tareas para poder dedicar más tiempo a Sánchez Alimentación y conocer otras partes del negocio.



“Cumplidos cuatro años en la empresa dije: no puedo más. O suelto algo o no me da”

También ha podido conocer de cerca la historia de Etika, una compañía que nació en 1997 de la iniciativa de su padre, cuando creó nuevos conceptos de negocio, entre ellos unos carritos de perritos calientes llamados Big Dog. Sus padres iban a los eventos y ferias que había. Unos años antes, en 1.994, mi padre, siempre muy atento a las nuevas tendencias del mercado, consiguió la distribución para Mallorca de los, entonces desconocidos, helados Häagen-Dazs, y se encargó personalmente de su introducción en la Isla. Años más tarde, Etika da un giro en su actividad, convirtiéndose en pocos años en un referente en la distribución especializada en Masas Congeladas y Cocina Temática.

La evolución del negocio también ha estado muy ligada a las necesidades de los clientes. Uno de los grandes problemas actuales de la hostelería, explica Sabrina, es la falta de personal. Por eso la empresa busca ofrecer soluciones que permitan trabajar de manera más sencilla y eficiente.

“Nosotros damos soluciones a los problemas de hoy en día. Cuando llegamos a un cliente, no pensamos en qué le podemos vender, sino en qué podemos ayudarle. Esa es nuestra verdadera filosofía”.

Ese espíritu también se refleja en su forma de trabajar. Cuando llegó al departamento de facturación, todavía había procesos que hoy parecen difíciles de imaginar: facturas que se imprimían, se metían en sobres y se enviaban por correo ordinario.

“Cuando entré era una mandada. Mi padre siempre me lo dijo: vas a ser la que más trabaja y la que menos cobre, porque te tienes que ganar el respeto de todo el mundo”.

Al principio asumía las órdenes y observaba. Cuando pasó a dirigir el departamento, empezó a cuestionar aquello que consideraba que ya no tenía sentido. “¿Por qué dedicar un día entero a ensobrar facturas si los clientes podían recibirlas por correo electrónico?”.

Fue uno de sus primeros puntos de inflexión. Después llegaron otros: organizar mejor los contactos obtenidos en ferias, facilitar el trabajo de los comerciales y aprovechar las herramientas digitales.

“Cuando entré era una mandada. Mi padre siempre me lo dijo: vas a ser la que más trabaja y la que menos cobre, porque te tienes que ganar el respeto de todo el mundo”

Ahora también tiene presente la inteligencia artificial. Sabrina la considera una herramienta muy potente, pero tiene claro que debe servir para ayudar, no para sustituir a las personas.

“La IA te puede ayudar a optimizar el tiempo y la rentabilidad, pero el trato humano no te lo va a dar nunca”.

Incluso están estudiando sistemas que permitan realizar pedidos mediante un audio o una fotografía enviada por WhatsApp. Pero existe una preocupación: que el cliente pueda pensar que detrás de la tecnología ya no hay personas.

“Queremos que sepa que ahí hay un equipo de personas que está para apoyarle, ayudarle y solucionarle cualquier tipo de problema que tenga”. Ahí está, para ella, el equilibrio: aprovechar la tecnología sin perder aquello que diferencia a una empresa familiar.

Porque, en el fondo, eso es lo que Sabrina quiere conservar. “Queremos que en la calle también se note que somos una empresa familiar, que somos un equipo, que incluso aquí cualquier empleado es parte de esta familia”.

Hay una frase que todavía recuerda especialmente. Un trabajador se acercó un día y le dijo: “Sabri, esta es mi casa y yo no me quiero ir de aquí. Para mí eso no tiene precio”.

Sabrina forma parte de la tercera generación de Sánchez Alimentación y de la segunda de Etika.

De su abuelo admira, sobre todo, el valor que tuvo para empezar. Un hombre que comenzó con una furgoneta, que decidió invertir, crecer y construir una empresa cuando tenía una mujer y tres hijos pequeños.

“Lo que más me sorprende de mi abuelo fue la valentía que tuvo en su día de decir: pues yo quiero esto y hago esto”. No necesita grandes consejos de él. Prefiere escuchar sus historias y sacar sus propias conclusiones.

Con su padre, en cambio, mantiene una relación muy cercana. Habla mucho con él y valora especialmente que tenga siempre la puerta abierta para cualquier trabajador.

Ese sentimiento de equipo se hizo todavía más evidente en septiembre de 2023, cuando un incendio calcinó dieciséis camiones de la empresa. “Ese día lloraba porque para mí era ver que se quemaba mi casa”, recuerda. Pero lo que más le emocionó fue comprobar cómo reaccionaron los trabajadores. “Personas que ya habían terminado su jornada regresaron para ayudar. Todo el mundo arrimó el hombro”.



“Lo que más me sorprende de mi abuelo fue la valentía que tuvo en su día de decir: pues yo quiero esto y hago esto”



Aquel día, más que nunca, entendió que una empresa familiar no se construye únicamente con generaciones, inversiones o decisiones empresariales. También se construye con las personas que forman parte de ella.

Sabrina tiene una hermana pequeña y recuerda que su padre siempre les ha dicho lo mismo: “Quiero que vosotras hagáis lo que os guste. Trabajar en lo que te gusta, es de las mejores cosas que le pueden pasar a cualquier persona”.

Sabrina lleva años dentro de la empresa y asegura que le encanta. Ha ido descubriendo su camino dentro de ella. Con sus dudas, sus cambios, sus muchas horas de trabajo, su necesidad de no estar quieta y también con su manera joven y directa de cuestionar aquello que puede hacerse mejor.

En su departamento intenta aplicar una idea sencilla: “Un día por ti y otro por mí”.

Una forma de entender el trabajo que, en su caso, también habla de algo más profundo: crecer dentro de una empresa familiar sin dejar de construir su propia historia.



Sebastián Crespí
Nexbiolinea

“La inteligencia artificial ayudará muchísimo, pero el componente humano seguirá siendo imprescindible”

Hay personas que, cuando hablan de la empresa que han creado, acaban hablando sólo de sí mismas. Con Sebastián Crespí sucede algo distinto: al hablar de Nexbiolinea, no se coloca en el centro, sino que va trazando el mapa de un trayecto, de personas, aprendizajes y valores que la han hecho posible. Comienza explicando cómo nació un proyecto empresarial y, casi sin darse cuenta, termina hablando de un profesor que despertó su vocación por la Biología, de las becas que le permitieron estudiar fuera de Mallorca, de sus hijos, del valor de la ciencia o de la importancia de hacer las cosas con rigor. Quizá porque nunca ha dejado de sentirse profesor. Quizá porque entiende que una empresa no deja de ser el reflejo de la forma de ser de quien la dirige.

Cuando mira hacia atrás no habla de éxito. Habla de aprendizaje. Tampoco utiliza palabras grandilocuentes para explicar una trayectoria que, vista desde fuera, resulta extraordinaria. Prefiere recordar a las personas que fueron apareciendo en el camino y las decisiones que, casi sin buscarlas, fueron cambiando el rumbo de su vida.

Nació en 1955 en una familia payesa y humilde de sa Pobla (Mallorca), donde estudiar una carrera universitaria no era lo habitual. Fue el primero de la familia en hacerlo. “Destaqué en los estudios tanto de primaria como de bachillerato y esto me abrió las puertas a becas y así fue como, con dieciséis años, pude ir a estudiar a Barcelona”.

Siempre le había fascinado la naturaleza. Creció rodeado de campo, animales y plantas, lo que le despertó un interés por la vida y los fenómenos vitales, de ahí que decidiera estudiar Biología. Recuerda con especial cariño a un profesor de instituto, Pascual Comín, que “fue quien me inculcó el amor por la Biología”.

Sus padres, en cambio, veían las cosas de otra manera. Cuando los vecinos les preguntaban qué estudiaba su hijo, responder “Biología” no terminaba de convencerles. “Ellos querían que su hijo estudiara una carrera un poco más clásica como Medicina, Farmacia, Derecho, y yo para hacerles caso me matriculé también en Farmacia. Al final me gustó más Farmacia que Biología”, recuerda entre sonrisas.



“Crecí profesional y empresarialmente, un poco en paralelo”

La doble formación le permitió combinar dos maneras de entender el conocimiento. La Biología le enseñó a hacerse preguntas y Farmacia le proporcionó las herramientas para aplicar ese conocimiento a problemas concretos relacionados con la salud que, asegura: “Ha sido al final la parte fuerte de mi actividad profesional”.

En la Universidad de Barcelona comenzó su carrera docente. Se casó y nacieron sus dos hijos. La enseñanza y la investigación eran entonces su verdadera vocación. Disfrutaba preparando clases, investigando y compartiendo conocimiento con los alumnos.

Cuando tuvo la oportunidad de presentarse a unas oposiciones para catedrático de instituto, no dudó demasiado. Aquella plaza significaba estabilidad profesional y, al mismo tiempo, la posibilidad de regresar definitivamente a la isla junto a su familia.

Primero impartió clases en el Instituto de Manacor y más tarde en el Instituto Joan Alcover de Palma. Mientras seguía dando clase comenzó a colaborar

como analista clínico en el laboratorio de la Policlínica Miramar. Y allí con un grupo de microbiólogos fundaron Biocontrol. “Empezamos a hacer análisis de aguas y alimentos, sobre todo para el sector hotelero”.

Aun teniendo mucho trabajo y los niños pequeños, Sebastián tiene buenos recuerdos. “Sí que es verdad que me ha quedado un poco siempre la impresión de que he dejado de jugar algún partido de fútbol con mis hijos. Pero no tengo mal recuerdo. Creo que lo compaginé razonablemente bien en la medida en que se podía”.

La decisión de crear su propia empresa, explica, fue tomada con naturalidad y sin demasiada reflexión. “Al principio éramos cinco socios por lo que tener el 20 por ciento de una sociedad a partes iguales no fue una gran inversión económica. En aquel tiempo no tuve que endeudarme con ningún banco, fue una inversión modesta. Pero sí que es verdad que fue mi aprendizaje, porque pasé casi de la noche a la mañana de ser funcionario de carrera con una plaza fija de por vida en un instituto a ser empresario de una pequeña empresa en la que los trabajadores éramos nosotros mismos. Creo que debo ser uno de los pocos funcionarios que toma una decisión así”.

