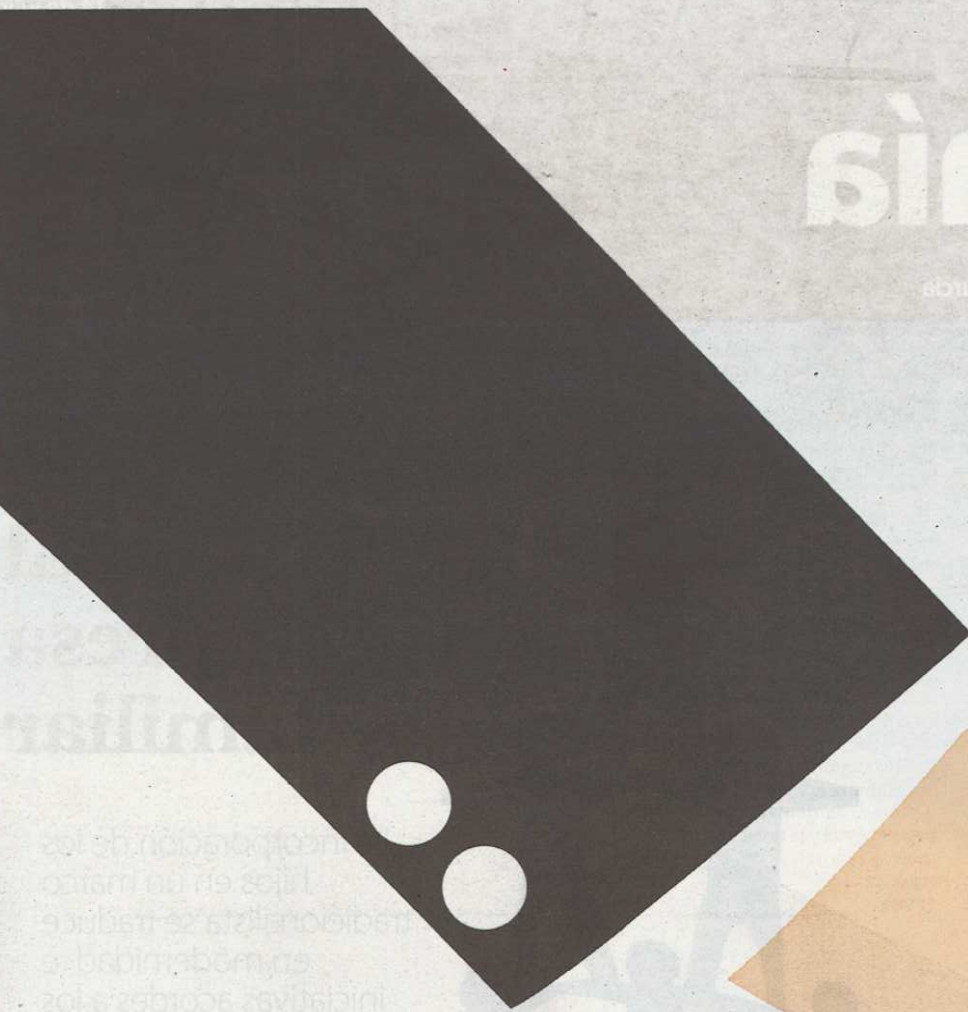


Nuestra Economía

Plantillas, pimentón y negocios de la Región de Murcia



NUEVOS TIEMPOS Las empresas familiares de la Región mejoran con la incorporación de los hijos y nietos de los fundadores a los órganos de dirección

La tercera generación recoge el testigo

MURCIA
Benito Maestre. Trabajar en una empresa familiar imprime carácter. El orgullo de pertenencia actúa como arma para la supervivencia de un negocio que destaca por la tradición, la enseñanza de valores y la continuidad. Remarcar la misma dirección es una pasión que se transmite de padres a hijos, quienes están llamados a asumir la dirección y los órganos principales. El traspaso de poderes en-

tre dos generaciones debe afrontarse con serenidad para asegurar el buen funcionamiento de la entidad, y los expertos recomiendan tomárselo como una oportunidad de refuerzo.

Empezar desde abajo es el inicio de una carrera que promete adquirir una tendencia ascendente, un proceso repleto de aprendizaje que permite conocer los entresijos que solamente se descubren implicándose. Estos trabajadores

le dedican a la empresa un tiempo maratoniano, incluso por encima de la media, un sacrificio que influye en la supervivencia del proyecto familiar. Sin embargo, solo tres de cada diez entidades pasan a la segunda generación y la mitad de ellas alcanza a los nietos.

Son numerosas las características de estos negocios, como mantener una estrategia definida a largo plazo, estudiar concienzudamente cada inversión y motivar a

los sucesores, además de marcar el reto de crecer y mejorar la rentabilidad. Estas pautas integran la hoja de ruta de estas empresas que se alimentan de savia preparada.