“Destaqué en los estudios tanto de primaria como de bachillerato y esto me abrió las puertas a becas y así fue como, con dieciséis años, pude ir a estudiar a Barcelona”

Fue una dualidad muy curiosa porque a la vez era empresario y trabajador. “Esto me permitió conocer los entresijos del mundo empresarial, me permitió adentrarme en esta relación con los clientes, me permitió conocer a muchos empresarios, algunos de una gran envergadura; los empresarios del sector hotelero en aquel momento eran, en fin, la flor y nata empresarial de Mallorca, de Baleares. Es decir, crecí profesional y empresarialmente, un poco en paralelo”.

Habla de esa etapa con mucho cariño, aunque detrás hubiera jornadas interminables y un esfuerzo difícil de imaginar.

Con el paso del tiempo, aquella pequeña empresa fue evolucionando. Cambiaron los socios, llegaron nuevas oportunidades y también nuevos retos.

A finales de los noventa, con los cambios de accionariado que hubo en Policlínica, Biocontrol fue diluyéndose y Sebastián fundó lo que hoy es Nexbiolinea.

Biolinea nació con la idea de convertirse en un gran portal internacional de formación especializada para el sector turístico. El objetivo era acercar el conocimiento a través de la red a los responsables de mantenimiento de hoteles de cualquier parte del mundo. El equipo había desarrollado contenidos de gran calidad, contaba con expertos de diferentes países y estaba convencido de que aquella era la dirección hacia la que avanzaría la formación. La idea era buena; lo que todavía no había llegado era el momento.

Comenta que los hoteles aún no estaban preparados. “Muchos responsables de mantenimiento apenas utilizaban el ordenador en su trabajo diario y hablar de formación online era plantear un cambio demasiado grande para aquella época”.

“Claramente nos habíamos adelantado”, afirma, “y cuando ya fue evidente que no era por falta de voluntad sino simplemente porque no se daban las condiciones, entonces decidí reorientar la empresa y convertirla en una empresa más tradicional de consultoría y de formación presencial”.

Lo que había sido un fracaso se convirtió rápidamente en un éxito. “La formación para técnicos tenía mucha demanda porque los hoteles habían empezado con formación en higiene alimentaria, en las cocinas; eso sí que lo conocían, pero los técnicos estaban huérfanos de formación, ellos aprendían sobre la marcha cómo manejar una piscina, un sistema de aire acondicionado o una torre de refrigeración, pero, salvo algunas excepciones, no había una formación reglada y nuestros cursos y nuestra consultoría en este campo fueron rápidamente aceptados y apreciados”.

“Dicho con humildad, no recuerdo empresas con trayectorias parecidas a la nuestra”

Sebastián siempre ha defendido que las decisiones debían apoyarse en datos, análisis y conocimiento científico. Ese rigor terminó convirtiéndose en una de las principales señas de identidad de la empresa y también en la razón por la que muchos clientes siguieron confiando en ella durante décadas. Junto a ese rigor, sitúa la integridad y los valores éticos como una exigencia básica del trabajo: manejar datos y conocimiento de terceros, y más en el campo de la salud pública, implica hacerlo con honestidad y responsabilidad. Todo ello, además, con una idea muy clara de centralidad en el cliente: entender sus necesidades, acompañarle con criterio técnico y ofrecerle soluciones válidas.

Desde el principio, han sido pioneros en su ámbito, al integrar laboratorio, consultoría, formación especializada y sanidad ambiental con una visión poco habitual en el sector: “Dicho con humildad, no recuerdo empresas con trayectorias parecidas a la nuestra”.

Con el paso de los años, Biolinea evolucionó hasta dar lugar a Nexbiolinea, una compañía que integra diferentes servicios que giran alrededor de la sanidad y la salud ambiental.

“Tenemos la parte de laboratorio, que realiza análisis ambientales, de alimentos, de aguas de piscinas, de legionela, de aguas residuales y de aire. Tenemos la parte de formación con la Escuela Superior Hotecma, donde damos cursos formativos presenciales y online. Tenemos también la parte de consultoría en materia de salud y seguridad, y una parte de sanidad ambiental que se dedica a la higiene del agua y al control de plagas”.

Defiende que todos los servicios de la empresa tienen y deben tener una base científica muy sólida. Este es uno de los valores de Nexbiolinea: “Nuestro trabajo se basa en evidencia científica, siempre con una base sólida. Esto es fundamental en esta empresa y he procurado que sea uno de sus ejes centrales. Basarnos siempre, hagamos lo que hagamos, en evidencia sólida, en ciencia”.

Cuando habla de la empresa rara vez utiliza la primera persona. Prefiere decir “nosotros”.



“Muchos responsables de mantenimiento apenas utilizaban el ordenador en su trabajo diario y hablar de formación online era plantear un cambio demasiado grande para aquella época”

Incluso al recordar los momentos decisivos, los éxitos o los reconocimientos, habla del equipo antes que de sí mismo. Está convencido de que una empresa nunca depende exclusivamente de quien la dirige. “La empresa somos todos”, afirma.

Quizá por eso uno de los momentos que recuerda con mayor satisfacción no tiene que ver con la apertura de nuevos mercados ni con la incorporación de nuevas líneas de negocio, sino con las personas que han recorrido el camino junto a él.

En total, son unos setenta empleados. Tienen laboratorio y oficinas en Mallorca, Canarias, República Dominicana (en Punta Cana), México (en Cancún) y además tienen personal propio en Jamaica, Portugal, Egipto, Grecia y Turquía.

La expansión en República Dominicana y México coincidió con la pandemia. “En este momento teníamos poca actividad en Baleares y, junto con mi hijo Pau, decidimos dar el salto, porque en estos destinos teníamos clientes que nos pedían que nos estableciéramos allí porque querían trabajar con nosotros”.

Habla con orgullo de quienes llevan veinte o veinticinco años formando parte de la empresa, de la confianza construida durante tanto tiempo y de la importancia de crear un buen ambiente de trabajo.

Para Sebastián, el componente humano sigue siendo esencial. Y lo seguirá siendo incluso en un momento en el que la inteligencia artificial está transformando muchos sectores.

Le interesa profundamente todo lo relacionado con las nuevas tecnologías y reconoce que estamos viviendo una revolución comparable a muy pocas en la historia reciente. Sin embargo, no comparte la idea de que la tecnología vaya a sustituir completamente a las personas.

“Nuestro trabajo se basa en evidencia científica, siempre con una base sólida”

“La inteligencia artificial ayudará muchísimo, pero el componente humano seguirá siendo imprescindible”.

No lo dice desde el miedo al cambio, sino desde la experiencia de quien ha visto cómo la tecnología modifica las herramientas, pero no los valores.

Hablar con Sebastián es comprobar que la empresa nunca ha ocupado todo el espacio de su vida. Fuera del trabajo existe otra rutina igual de importante.

Hace años que se levanta a las cinco de la mañana. Disfruta de esas primeras horas del día en silencio, cuando todavía nadie reclama su atención. Lee, responde correos, organiza ideas y prepara la jornada. Después llegan las reuniones, las decisiones y el ritmo habitual de cualquier empresa.

También reserva tiempo para caminar. Cada año procura hacer senderismo con sus hijos durante varios días seguidos. El tenis continúa formando parte de su vida siempre que puede, igual que la semana anual de esquí que

intenta mantener como una tradición familiar. También es un lector ávido y apasionado, especialmente de ensayos, ciencia y filosofía.

Habla de esos momentos con el mismo entusiasmo con el que habla de la empresa, porque nunca ha entendido el trabajo como algo separado de la vida.

Quizá por eso el relevo generacional llegó de una forma tan natural, como él dice. Cuando su hijo Pau decidió incorporarse a la empresa no hubo grandes discursos ni planes cuidadosamente diseñados. Fue encontrando su sitio poco a poco, creciendo profesionalmente hasta asumir la dirección ejecutiva.



“En este momento teníamos poca actividad en Baleares y, junto con mi hijo Pau, decidimos dar el salto, porque en estos destinos teníamos clientes que nos pedían que nos estableciéramos allí porque querían trabajar con nosotros”

Sebastián sonríe cuando habla de ello. Reconoce que ahora le consulta mucho menos que antes. “Ya sabe lo que le voy a responder”.

Nunca ha sentido la necesidad de dirigir desde la sombra; al contrario, está convencido de que cada generación debe tomar sus propias decisiones y cometer también sus propios errores. Sebastián sigue vinculado a la empresa, continúa aportando experiencia y visión, pero sin invadir el espacio de quienes hoy lideran el proyecto.

Admite que no tiene pensado jubilarse: le gusta lo que hace. Y, si la salud le acompaña, no se fija un plazo; al contrario, quiere seguir colaborando.

Cabe destacar una frase que le ha acompañado toda su vida: “Intento predicar con el ejemplo”. Quizá ahí esté la mejor definición de Sebastián Crespí.

Porque las empresas crecen, evolucionan, cambian de nombre y pasan de una generación a otra. Lo que permanece son los valores con los que fueron construidas. Y, en su caso, esos valores tienen mucho que ver con la serenidad del profesor que nunca dejó de enseñar, con el científico que aprendió a escuchar antes de decidir y con el empresario que sigue convencido de que el mejor liderazgo no se impone, sino que se ejerce cada día con el ejemplo.



Silvi Rullán
Rullán Navarro

“Mi padre decía siempre, si no fuese por mamá, yo no podría haber hecho todo lo que he hecho”

La historia de Silvi Rullán está ligada a la de su padre, Antonio Rullán. Hablar de su trayectoria empresarial es hablar también de una relación marcada por el cariño, la admiración y, sobre todo, por una manera de entender la vida y el trabajo que hoy continúa presente en la empresa familiar Rullán Navarro.

En 1976 Antonio empezó trabajando por las mañanas como recepcionista en un hotel y por las tardes como comercial en una empresa distribuidora. El propietario del hotel, al comprobar sus dotes comerciales, le ofreció convertirse en jefe de ventas de la distribuidora. El sueldo era inferior al que percibía en el hotel, por lo que Antonio decidió dejar aquella actividad. Fue entonces cuando le ofrecieron hacerse cargo de la empresa. En 1980, asumió la gerencia demostrando una clara visión empresarial.

En 1989, con valentía y un importante esfuerzo familiar, adquirió la totalidad del negocio y apostó por su futuro. No disponía de todo el dinero necesario para comprarla y tuvo que asociarse con otra persona. Así nació Rudelsa, acrónimo de Rullán Delgado. Aquello fue el origen de una trayectoria empresarial que, dos años después, continuaría junto a su esposa, Silvina Navarro. En 1991 nació Rullán Navarro, uniendo los apellidos de ambos y consolidando un proyecto familiar que terminaría convirtiéndose en un referente de la distribución de bebidas en Mallorca.



“Iba a hoteles, eventos, todo el mundo me trataba fenomenal, la parte comercial me gustaba más”

Antonio era un hombre de trabajo. Silvi lo recuerda saliendo de casa a las seis de la mañana y regresando a las diez de la noche. “Me venía a buscar a la piscina, cuando terminaba mi entreno, cenábamos juntos, hacía los deberes y me iba a dormir”. Antonio era consciente de las muchas horas que pasaba fuera y se lo hacía saber: “Él siempre estaba preocupado y me decía, ay Silvi, qué pena que no pude estar. Y yo le decía, papá, todo lo contrario. Nunca he tenido sensación de falta de padre en casa, es verdad que llegaba tarde y cuando yo me levantaba él no estaba, pero estaba cuando tenía que estar”. Para que él pudiera dedicar tantas horas al negocio, hubo otra persona fundamental: su madre. “Mi padre decía siempre, si no fuese por mamá, yo no podría haber hecho todo lo que he hecho”.

Silvi creció, por tanto, viendo de cerca el esfuerzo de sus padres, aunque no imaginó que ella acabaría formando parte de aquel proyecto. Su vocación estaba en otro lugar. Quería ser profesora y estudió Educación Infantil. Mientras estudiaba, comenzó a acudir cuatro horas al día a la empresa para trabajar en el departamento de administración y, al mismo tiempo, daba clases de natación.

Hasta que un día su padre le hizo una propuesta. Le preguntó cuánto cobraba dando clases de natación y le planteó que dejara esa actividad para incorporarse más horas a la empresa. Silvi aceptó, aunque pronto descubrió que la administración no era lo suyo. “No quiero estar aquí, papá, me voy a volver gris”, le dijo.

Su padre le propuso entonces probar en el área comercial. Y aquel cambio lo transformó todo. Comenzó a trabajar con el delegado del Grupo Moët Hennessy y descubrió una parte del negocio que le apasionaba. “Iba a hoteles, eventos, todo el mundo me trataba fenomenal, la parte comercial me gustaba más”.

Después se marchó unos meses a Londres y de regreso en Palma realizó un máster en Dirección y Administración de Empresas. Incluso convirtió la propia empresa familiar en el proyecto final de sus estudios.

“Como proyecto pedí hacer la empresa otra vez, como si la empresa fuera nueva. Disfruté mucho de hacerlo. Me tuve que sentar con mi padre un montón de horas para que me explicara cómo había empezado, y lo tengo todo plasmado como si fuera otra empresa”.

Aquello también significó enfrentarse a áreas que le resultaban menos familiares. “También pasé muchas horas con el director financiero. Esta parte fue más dura porque yo venía de letras mixtas y tuve que tocar contabilidad y finanzas”.

Su hermano Toni, mayor que ella, ya estaba trabajando en la empresa y, después de pasar por diferentes departamentos, se orientó principalmente hacia la logística. Silvi encontró su espacio en la relación con los clientes y en la parte comercial.

“Este sector es muy complicado, muy machista y estresante”

De todos sus años trabajando junto a Antonio, Silvi asegura que lo que más valora son precisamente los años compartidos. El aprendizaje empresarial fue importante, pero lo vivido a su lado lo fue todavía más.

No ha sido un camino sencillo. El sector de la distribución de bebidas es exigente, competitivo y, en su experiencia, también ha estado marcado durante mucho tiempo por una fuerte presencia masculina.

“Este sector es muy complicado, muy machista y estresante. Estás las 24 horas para el cliente, que te puede llamar a las siete de la mañana como a las diez de la noche. Aquí no hay horarios y hay temporadas de tensión”.

Los momentos de mayor intensidad, comenta, se repiten cada año: los principios de temporada, con los cambios en las cartas de vinos; Semana Santa, cuando empiezan las aperturas y todo debe funcionar; el verano, convertido en una sucesión constante de urgencias; y Navidad, con las cestas y los lotes de empresas.

A ello se suma una transformación profunda en las relaciones dentro del sector. “Ha cambiado mucho desde la época que yo empecé, el trato con todo, con proveedores, con clientes, con todo”, explica.

También ha cambiado la consideración del distribuidor. “El distribuidor no está igual visto que lo estaba. Antiguamente nos veían como un partner, como los ojos y las piernas de la marca. Ahora todo lo marca la venta”.

La competencia obliga a permanecer siempre alerta. “No te puedes relajar”. La posibilidad de perder una marca está siempre presente y, en ocasiones, recibir una nueva significa arrebatársela a otro distribuidor. Es una situación que a Silvi le resulta especialmente incómoda.

“Yo que me llevo bien con todo el mundo, cuando me ofrecen una marca que no es mía, que es de otro distribuidor, yo lo paso mal. Seguramente otros no, yo sí, aunque sea bueno para la empresa”. Y añade: “Sé que es una faena para el otro. Y no, eso a mí no me gusta, pero son decisiones a veces que tienes que tomar”.

Su manera de entender la competencia también tiene que ver con la elegancia y el respeto. Si una empresa no cumple los objetivos, considera que lo correcto es advertirle antes de tomar una decisión.

“Si no estás contento, ponle objetivos. Y avísale, por lo menos. No se la quites de avisar”. Y lo resume de una forma muy clara: “En esto hay que ser un poco elegante”.

“El distribuidor no está igual visto que lo estaba. Antiguamente nos veían como un partner, como los ojos y las piernas de la marca. Ahora todo lo marca la venta”



Rullán Navarro trabaja con algunas de las grandes referencias del sector, entre ellas el grupo Moët Hennessy, La Rioja Alta, Marqués de Cáceres, Valduero, Enate, Valdesil, Café Segafredo, Moritz y Ambar, además de muchas bodegas mallorquinas.

Pero si hay algo que permanece por encima de las marcas y de los resultados son los valores heredados de Antonio. Silvi habla de su padre con una mezcla de admiración y emoción. Recuerda especialmente su constancia, su forma de tratar a proveedores y clientes y su capacidad para animarla incluso en los momentos complicados.

“Mi padre era lo más. El respeto, la empatía, la educación, el saber estar, la elegancia de decir las cosas. Le envidio. La asertividad que tenía con los empleados, con todos, que era muy serio, pero muy justo”.

Y continúa: “Decía las cosas bien, era una persona muy apreciada en el sector, muy respetada, porque era un gran profesional, pero ante todo era una gran persona. Todo el mundo lo recuerda. En el tanatorio vino tanta gente y todo el mundo me repetía lo mismo: Tu padre era una gran persona”.



También recuerda una de las enseñanzas que más le han acompañado: no dejar los problemas sin resolver. “El toro hay que cogerlo por los cuernos”, se repite a sí misma cuando afronta una situación complicada. Su padre solía advertirle: “No lo dejes pasar, Silvi, porque se enquista y es peor”.

“Mi padre era lo más. El respeto, la empatía, la educación, el saber estar, la elegancia de decir las cosas. Le envidio. La asertividad que tenía con los empleados, con todos, que era muy serio, pero muy justo”

Para Silvi, su padre fue mucho más que un empresario del que aprender. “Ha sido un ejemplo”, resume.

Por eso, cuando a su padre le detectan demencia, Silvi admite que lo vio todo muy negro, hasta llegar a cuestionarse si iba a ser capaz de seguir. A ello se sumó su embarazo y, un año y medio después, la prejubilación del director financiero, que había sido la mano derecha de su padre y una figura fundamental para ella.

Fue entonces cuando apareció Carlos Cordero, un amigo de Silvi al que convenció para incorporarse a Rullán Navarro. “Contratar a Carlos ha sido laboralmente la mejor decisión que he tomado en Rullán Navarro”.

Aquella experiencia también le enseñó a delegar. “Siempre he confiado en Carlos y he sabido delegar”.

Durante un tiempo, uno de sus mayores miedos fue no estar a la altura de su padre. “Mi padre sabía todo y yo no llego a eso. Al principio es una frustración porque te ves inferior y piensas, nunca llegaré a ser como mi padre... Lo intentaba hacer como él, controlar todo, pero al final se me escapaba algo”.

Hasta que comprendió que no tenía que convertirse en él, sino encontrar aquello que ella sabía hacer bien.

“Me dije, Silvi, ¿tú qué sabes hacer bien? Estar con el cliente, porque al final lo que hago es tener una relación personal con el cliente”.

Ese contacto directo se convirtió en su principal fortaleza. “Yo estoy en el día a día de los clientes, llevo muchos clientes y si hay problemas me llaman a mí”.

También en la selección de personas tiene muy presentes los valores aprendidos. En el área comercial busca profesionales capaces de vender, pero, por encima de todo, buenas personas, con capacidad para trabajar en equipo. “Seguramente un carácter agresivo vende más en la calle”, reconoce, pero para ella la bondad también forma parte de la empresa.

Con los años, Silvi siente que el relevo generacional se produjo en el momento adecuado. Días antes de fallecer, pudo “hablar” con su padre y decirle que podía marcharse tranquilo. Hubo una conexión visual que todavía hoy recuerda con enorme emoción.



“El mundo del vino es súper bonito y maravilloso. Tengo la gran suerte de vender algo que está vivo y que está en constante cambio y movimiento”

“Yo te diría que es la persona que más ha confiado en mis valores. Me dio las gracias por estar. Por eso también ha sido fácil con el relevo generacional”.

Más de cincuenta años después de aquel primer paso de Antonio Rullán en el mundo de la distribución, su manera de entender el negocio continúa viva. También su pasión por un sector que Silvi considera extraordinario.

“El mundo del vino es súper bonito y maravilloso. Tengo la gran suerte de vender algo que está vivo y que está en constante cambio y movimiento”.

“Yo estoy en el día a día de los clientes, llevo muchos clientes y si hay problemas me llaman a mí”

Por eso las formaciones constantes con las bodegas son tan importantes para ella: porque detrás de cada referencia hay una historia, una evolución y un aprendizaje permanente.