EQUIPO ENÉRGICO

Amelia Gomariz lo sabe todo sobre el oro rojo, pues es la responsable del departamento de calidad de la empresa Luis Sánchez García e Hijos, conocida en Murcia y el extranjero por la marca de pimentón rojo La Pastora. Ella es la segunda retoña de Teresa Sánchez, encargada del área de administración y logística, y la cuarta generación ya de un negocio con bastante proyección en el mercado internacional. Aun así, el peso de la sociedad pimentera recae en las cuatro hermanas Sánchez. «Siempre hemos afrontado la dirección como una responsabilidad porque es un compromiso y un valor en nuestra familia, y también asumimos retos como equipo que somos para conseguir objetivos», explica Inma Sánchez, quien gestiona la cartera de ventas.

Enraizado en la huerta murciana, el pimentón marca la actividad empresarial desde 1945, cuando Luis Sánchez, en sus inicios con su padre, apostó por la fabricación de una especia con numerosas posibilidades culinarias. Los agricul-

tores les sirven la materia prima de altísima calidad que posteriormente pasa a la cadena de producción – incluye el proceso de molienda y envasado. El 90% de la comercialización se desarrolla fuera de España, siendo el europeo el consumidor más demandante.

De un liderazgo paternalista al actual, con visión profesional e institucional. Así fue el traspaso de poderes de esta entidad de Cabezo de Torres, «empujado y motivado por los cambios en el entorno empresarial, las exigencias de un mercado cada vez más competitivo, el peso del mundo digital, etc.». Una serie de factores que gravó la sucesión de responsabilidades del patriarca a sus herederas, eso sí, «fluyó en el momento adecuado».

Ellas asumieron la dirección de la empresa en la década de los 90, marcando una nueva etapa caracterizada por la especialización del trabajo y la creación del Protocolo Familiar y el Consejo de Administración. El resto del linaje lo componen Luisa y María Sánchez, expertas en los departamentos de compras y producción y financiero, respectivamente. Entre los logros de esta tercera generación, destaca la aplicación de certificaciones de calidad, el contacto di-

ecto con profesionales del canal Horeca -hoteles, restaurantes y catering- y una mayor presencia 'online', siendo la incorporación del carrito de la compra en su web la siguiente proeza.

DE ALHAMA AL MUNDO

El hito lo marca el Grupo Fuertes, de Alhama de Murcia, con presencia en 82 países y una facturación que ronda el 1,5 millones de euros. «La clave es conseguir un equilibrio perfecto entre la adaptación permanente a las exigencias del mercado y el liderazgo de una gestión eficiente. Nosotros hemos optado por la reinversión de beneficios, la cultura de la excelencia, la innovación y la mejora constante», explica Tomás Fuertes, presidente del grupo Fuertes,

La antigua charcutería de la plaza del Pozo de Alhama creada hace 10 años por Antonio Fuertes se encuentra en proceso hacia la plena integración de la tercera generación en los órganos de la dirección. Las empresas deben durar más que las personas. En la empresa familiar el relevo generacional no es algo puntual, sino natural, y que debe suceder de forma progresiva. El reto es mantener lo que hemos conseguido e incluir experiencia nueva». Mientras llega el relevo, la segunda generación, formada por Tomás y sus hermanos

José y Juana, mantiene sus respectivos cargos.

La sociedad integrada por un consorcio de entidades cárnicas, agroalimentarias, turísticas y hoteleras cuenta con una plantilla que supera los 6.500 emplea-

dos. «En una empresa familiar es necesario tener unos principios y trabajarlos, tener una idea y llevarla a cabo, todo ello bajo un espíritu de superación, convirtiendo las dificultades en nuevas y mejores oportunidades».

De hecho, en ElPozo Alimentación, buque insignia del grupo, se aplica el modelo CIP que permite intervenir en todas las fases del producto para garantizar la máxima calidad, seguridad alimentaria y respeto medioambiental. De esta forma controla toda la actividad, desde la agricultura y ganadería hasta que llega al consumidor, pasando por la selección de las materias primas y la elaboración. Esta mejora, una de muchas, se complementa con otras actuaciones para mantener la intachable hegemonía en los sectores que participa. «Vamos a seguir invirtiendo en innovación como única vía para adelantarnos a las necesidades de los consumidores, a sus hábitos y estilos de vida».