En Rullán Navarro, el legado de Antonio no se mide únicamente en las marcas, los clientes o las instalaciones. Se mide en una forma de trabajar basada en la constancia, el respeto, la empatía, la educación y el saber estar. Valores que Silvi ha hecho suyos y que hoy forman parte de la siguiente etapa de una empresa familiar que sigue avanzando sin perder de vista de dónde viene.



Simón Alba

Construcciones Bartolomé Ramón, S.A.U.

“La empresa es como una barca. Hay días favorables de viento y otros con temporal. Hay que capear continuamente”

Simón Alba nació en Mancor de la Vall en abril de 1936. Fue el mediano de tres hermanos y creció en una Mallorca marcada por las dificultades de la posguerra y por una economía basada principalmente en la agricultura y en la ganadería. Aquella generación aprendió desde muy joven que el progreso no llegaba por casualidad, sino a través del esfuerzo constante.

Uno de los ejemplos más importantes de su infancia fue su padre. En 1914 cuando su padre, Felipe Alba, tenía catorce años, decidió marcharse a Ruan (Francia) para trabajar con unos conocidos. Lo que comenzó como una aventura incierta acabó convirtiéndose en una experiencia de éxito empresarial. “Demostró ser un buen emprendedor”, recuerda Simón. Gracias a su iniciativa y capacidad de trabajo, logró desarrollar un importante negocio relacionado con la comercialización de frutas al por mayor. Y ya en 1933 decidió invertir en su pueblo natal comprando la finca de Biniatzent d’Alt. Cinco años después vendió los bienes que tenía en Ruan y regresó para establecerse definitivamente en Mancor de la Vall.

Aquella experiencia dejó una profunda huella en el joven Simón. Comprendió desde muy temprano que el emprendimiento exigía asumir riesgos, perseverar y mantener la confianza incluso en los momentos difíciles.

Su infancia transcurrió entre estudios, juegos y aficiones. Cursó sus estudios en el Colegio de San Francisco de Inca, donde completó los siete cursos de Bachillerato y la reválida. Recuerda aquellos años con especial cariño y reconoce que era un muchacho inquieto y activo.



De su madre recuerda que siempre le decía: "Estudia que el saber no ocupa lugar" y de su padre: "Del trabajo nace el provecho".

Cuenta la anécdota que cuando cumplió dieciocho años le compraron una moto y aquello se convirtió en todo un acontecimiento. "Sólo había tres motos en el pueblo y dos coches en total".

Aunque durante su juventud no tenía una vocación profesional claramente definida, siempre mostró interés por aprender y progresar. Inicialmente llegó a plantearse estudiar Farmacia, pero finalmente optó por cursar Derecho. Una decisión que, con el paso del tiempo, resultaría especialmente útil para desenvolverse en el ámbito empresarial.

Mientras completaba sus estudios universitarios, la vida le deparó dos acontecimientos decisivos. El primero fue conocer a quien acabaría siendo su esposa durante las fiestas patronales de Mancor de la Vall, en 1958. El segundo llegó poco después, cuando tuvo que incorporarse al servicio militar.

Simón esperaba obtener un destino relativamente cercano. Sin embargo, el sorteo le llevó al Sáhara, donde permaneció durante quince meses. "La mili en general fue muy dura", recuerda.

Cuando llegaron al destino asignado apenas existían infraestructuras. "No había cuartel de intendencias, era un descampado con tiendas de campaña. Desde los primeros días empezamos a construir los barracones". Aquella experiencia le proporcionó un primer contacto con el mundo de la construcción y le enseñó valores que le acompañarían durante toda su vida: disciplina, capacidad de organización y espíritu de sacrificio.

De su estancia en el Sáhara, recuerda también con emoción que cada día le escribía una carta a su novia (sonríe).

Al regresar a Mallorca, pidió formalmente la mano de su novia y comenzó a relacionarse más estrechamente con la familia de ella. Fue entonces cuando conoció mejor a quien acabaría siendo una de las personas más influyentes de su vida: Bartolomé Ramón Jaume.

Simón siempre habla de su suegro con admiración. "Era un gran emprendedor, una persona excepcional que empezó de cero". Aquella definición resume la personalidad de un empresario que supo abrirse camino en una época compleja.

Construcciones Bartolomé Ramón Jaume había nacido durante los años cuarenta, cuando el país todavía se recuperaba de las consecuencias de la Guerra Civil. Eran tiempos de escasez de materiales, limitaciones económicas y dificultades para desarrollar cualquier actividad empresarial.

La empresa comenzó realizando trabajos de construcción y obra civil que poco a poco le permitieron consolidarse en Mallorca. A medida que las necesidades de infraestructuras crecían, también lo hacía la actividad de la compañía.

Cuando Simón terminó Derecho, su futuro suegro le propuso incorporarse a la empresa. Corría el año 1961. "Empecé desde cero, aprendí desde abajo el oficio".

Antes de asumir responsabilidades directivas, conoció la realidad diaria de las obras, el trabajo de los equipos y las dificultades que surgen en cualquier proyecto constructivo.

Su primera gran experiencia profesional llegó con la ampliación de la Central Térmica de Alcúdia, una de las infraestructuras energéticas más importantes de Baleares en aquel momento. Durante dieciocho meses trabajó a pie de obra, observando, aprendiendo y participando en todas las fases del proyecto.

"Aprendí mucho. Con mucho ahínco e interés. Me formé en el mundo empresarial de la construcción".

Aquella obra coincidió con una etapa de crecimiento para las Islas Baleares. Durante los años sesenta comenzó el desarrollo turístico que transformó la economía

De su madre recuerda que siempre le decía: "Estudia que el saber no ocupa lugar" y de su padre: "Del trabajo nace el provecho"

del archipiélago. La llegada masiva de visitantes exigió nuevas infraestructuras, carreteras, instalaciones energéticas, equipamientos públicos y edificaciones de todo tipo.

Las empresas constructoras desempeñaron un papel esencial en ese proceso de modernización. Construcciones Bartolomé Ramón participó activamente en numerosos proyectos que contribuyeron al desarrollo de Mallorca.

Tras la central térmica llegó la construcción de la factoría de butano de Alcúdia. Entre ambas obras llegaron a trabajar más de cuatrocientas personas. Varios de aquellos trabajadores procedían del ámbito agrícola y alternaban las campañas agrícolas con el trabajo en la construcción.

La empresa continuó creciendo y acumulando experiencia en proyectos cada vez más complejos. Entre las actuaciones más destacadas de aquellos años figuran la demolición del Teatro Lírico, la construcción de S'Hort del Rei, la rehabilitación del Palacio de la Almudaina, la reforma de Can Verga —posteriormente Palacio de Justicia— y numerosas actuaciones vinculadas a infraestructuras energéticas.

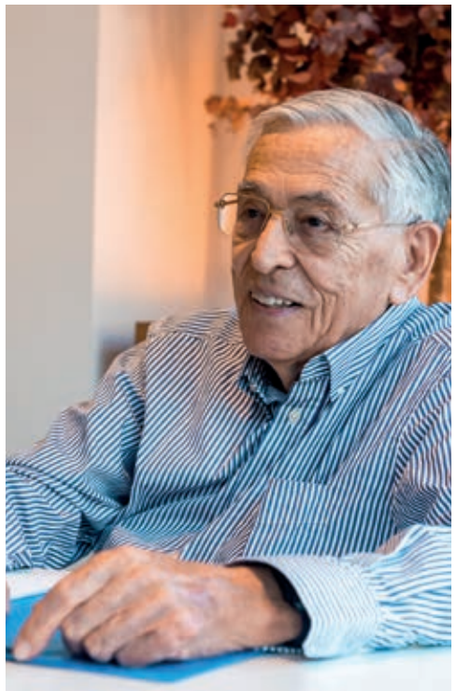
"Empecé desde cero, aprendí desde abajo el oficio"

De todas ellas, Simón recuerda especialmente la intervención en el Palacio de la Almudaina. Aquella obra constituyó un auténtico desafío técnico y patrimonial. Durante los trabajos aparecieron elementos arquitectónicos ocultos que obligaron a replantear parte de la actuación, "fue espectacular", recalca.

Simón cuenta cómo estas obras permitieron recuperar importantes elementos históricos y contaron incluso con la visita expresa de responsables del Patrimonio Nacional desplazados desde Madrid. Para una empresa mallorquina, participar en un proyecto de semejante relevancia representaba un reconocimiento a su capacidad técnica y profesional.

A los pocos años de incorporarse a la empresa, en 1963, Bartolomé Ramón depositó en Simón una enorme responsabilidad. Le concedió plenos poderes para negociar contratos, relacionarse con proveedores, participar en concursos públicos y gestionar relaciones con las administraciones.

Aquella confianza fue uno de los mayores reconocimientos que recibió a lo largo de su carrera. "Mi suegro era como un padre", dice emocionado.
Esa relación profesional y personal marcó profundamente su manera de dirigir. De Bartolomé Ramón aprendió una idea que ha repetido durante toda su vida: "Cuidar del cliente es fundamental".



Pero también aprendió otra lección igualmente importante: el valor de las personas. Uno de los rasgos que mejor definen la trayectoria de Simón Alba es su preocupación constante por los trabajadores. Siempre ha defendido que una empresa sólo puede prosperar cuando existe un clima de confianza y respeto mutuo.

"Muchos de nuestros trabajadores se quedaban en la empresa porque sabían que en otras crisis habían tenido trabajo".

La estabilidad laboral, la puntualidad en los pagos y el compromiso con las personas fueron elementos que contribuyeron a consolidar la reputación de la empresa.

En aquellos años el pago de los salarios se realizaba semanalmente y en efectivo, recuerda. Gestionar la tesorería era una tarea especialmente delicada cuando había centenares de trabajadores en plantilla. Sin embargo, Simón destaca con orgullo que la empresa siempre cumplió puntualmente con sus obligaciones.

En 1979 fue nombrado consejero delegado de Construcciones Bartolomé Ramón S.A. Aunque su suegro continuó vinculado a la empresa durante varios años, el relevo generacional ya era una realidad.

Simón Alba tuvo que afrontar algunos de los momentos más complejos de la economía española. El final de la crisis del petróleo de 1973, la desaceleración económica de los años noventa y otros ciclos adversos pusieron a prueba la capacidad de adaptación de la empresa.

Para explicar esa realidad utiliza una comparación muy gráfica. "La empresa es como una barca. Hay días favorables de viento y otros con temporal. Hay que capear continuamente".

Su receta para superar las dificultades siempre fue la misma: prudencia, trabajo, solvencia y visión a largo plazo. Considera que una empresa debe generar beneficios, pero también construir reservas que permitan afrontar los momentos difíciles.

Nos remontamos a cuando se funda Construcciones Bartolomé Ramón. En 1959 se inauguró la primera oficina en la calle Francisco Manuel de los He-

rreros de Palma, un emplazamiento que durante seis décadas fue testigo del crecimiento de la compañía. Desde allí se gestionaron algunas de las obras más emblemáticas de Baleares, se superaron momentos de expansión y también periodos de crisis, y se produjo el relevo entre generaciones que ha garantizado la continuidad del proyecto empresarial.



Con el paso de los años, la evolución de la empresa hizo necesario disponer de unas instalaciones más adaptadas a las nuevas necesidades. En 2019 se trasladaron a Son Valentí. La nueva sede se levantó sobre un solar que el propio Simón Alba había adquirido años atrás, una decisión que refleja una de las características que han definido su trayectoria empresarial: la visión a largo plazo.

Para Simón, aquella mudanza tuvo además una dimensión emocional. Significaba cerrar una etapa iniciada sesenta años antes y abrir otra nueva bajo el liderazgo de la siguiente generación.

Además de su labor empresarial, Simón ha participado activamente en la representación de su sector. Fue uno de los fundadores de la Asociación Patronal de la Construcción, antes Gremio de Albañiles, formando parte del comité ejecutivo desde el año 1964 y durante más de cuarenta años de forma ininterrumpida hasta su jubilación.

También intervino en la negociación de convenios colectivos y defendió constantemente el papel social del empresario. En 1996 le entregaron la insignia de Oro de la Patronal.

Su compromiso institucional con el sector de la construcción le llevó a participar de forma activa en los comités ejecutivos de CAEB, que le distinguió con la Insignia de Oro, ISBA, Mutua Balear y Previsión Balear.

Su inquietud por la formación le llevó a participar en los cursos del Instituto Balear de Empresarios (IBEDE) -una de las iniciativas puesta en marcha por la Asociación de Industriales de Mallorca-, una experiencia que considera especialmente enriquecedora. Allí escuchó una frase que nunca olvidó: “O te renuevas o mueres”.

A lo largo de los años intentó aplicar ese principio incorporando mejoras organizativas, nuevas herramientas de trabajo y sistemas que incrementaran la productividad y la competitividad de la empresa.



En el ámbito personal, ha compaginado siempre el trabajo con distintas aficiones, entre ellas la caza, la pesca y el golf. Debido a su afición a la caza tiene una curiosa colección de *ganivets* que le ha acompañado durante muchos años.

Sin embargo, el legado más importante de su trayectoria probablemente sea la continuidad de la empresa familiar. Cuando cumplió setenta años decidió retirarse de la gestión diaria y cedió la dirección a su hija Fanny Alba, quien había desarrollado una sólida trayectoria profesional y académica antes de incorporarse al negocio familiar.

La transición se realizó de forma directa, con la misma confianza con la que décadas atrás Bartolomé Ramón había confiado en él.

Hoy, ya jubilado, sigue atento a la evolución de la empresa y reconoce que le cuesta desvincularse completamente. “Continuamente le estoy dando consejos”, comenta entre sonrisas.

Aun así, observa con satisfacción el camino recorrido. Ha visto crecer una empresa, una familia y una organización que ha contribuido al desarrollo de Baleares durante más de medio siglo.

Cuando mira atrás no habla de éxitos espectaculares ni de logros personales extraordinarios. Habla de trabajo, constancia y responsabilidad. Habla de valores sencillos que, en su opinión, siguen siendo tan importantes hoy como cuando comenzó su trayectoria profesional.

Y concluye con una reflexión que resume toda una vida: “Luchar por aquello que uno desea, conservar lo que se ha conseguido y seguir construyendo, siempre que sea posible, algo mejor para quienes vienen detrás”.



Simón Pedro Barceló
Grupo Barceló

“No hay que obsesionarse con la facturación. Lo importante es lo que haces y el resultado que obtienes, pero sin duda es un orgullo haber convertido a Barceló en la primera empresa turística española”

Nos recibe en su despacho, ubicado en el mismo edificio donde, décadas atrás, el garaje albergó el taller de los autocares con los que comenzó la historia de la empresa familiar. Ese espacio resume el recorrido de una compañía que, partiendo de un único autobús, ha llegado a convertirse en el mayor grupo turístico español por volumen de facturación. Rodeado de esa memoria empresarial, Simón Pedro Barceló habla con serenidad del presente y, sobre todo, del futuro.

En 2026 cumple sesenta años y afronta esa cifra con tranquilidad. “Con los números redondos uno piensa en una buena celebración. Ya lo hice cuando

cumplí los cincuenta reuniendo a la familia y a los amigos y lo mismo voy a hacer para los sesenta".

Está en un momento donde la sucesión es uno de los asuntos que más ocupa hoy su pensamiento. En el Grupo Barceló hace años la familia estableció unas normas claras: a los 65 años se abandonan las funciones ejecutivas; a los 70, la presidencia, aunque se puede seguir formando parte del Consejo de Administración hasta los 75.

Su primo Simón alcanzó esa edad en 2025 y dejó las responsabilidades ejecutivas. Ese mismo año se incorporaron al comité de dirección Marta Barceló y Toni Tovar, representantes de la cuarta generación. Para Simón Pedro Barceló fue el inicio de una nueva etapa.

"Ha sido el año en el que iniciamos un proceso de transición generacional, que es un momento especialmente importante, relevante y clave en las empresas familiares".



"Somos afortunados y tenemos que valorarlo"

Habla del relevo con ilusión, pero también con la responsabilidad de quien conoce las dificultades que acompañan a cualquier empresa familiar.

"Con ganas de que la sucesión y la transición funcione. En nuestro caso fue del año 1993 al 2000 y ahora es del 2025 al 2031. En el 2031 cumplo 65 años y tendré que dejar de ser consejero delegado. Además, coincide con el centenario del grupo".

Para él, una transición solo funciona cuando quienes deben marcharse están realmente dispuestos a hacerlo y quienes llegan desean asumir el reto. En su familia ambas condiciones se cumplen y, además, cuentan con un referente muy cercano.

"Tengo la suerte de haber podido ver a mi padre dejar de ser presidente cuando cumplió los 65 años. Desde entonces ha dedicado su vida a la Fundación y a otras responsabilidades. Hemos tenido un buen maestro que no solamente supo irse, sino que ha sabido vivir felizmente más de treinta años desde que dejó la empresa".

Al mirar todavía más atrás aparece la figura de su abuelo, fundador de la compañía. En la Mallorca de 1931 decidió crear su propio empleo con un préstamo familiar y un único autocar. Antes de la Guerra Civil ya había reunido tres vehículos. Tras la contienda apenas recuperó uno, pero aquel pequeño negocio sobrevivió gracias al esfuerzo de toda la familia.

Serían su padre y su tío quienes, años después, supieron identificar la gran oportunidad que ofrecía el nacimiento del turismo en Mallorca.

"Cuando falleció mi abuelo, mi tío y mi padre tomaron las riendas de la empresa de transporte y vieron el nacimiento de la actividad turística. Los autocares llevaron a la agencia de viajes, de ahí a un primer hotel y aquí estamos".

Desde aquel primer autobús hasta el grupo internacional actual han transcurrido casi cien años de crecimiento.

"Hemos tenido un buen maestro que no solamente supo irse, sino que ha sabido vivir felizmente más de treinta años desde que dejó la empresa"

Simón Pedro Barceló es prudente. "No hay que obsesionarse con la facturación. Lo importante es lo que haces y el resultado que obtienes, pero sin duda es un orgullo haber convertido a Barceló en la primera empresa turística española. Nuestro reto ahora es garantizar la continuidad y seguir aprovechando las oportunidades que el turismo ha brindado a nuestra familia, a Mallorca y a tantos destinos del mundo. Somos afortunados y tenemos que valorarlo".

El trabajo formó parte de su educación desde muy joven. Su padre insistía en que los veranos debían servir para conocer la empresa desde dentro. No bastaba con pertenecer a la familia; había que entender el negocio.

Trabajó primero en la agencia de viajes y después en el departamento financiero, una experiencia que le permitió descubrir el funcionamiento cotidiano de la compañía antes incluso de incorporarse de forma definitiva.

Sin embargo, estudió Derecho en Palma y comenta: "Siempre fui delegado de clase, miembro del Claustro y de la Junta de Gobierno de la Universidad. Eso me llevó a la política y en 1989 tuve la oportunidad de ser candidato al Senado por Mallorca. Salí elegido y fui senador hasta 1993. Evidentemente mi padre no estaba muy contento, pero no quise dejar pasar esa oportunidad".

Su incorporación definitiva al Grupo Barceló llegó el 1 de julio de 1993, coincidiendo con la decisión de su padre de abandonar la presidencia. Comenzaba entonces un largo proceso de transición generacional junto a sus hermanas y sus primos, liderado por su tío hasta el año 2000.

No partían de cero. Desde 1987 los once miembros de la tercera generación ya eran accionistas, una decisión poco habitual en aquella época y que permitió preparar el relevo con tiempo y diálogo.

“Hablamos mucho, conversamos mucho de cómo queríamos organizarnos de cara al futuro y con ese esquema hemos estado los últimos veinticinco años”.

“Le tocará a la cuarta generación, evidentemente con nuestra opinión, decidir qué van a hacer ellos en el futuro de forma libre y voluntaria”

Ahora la siguiente generación debe seguir con el siguiente capítulo de la historia familiar.

“Le tocará a la cuarta generación, evidentemente con nuestra opinión, decidir qué van a hacer ellos en el futuro de forma libre y voluntaria”.

Padre de tres hijos, reconoce que nunca quiso que la empresa ocupase todo el espacio de su vida. “Afortunadamente tengo mis aficiones y, evidentemente, con los niños pequeños uno tiene que estar con ellos. Con la vida que llevo, si los chicos han salido bien es gracias a su madre, pero obviamente uno disfruta de verlos e intenta no contaminarles mucho con el trabajo”.