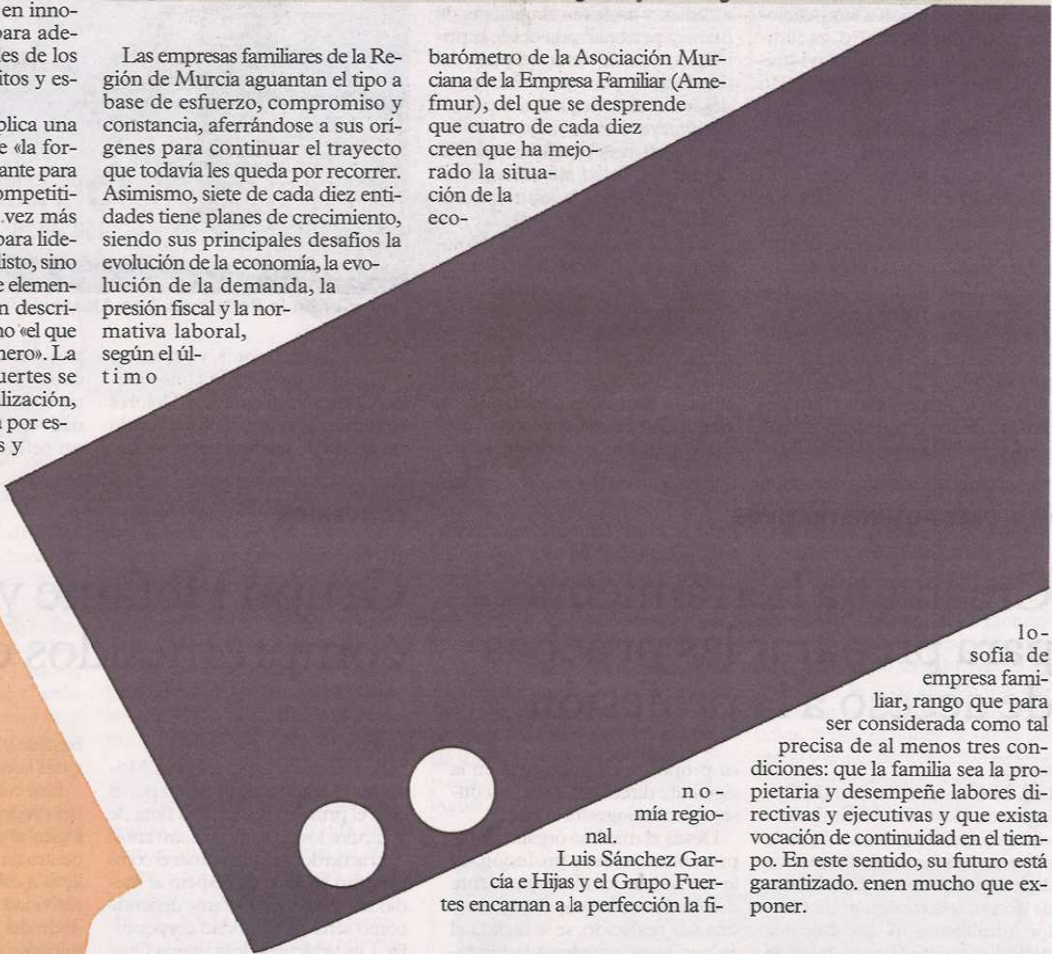
Una estrategia que implica una alta cualificación, porque «la formación siempre es importante para seguir creciendo y ser competitivos en un mercado cada vez más globalizado. Ahora bien, para liderar no hay que ser el más listo, sino coordinar bien una serie de elementos», apunta Tomás, quien describe al buen empresario como «el que aúna trabajo, ciencia y dinero». La expansión del Grupo Fuertes se centra en la internacionalización, puesto que «el futuro pasa por estar en países emergentes y aportar la madurez industrial que hemos adquirido a lo largo de estos años».



Imagen de la familia Fuertes, con miembros de la segunda y tercera generaciones. La Verdad

Las empresas familiares de la Región de Murcia aguantan el tipo a base de esfuerzo, compromiso y constancia, aferrándose a sus orígenes para continuar el trayecto que todavía les queda por recorrer. Asimismo, siete de cada diez entidades tiene planes de crecimiento, siendo sus principales desafíos la evolución de la economía, la evolución de la demanda, la presión fiscal y la normativa laboral, según el último

barómetro de la Asociación Murciana de la Empresa Familiar (Amefmur), del que se desprende que cuatro de cada diez creen que ha mejorado la situación de la economía



lo-sofía de empresa familiar, rango que para ser considerada como tal precisa de al menos tres condiciones: que la familia sea la propietaria y desempeñe labores directivas y ejecutivas y que exista vocación de continuidad en el tiempo. En este sentido, su futuro está garantizado. enen mucho que exponer.

no-mía regional. Luis Sánchez García e Hijos y el Grupo Fuertes encarnan a la perfección la fi-



Las hermanas Sánchez dirigen la empresa de pimentón rojo Juan Sánchez García e Hijos. La Verdad