Habla de su mujer con un agradecimiento sincero, convencido de que ha sido la pieza clave para mantener el equilibrio familiar mientras él dedicaba gran parte de su tiempo a la empresa.

Al repasar su trayectoria profesional valora muchísimo el esfuerzo compartido con su primo Simón. “Somos dos personas completamente distintas, pero recibimos un encargo, asumimos una responsabilidad y la hemos impuesto a cualquier otra cosa. Hemos reproducido lo que vimos en mi tío y en mi padre: no se levantaban hasta llegar a un acuerdo”.

Esa cultura del consenso es, a su juicio, una de las claves que explica la estabilidad del Grupo Barceló durante generaciones.

Su actividad profesional le ha permitido conocer a numerosas personalidades internacionales. Entre todas ellas guarda un recuerdo especial del

expresidente estadounidense Bill Clinton, con quien ha coincidido en diversas ocasiones a través de la fundación de la que ambos forman parte. “Todas las oportunidades que he tenido de estar con él han sido oportunidades únicas y extraordinarias”.

Cuando se le pide que recomiende un hotel del grupo evita señalar uno por encima del resto, “tengo que recomendar todos” (sonríe), aunque reconoce que algunos ocupan un lugar especial en su memoria. Entre ellos, el histórico Hotel Pueblo —actual Occidental Playa de Palma—, primer establecimiento en propiedad de la familia y escenario de muchos fines de semana de su infancia.

También recuerda con especial cariño el Barceló Bávaro, en Punta Cana, primer hotel internacional del grupo. Allí compartió numerosas Nocheviejas con su padre durante su juventud. “Mi padre trabajando y yo pasándomelo bien”.

Aunque asegura entre risas que nunca ha sido un gran deportista, el deporte ocupa un lugar importante en su vida como aficionado. Es un apasionado del fútbol y, especialmente, del Real Mallorca. “Recuerdo perfectamente de niño ir al Luis Sitjar con mi padre todos los domingos”.



“Puedo trabajar más de ocho horas al día, llegar a las diez horas de trabajo, pero no paso de ahí”

Años después esa afición se transformó en compromiso institucional al ejercer como vicepresidente del club entre 1992 y 1996, durante el proceso de conversión en sociedad anónima deportiva.

También simpatiza con el Fútbol Club Barcelona y asegura que esa combinación le permite disfrutar del deporte sin excesivos enfrentamientos.
“Soy mallorquinista, soy del Barça, no soy anti madridista, con lo cual es una forma muy feliz de disfrutar el fútbol”.

Durante la pandemia recuperó algunas actividades familiares que había dejado aparcadas, como las partidas de ping-pong y de ajedrez con sus hijos.

La música constituye otra de sus grandes aficiones. Estudió solfeo y piano durante años, aunque sonríe al definirse como “un pianista frustrado”. Es-

cucha prácticamente todos los estilos, con una especial predilección por la música clásica.

La política continúa despertando su interés. Haber formado parte de ella le permite observarla con una mirada diferente y compartir largas conversaciones con su hijo Gabriel sobre la actualidad y los resultados electorales.

También mantiene intacta su afición por el tenis. Aunque dejó de practicarlo hace años, ha disfrutado intensamente de la trayectoria de Rafa Nadal y celebra la irrupción de Carlos Alcaraz como continuidad de esa generación de grandes campeones españoles.



Se define como una persona constante, disciplinada y corredor de maratón que no un velocista. “Puedo trabajar más de ocho horas al día, llegar a las diez horas de trabajo, pero no paso de ahí”.

Aunque reconoce que trabaja todos los días y que incluso durante las vacaciones dedica un tiempo a atender asuntos de la empresa, señala: “No recomiendo a nadie ni el estrés ni el sprint, ni meter más de diez horas de trabajo al día. Evidentemente se puede puntualmente”.

Recuerda que, en más de veinticinco años al frente del grupo, solo en dos ocasiones una negociación le obligó a trabajar hasta la madrugada: la venta del negocio de viajes a First Choice y el acuerdo alcanzado con Fadesa.

“¿Dos veces en veinticinco años? Piano, piano, si va lontano. Poc a poc, como decimos en Mallorca”.

Esa filosofía de avanzar paso a paso ha guiado toda su trayectoria. Para él, una carrera profesional solo puede construirse sobre una condición indispensable: disfrutar del trabajo.

“Lo que es fundamental es trabajar en algo que a uno le gusta, sienta satisfacción y le llene”.

Pero ese disfrute nunca puede desligarse de la responsabilidad. Después de

décadas dirigiendo una compañía presente en numerosos países y con decenas de miles de trabajadores, asegura que la mayor obligación de un líder consiste en proteger el proyecto por encima de cualquier ambición personal.

“Tengo clarísimo que no hay otro camino en los negocios que hacerlos para que se comparta el éxito entre todos”.

Cuando habla de liderazgo evita las grandes teorías. Prefiere apoyarse en la experiencia acumulada durante toda una vida en la empresa familiar.

“Las empresas son seres vivos que hay que cuidar y llega un momento en el que lo que debe pesar más es la seguridad y la responsabilidad. Las decisiones no solo afectan a mi familia o a los accionistas; afectan a más de 40.000 personas. Podemos convivir con menos rentabilidad, pero no con un fracaso que ponga en riesgo lo que se ha tardado cien años en construir. La prudencia es la madre de la ciencia”.

Es una reflexión que resume la esencia de su manera de dirigir: crecer sin poner en peligro aquello que generaciones anteriores levantaron con esfuerzo.

Después de superar distintas crisis económicas y de transformar una pequeña empresa familiar en un grupo turístico internacional, sigue convencido de que siempre existe margen para mejorar.

“Siempre se pueden hacer las cosas un poco mejor y, cuanto más grande eres, imagínate a más de 40.000 personas haciendo las cosas un poquito mejor cada día; somos imparables”.

“Siempre se pueden hacer las cosas un poco mejor y, cuanto más grande eres, imagínate a más de 40.000 personas haciendo las cosas un poquito mejor cada día; somos imparables”

Cree en el progreso cotidiano, en las pequeñas decisiones repetidas con constancia y en la capacidad de las personas para construir proyectos duraderos cuando trabajan con responsabilidad y pensando en el largo plazo.

Al despedirnos, resulta inevitable volver la vista hacia el edificio donde comenzó todo. Bajo ese mismo techo en el que un día se reparaban los primeros autocares de la familia, Simón Pedro Barceló sigue preparando el siguiente relevo generacional con la misma naturalidad con la que recuerda el pasado.



Toni Porras
Elimina

“Nos enseñaron a ser luchadores, constantes y trabajadores, a no acomodarnos y a no esperar que nadie resolviera las cosas por nosotros”

La vida de Toni Porras siempre ha estado ligada al ciclismo. Antes de convertirse en empresario, aprendió a competir, con mucho esfuerzo, sacrificio y disciplina encima del sillín.

Son aprendizajes que hoy siguen presentes en su manera de dirigir una empresa y afrontar los problemas. Convencido de que las mayores lecciones para emprender no las aprendió en una escuela de negocios, sino en las carreteras, los entrenamientos y las competiciones que marcaron su juventud.

Nacido en Palma, creció con una educación basada en el esfuerzo y la responsabilidad. Su padre, carpintero de profesión y apasionado del ciclismo, fue una figura decisiva en su vida. Su madre, ama de casa, fue el pilar de la educación familiar. “Los valores principales los heredé de ellos”.

En su casa el trabajo, la constancia y la responsabilidad formaban parte del día a día. Toni recuerda que su padre era exigente y que tanto él como sus hermanos aprendieron desde pequeños que nadie iba a resolverles los problemas.

"Nos enseñaron a ser luchadores, constantes y trabajadores, a no acomodarnos y a no esperar que nadie resolviera las cosas por nosotros. Los fines de semana había que ayudar y cada uno debía cumplir con sus responsabilidades".

El deporte llegó muy pronto a su vida. Con apenas diez años empezó a competir en ciclismo y rápidamente destacó por encima del resto. Fue campeón de Baleares y campeón de España en varias ocasiones, participó en campeonatos del mundo y formó parte del equipo preolímpico. Vivió una carrera deportiva de alto nivel que le permitió convivir con algunos de los mejores ciclistas de su generación.



"Cogí todos los ahorros que tenía y me puse a patear la calle"

Durante los años del ciclismo les convalidaban mucho para poder estudiar. "Estábamos en el CAR de Sant Cugat y en la BLUME en Madrid".

Tenía 23 años y llevaban años prometiéndole que pasaría a profesional. "No llegaba, veía que me pasaban los años y era complicado". En aquel momento le salió la oportunidad de trabajar en la tienda de bicicletas "Casa Capó".

Decidió aceptar el reto y aunque no tenía experiencia profesional, sí un enorme conocimiento del sector.

Aquella tienda representó su primer contacto real con el mundo de la empresa. Durante seis años combinó la gestión comercial con el entrenamiento de jóvenes ciclistas, algunos de los cuales acabarían desarrollando carreras destacadas. "Estuve entrenando a muchos chicos, Joan Horrach por ejemplo, fue profesional, últimamente ha sido campeón del mundo de Gravel".

En el 2000 empezó en el equipo ciclista Illes Balears, un ambicioso proyecto deportivo en el que Toni asumía toda la dirección técnica. Gracias a sus contactos consiguió bicicletas, vehículos, equipaciones y corredores de primer nivel. Sin embargo, la gestión económica por parte de los patrocinadores no funcionó. "Fue uno de los mayores disgustos de mi vida".

Los pagos dejaron de realizarse, empezaron a acumularse deudas y Toni quedó atrapado entre proveedores, corredores y amigos que habían confiado en el proyecto. "Yo estaba en medio y tenía que dar la cara".

La experiencia fue tan dura que llegó a plantearse alejarse definitivamente del ciclismo profesional. "Me llevé una decepción muy grande y dije: se acabó el mundo del ciclismo".

Aunque siempre he seguido vinculado porque muchos de sus mejores amigos siguen siendo antiguos compañeros de competición como Juan Llaneras y Ramón Ros. "Éramos todos olímpicos y mundialistas".

Tras aquella experiencia trabajó durante un tiempo con su hermano en una empresa de publicidad y diseño gráfico, donde asumió funciones comerciales.

Era 2003 y comenzaba a hablarse cada vez más de Protección de Datos y confidencialidad documental. Y fue cuando surgió la pregunta aparentemente simple: ¿por qué no crear una empresa especializada en destrucción confidencial de documentos?

Aquella idea acabaría convirtiéndose en Elimina. Empezaron con una pequeña máquina destructora y muchas dudas. "No sabíamos muy bien hacia dónde íbamos", afirma.

"Los fines de semana había que ayudar y cada uno debía cumplir con sus responsabilidades"

Investigando descubrieron que existían empresas similares en la Península, visitaron algunas instalaciones y comprendieron que el modelo tenía recorrido.

Sin embargo, convencer al mercado fue mucho más complicado de lo esperado.

En aquella época, explica, "se pagaba muy bien el papel, de hecho, recuerdo cuando era un niño o joven que veía a esa gente recogiendo papel de las empresas o de las casas y lo llevaban a vender y se sacaban un sueldecillo. Cuando empecé, se pagaba súper bien el papel, hoy en día estamos a punto de tener que pagar para que nos lo recojan, por lo que se ha complicado mucho".

Empezó a visitar a los clientes y le decían "si estaba loco". La normativa no decía que hubiera que destruir y estaba pendiente de que la Agencia Española de Protección de Datos sacara una norma. "Existía la Ley de Protección de Datos, pero no había ningún reglamento que lo regulara". Unos años después salió dicho reglamento y le ayudó bastante. "Empezábamos a funcionar, pero era complicado".

“Estábamos en el impás de ¿qué hacemos?, o invertimos y hacemos esto grande o cerramos”.

Fue entonces cuando apareció una empresa nacional especializada en destrucción documental que le solicitó dar servicio en Baleares y fue cuando se animó a seguir adelante.

Habló con su mujer, analizó la situación y tomó una de las decisiones más importantes de su vida. “Cogí todos los ahorros que tenía y me puse a patear la calle”.

Comenzó entonces una etapa de intensa actividad comercial. Su principal cliente era el Govern balear y aquello le permitía mantener el negocio vivo mientras intentaba crecer.

Pero en 2007 llegó otro golpe inesperado. Tras un cambio político en la administración autonómica perdió prácticamente de un día para otro a su principal cliente. Más del 80 % de la facturación dependía de aquellos contratos.

“El cliente siempre tiene la obligación de auditar o ver que realmente lo que se está contratando se está haciendo”

Muchos empresarios probablemente habrían abandonado. Toni reaccionó de otra manera.

“Ahí vi vértigo y me puse en modo deportista de élite. Pensé que ganaría quien trabajara más, quien luchara más y quien supiera sufrir más. Me puse manos a la obra, me arremangué las mangas y empecé a salir todos los días a buscar clientes durante un año y medio hasta que conseguí colocar todos los contenedores que tenía en mis instalaciones”.

Aquella estrategia terminó salvando la empresa.

Consiguió sustituir progresivamente la dependencia de la administración por una cartera sólida de clientes privados. Y tomó una decisión que sigue manteniendo hoy. “No quería volver a depender de un único cliente”.

Aquella crisis le enseñó la importancia de diversificar, construir relaciones sólidas y no acomodarse nunca. “Al ser la primera empresa que hubo en Baleares de destrucción, me benefició porque siempre iba unos pasos por delante”.

A medida que la empresa se consolidaba, los propios clientes empezaron a marcar el camino de la diversificación.

Lo que había comenzado como una empresa de destrucción documental fue incorporando nuevos servicios de forma natural.

Primero llegaron otros residuos de oficina. Después equipos informáticos, mobiliario, tóneres, pilas y materiales obsoletos. Más tarde la gestión documental, el archivo físico y la digitalización.
“Los clientes nos iban diciendo lo que necesitaban”.



La empresa fue ampliando autorizaciones, certificaciones y capacidades técnicas hasta convertirse en un referente de la gestión segura de información y residuos documentales en Baleares.

Entre 2010 y 2015 el crecimiento se aceleró notablemente. La necesidad de espacio obligó a buscar nuevas instalaciones y, tras varios años buscando, encontró la nave que actualmente ocupa la empresa. Un espacio diseñado para ofrecer transparencia, seguridad y confianza. “Siempre invitamos a los clientes a venir y ver cómo trabajamos”. La confianza, explica, es uno de los activos más importantes de su negocio. “El cliente siempre tiene la obligación de auditar o ver que realmente lo que se está contratando se está haciendo. De hecho, tenemos la barrera abierta, porque una de nuestras líneas importantes son las entregas en nuestra planta. Puede venir un particular o un autónomo y entregar su documentación, ver que se destruye y le hacemos el certificado de destrucción conforme normativa”.

Hoy resulta fácil observar la evolución de Elimina y pensar que el crecimiento no llevó mucho esfuerzo. Toni sabe que no fue así. “He hecho muchísimas horas durante muchos años”.

Reconoce que tardó cerca de una década en consolidar realmente la empresa.

Durante mucho tiempo fue comercial, administrativo, gestor, operario y director al mismo tiempo. Hacía presupuestos, contratos, facturas, destrucciones y recogidas. Prácticamente todo pasaba por él.

La experiencia le permitió conocer cada detalle del negocio, algo que todavía considera una de sus principales fortalezas. “Afortunadamente conozco

todos los recovecos porque he visto nacer la empresa".

Actualmente la compañía cuenta con muchos trabajadores y presta servicio en todas las Islas Baleares. Aun así, mantiene una estructura muy optimizada.

Aunque el negocio tiene un fuerte componente tecnológico y normativo, Toni considera que la gestión de personas sigue siendo el mayor desafío. "El trabajo no es sencillo. Implica esfuerzo físico, manipulación de documentación sensible y una gran responsabilidad en materia de confidencialidad" y subraya, "el papel pesa mucho y muchas veces está en lugares difíciles".

La rotación de personal ha sido una constante durante años, pero poco a poco ha conseguido identificar los perfiles que mejor encajan en la organización. Su filosofía es sencilla. "La base de la empresa es que el personal esté contento, que funcione y estén agradecidos y yo poder agradecerles a ellos también".



"Siempre invitamos a los clientes a venir y ver cómo trabajamos"

Considera fundamental que exista un equilibrio entre exigencia y reconocimiento, y que los trabajadores entiendan la importancia de la labor que realizan. Porque detrás de cada documento destruido existe una responsabilidad legal y ética enorme.

Uno de los aspectos que más llama la atención de Toni es su capacidad para innovar en un sector poco visible. A menudo explica que muchas personas ni siquiera saben que existen empresas dedicadas exclusivamente a la destrucción confidencial. Por eso dedica una parte importante de su tiempo a educar al mercado. "Muchas veces tenemos que explicar a los clientes qué obligaciones tienen y qué nivel de seguridad necesitan".

La normativa evoluciona constantemente y exige una adaptación continua. Nuevas leyes de protección de datos, gestión de residuos, certificaciones de calidad y protocolos de seguridad obligan a mantenerse permanentemente actualizado.

Lejos de verlo como un problema, lo interpreta como una oportunidad para seguir diferenciándose.

En la actualidad ha impulsado procesos de digitalización de la empresa, con sistemas avanzados de trazabilidad y herramientas basadas en inteligencia artificial que permiten a los clientes verificar en tiempo real el estado de sus servicios.

La llegada de una nueva generación también está aportando nuevas ideas y formas de trabajar.

Sin embargo, los valores fundamentales siguen siendo los mismos que aprendió en casa y en el deporte. Esos no han cambiado.

"Al ser la primera empresa que hubo en Baleares de destrucción, me benefició porque siempre iba unos pasos por delante"

Ha vivido épocas de incertidumbre económica, pérdidas de clientes, endeudamiento y situaciones en las que muchos habrían abandonado, pero nunca se planteó rendirse y vuelve a mencionar al ciclismo como la razón principal.

"En el deporte lo he pasado fatal. He pasado hambre, frío, calor, caídas y noches sin dormir". Comparado con aquello, los problemas empresariales adquieren otra dimensión. "En mi vida nunca he contemplado una derrota".

Esa mentalidad es la que sigue aplicando cada día en la empresa. "Tengo que agradecer al deporte y a mi familia la fuerza de voluntad y el no darme por vencido nunca".



Xavier March
Refineria

“Acabé creando el primer portal formativo de ajedrez de España que llegó a convertirse en una referencia para numerosos aficionados. La programación me apasionó y continué”

Xavi creció en una familia humilde donde sus padres se dedicaban a la enseñanza, pero su padre era además un apasionado de la informática y su madre compaginó la enseñanza con varios proyectos empresariales.

“Mi padre era súper tecnólogo, ordenador que salía, ordenador que compraba. Siempre estaba a la última. Y mi madre montó tres librerías”.

Fue así como de su padre adquirió la inquietud por innovar y de su madre la inquietud por crear proyectos propios.

Reconoce que de niño era muy inquieto. “Lo que hoy en día se conoce como Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad, antiguamente se llamaba culo inquieto (sonríe), por lo que cuando tenía seis años mi padre me apuntó a clases de ajedrez para que estuviera sentado”.



En pocos años pasó a convertirse en uno de los grandes talentos del ajedrez balear. Fue campeón de Mallorca siendo muy joven, campeón absoluto de Baleares y campeón de España de ajedrez por Internet.

Durante la adolescencia, el ajedrez ocupó buena parte de su vida. Entrenaba entre cuatro y cinco horas diarias y llegó a estar becado por la Federación Española de Ajedrez. Aquella experiencia le abrió las puertas a un entorno internacional justo cuando Internet comenzaba a irrumpir en el mundo.

Su entrenador, un maestro ítalo-argentino contratado por la Federación tenía todos los apuntes en ruso. “Empecé a traducirlos y acabé creando el primer portal formativo de ajedrez de España que llegó a convertirse en una referencia para numerosos aficionados. La programación me apasionó y continué”.

Esa experiencia le llevó a comprender que la tecnología no era solo un entretenimiento. También podía convertirse en una profesión.

Fue así como empezó a aprender HTML (Lenguaje de Marcado de Hipertexto), diseño web y desarrollo de aplicaciones de manera completamente autodidacta.

Los primeros encargos llegaron a través de empresarios vinculados al mundo del ajedrez. Pequeñas empresas necesitaban páginas web y Xavi que aún no había terminado sus estudios empezó a desarrollar proyectos cobrando por un trabajo que, hasta entonces, había hecho por pura afición.

Se dio cuenta de que lo que le gustaba de la tecnología era hacer webs, pero no se veía cursando una ingeniería, así que, como su otra gran pasión era el deporte, hizo Magisterio de Educación Física.

“Me encantaba tener mi independencia económica y a los catorce años me hice también árbitro de fútbol. Con catorce años era el rico del Instituto (sonríe)”.

De los 14 a los 18 años reconoce: “Sacrifiqué mucha vida social y con amigos”.

Cuenta que en esa época a los chavales cuando terminaban el Instituto con buenas notas, los padres les regalaban una moto. Xavi les pidió a sus padres los 600 euros que costaba la moto para montar su propia empresa.

Fue así como con 18 años constituyó una cooperativa junto con dos amigos, que sería el origen de Refineria. La fórmula de cooperativa exigía un mínimo de tres socios, pero en realidad, él era el verdadero impulsor del proyecto.

Eligió el nombre Refineria Web porque su idea era crear una auténtica “fábrica” de páginas web.

El nombre tiene además una anécdota familiar. En conversaciones con su padre, muy vinculado a la defensa y promoción del catalán, surgió la idea de adoptar la forma catalana “Refineria”, sin acento. Además de responder a esa sensibilidad lingüística, aquella elección permitió acogerse a las ayudas existentes para la normalización lingüística.

Su primera oficina fue en un local en la calle Costa de sa Pols, que recuerda con especial cariño. “Más que un espacio de trabajo era el punto de encuentro de amigos, clientes y colaboradores”.

“No debemos olvidar nunca que somos una empresa de servicios. Lo que vendemos es intangible y muchas veces genera incertidumbre en el cliente”

Los inicios fueron buenos, pero con sonrisas dice que su primer Impuesto sobre Sociedades le vino de sopetón. “Que te llame la gestoría y te diga que tienes que pagar 4.000 euros de Impuesto sobre Sociedades fue un buen susto, no tenía la educación financiera. Con 27 años en la empresa éramos ya veinte personas y empezaba a notar que se me iba de las manos. Todo lo había aprendido de forma autodidacta y necesitaba entender cómo gestionar un negocio, por lo que decidí cursar un Executive Master in Business Administration”.

Aquella formación le hizo cambiar la manera de dirigir la empresa. Incorporó conocimientos de finanzas, estrategia y marketing que le permitieron profesionalizar la empresa.

La pequeña oficina de la calle Costa de sa Pols se quedó pequeña y la empresa dio el salto a unas instalaciones más amplias en la calle Ramírez de Maeztu,

el primer local que adquirió en propiedad y donde estuvieron cinco años.

Los primeros años de Refineria fueron un continuo aprendizaje, comenta. Cada proyecto suponía descubrir una faceta distinta del mundo empresarial y cada cliente obligaba a ampliar conocimientos que iban mucho más allá de la programación.

Con el tiempo comprendió que crear una empresa no consistía únicamente en desarrollar un buen producto. También era necesario construir una estructura sólida, delegar responsabilidades y rodearse de personas capaces de complementar aquello que uno mismo no domina. Esa filosofía ha acompañado la evolución de Refineria desde sus inicios.

Xavi fue incorporando talento y dando autonomía a perfiles especializados. El resultado ha sido un equipo equilibrado en el que la creatividad convive con procesos muy definidos. Él mismo reconoce que posee una mezcla poco habitual entre orden y caos que, al mismo tiempo, necesita explorar constantemente nuevas ideas.

Xavi tenía claro su enfoque: apostar por la calidad del servicio y acompañar al cliente durante todo el proceso.

“No debemos olvidar nunca que somos una empresa de servicios. Lo que vendemos es intangible y muchas veces genera incertidumbre en el cliente. Por eso la comunicación es fundamental. No se trata únicamente de entregar un proyecto, sino de generar confianza”.

“Vendemos servicios que muchas veces son desconocidos para el cliente. Si no sabes explicar lo que haces, es muy difícil generar confianza”

La cercanía, la transparencia y la capacidad de explicar conceptos tecnológicos complejos con un lenguaje sencillo pasaron a formar parte del ADN de la empresa.

Mientras el sector digital vivía una transformación constante, Xavi también comenzó a diversificar sus intereses. La inquietud que le había acompañado desde niño seguía presente. Además del negocio tecnológico, empezó a invertir en el sector inmobiliario.

La intuición siempre ha sido uno de los rasgos que mejor definen a Xavi March. Es una persona que reflexiona antes de tomar una decisión. “Medito mucho las cosas, pero cuando lo tengo claro voy a por ello”.



Su capacidad para detectar oportunidades también fue determinante para decidir dónde establecer la sede de la empresa. A principios de la década de 2010, muchas compañías tecnológicas apostaban por instalarse en el Parc Bit. Sin embargo, Xavi eligió el polígono de Son Castelló.

“Fue una cuestión de olfato. En aquel momento el Parc Bit todavía no disponía de la conectividad que necesitábamos y aquí sí teníamos fibra óptica”.

Aquella apuesta resultó acertada. Refineria se convirtió en una de las primeras empresas tecnológicas en instalarse en la Gran Via Asima. Desde aquellas oficinas continuó creciendo durante varios años hasta que, coincidiendo con el vigésimo aniversario de la empresa, llegó un nuevo cambio de etapa. Refineria estrenó sede en el polígono Son Rossinyol y aprovechó la ocasión para renovar también su identidad corporativa. El apellido “Web” desapareció definitivamente del nombre comercial.

La evolución también fue ligada a la estructura accionarial. Xavi dejó atrás el modelo de empresa unipersonal para rodearse de socios que aportaran experiencia en distintas áreas. Con los años se han ido incorporando Xisco Palmer, con una amplia trayectoria en marketing; y Eduard Vilanova, con quien impulsó nuevas líneas de negocio relacionadas con la consultoría. También Philippe Degroote y Vanessa Carceller para desarrollar la línea de producción audiovisual.

Cada nueva área se organizó como una sociedad especializada, con socios propios y equipos independientes, mientras una estructura común daba soporte al conjunto del grupo. “Probablemente ha sido una de las mejores decisiones que hemos tomado”.

Entre sus inquietudes estaba internacionalizarse. La empresa había consolidado una posición de referencia en el marketing digital para el sector turístico y comenzaba a estudiar nuevos mercados. Gracias al programa ICEX Next, el equipo inició un proceso de análisis para definir su estrategia internacional. Sobre la mesa aparecieron destinos como la Riviera Maya, Miami o República Dominicana, lugares donde la experiencia acumulada junto a grandes cadenas hoteleras podía convertirse en una ventaja competitiva.

“Nos dimos cuenta de que nuestro verdadero valor era el conocimiento que teníamos del marketing turístico. Ahí éramos realmente diferenciales”.

Estos planes se pararon debido a un suceso familiar. A finales de 2018 sus padres tuvieron un accidente de coche, falleció su madre y, apenas unas semanas después, también su padre.

Retomaron el proyecto en 2023. Un año antes, Iberostar había alcanzado una alianza estratégica global con IHG. Al tratarse IHG de un grupo estadounidense, Cuba quedaba fuera de aquel acuerdo y determinados servicios vinculados a la isla dejaron de prestarse desde su estructura. Iberostar recomendó entonces a Refineria para apoyar esa parte más estratégica, lo que llevó a la compañía a ampliar considerablemente su colaboración con Iberostar en Cuba. Al mismo tiempo, la agencia Disset les propuso colaborar en distintos proyectos de marketing en el país.

La empresa comenzó a operar en Cuba, amplió su presencia en México y retomó el plan inicial de crecer en destinos como la Riviera Maya.

Su objetivo nunca ha sido competir por volumen, sino por especialización. Ese planteamiento también explica la importancia que Xavi concede a las personas. “Siempre hemos querido ser una empresa atractiva para trabajar”.

Así nació un modelo de trabajo donde el denominado salario emocional tiene tanto peso como la retribución económica. La posibilidad de teletrabajar desde otros países, participar en proyectos internacionales o asumir nuevas responsabilidades forma parte de una cultura empresarial que busca fidelizar el talento desde la confianza.

“Siempre hemos querido ser una empresa atractiva para trabajar”

Para Xavi, las personas siguen siendo el principal activo de cualquier organización tecnológica. Por eso insiste en que la comunicación constituye uno de los pilares de Refineria, tanto dentro de la empresa como en la relación con los clientes.

“Vendemos servicios que muchas veces son desconocidos para el cliente. Si no sabes explicar lo que haces, es muy difícil generar confianza”.

Junto a la comunicación, otros dos conceptos que repite con frecuencia como pilares de la empresa son: excelencia e innovación.

Otra de sus grandes apuestas ha sido la formación. Como hijo de docentes, observó con preocupación las dificultades que encontraba el sector tecnológico para incorporar nuevos profesionales. Como presidente de gsBIT, la patronal tecnológica balear, defendió públicamente la necesidad de acercar la formación a las necesidades reales de las empresas y de vincularla mucho más a la empleabilidad. Su preocupación era evitar que se generaran itinerarios formativos desconectados del mercado laboral, creando expectativas profesionales que después resultaran difíciles de cumplir.



“La formación tiene que estar vinculada a la empleabilidad. De lo contrario corremos el riesgo de formar a jóvenes para un mercado que no existe y acabar generando frustración”.

Junto con el Colegio Luis Vives de Palma ha puesto en marcha un ciclo de Formación Profesional especializado en marketing digital, adaptado a la realidad de un mercado que demanda perfiles cada vez más versátiles.

“Con ello cubrimos una parte formativa y también nos permite estar vinculados a los profesionales del futuro. Nos interesa aportar nuestro granito de arena para que el mercado crezca”.

La inteligencia artificial representa el siguiente gran desafío y Xavi considera que la IA no sustituirá a los profesionales que sepan utilizarla correctamente.

“No se trata de reemplazar a un programador por una inteligencia artificial. Se trata de que ese programador sea mucho mejor gracias a ella”.

En su opinión, la tecnología siempre ha servido para multiplicar las capacidades de las personas y no para eliminar su talento. Por eso Refineria ha integrado la inteligencia artificial en sus procesos como una herramienta destinada a mejorar la productividad, reducir errores y ofrecer un mejor servicio al cliente.

La inquietud de Xavi le ha llevado a crecer, a reinventarse y a entender que la verdadera transformación digital no depende solo de la tecnología, sino de las personas.


asima



asima

BancaMarch



