

«El primer factor a la hora de comprar una encimera es el color, no la durabilidad»

La intervención de Pilar Martínez-Cosentino fue la más esperada. No en vano, Cosentino es todo un referente no solo en el mundo de la empresa familiar sino a nivel general. Tras la emisión de un vídeo corporativo, la adjunta a la Dirección General de esta empresa con sede en Huelva y que cuenta con 3.300 trabajadores en todo el mundo, explicó sus *Seis palancas del crecimiento*. La primera de ellas es la internaliza-

ción. «De hecho, el 95 por ciento de nuestras ventas son fuera de España, explicó. Innovación, con una gran importancia al marketing, es el segundo pilar. El tercero es la apuesta por las marcas y para darlas a conocer invierten el 7 por ciento de sus ventas. La tecnología y la digitalización, no sólo para acercar lugares, sino sobre todo para conectar personas, son la cuarta palanca y, relacionado con esto, las perso-

nas, el mayor activo de su empresa, que cuenta con una media de edad de 38 años. Por último la sostenibilidad y el compromiso con la sociedad cierran sus reglas básicas. Tras su charla, Martínez-Cosentino contestó a varias preguntas del público y explicó que «el primer factor a la hora de comprar una encimera es el color, no la durabilidad que, por cierto, las nuestras son las más duraderas», apostilló. Además, Martínez-Cosentino criticó el nivel de los estudiantes españoles y sus bajos conocimientos en inglés.



Pilar Martínez-Cosentino, durante su intervención.

«Las empresas familiares tienen mejores resultados pero peor gobierno»

► La profesora del IE Business School Cristina Cruz presentó un estudio comparativo en la VIII Jornada de la Cátedra Banca March de la Empresa Familiar, celebrada en la UIB

March, realizó la primera intervención bajo el título *Entorno económico y toma de decisiones en la empresa familiar*, que se basó en demostrar de forma muy técnica cómo la macroeconomía debe estar bastante más presente en el gobierno de una empresa familiar de lo que aparentemente pueda parecer.

Cristina Cruz, profesora de la IE Business School de Madrid, explicó *El gobierno corporativo en las empresas familiares cotizadas* y centró su intervención en enseñar los datos de un estudio en el que se analizaron miles de empresa familiares y no familiares de Europa y EE UU con interesantes conclusiones. «La empresa familiar da mayor rentabilidad y tiene menos riesgo, además de destruir menos empleo y tener una mayor inversión en activo fijo». Sin embargo, no todo son parabienes, ya que Cruz también ex-

plícó que el nivel óptimo del control familiar se sitúa entre el 40 y el 45 por ciento y que los dos grandes problemas que se suelen producir son el conflicto de intereses entre accionistas familiares y minoritarios, y un mayor riesgo de «atrincheramiento» en los consejos de administración de los miembros familiares. Y como conclusión global explicó que «las empresas familiares tienen mejores resultados pero están peor gobernadas, aunque la situación está mejorando».

JAIME MOREDA

Una empresa familiar es aquella que cuenta con más del 20 por ciento del accionariado en manos de una familia y con al menos un miembro de ésta en el consejo de administración. En España, suponen el 90 por ciento, según el dato ofrecido ayer por Rafael Salas, presidente de la Asociación Balear de la Empresa Familiar, durante la celebración de la VIII Jornada de la Cátedra Banca March de la Empresa Familiar en el edificio Son Lledó de la UIB.

El consejero delegado de Banca March, José Nieto de la Cierva, explicó que una de las ventajas de las empresas familiares es poder estar un poco alejadas de las presiones cortoplacistas. «Prudencia, austeridad y pensar a largo plazo ha sido una buena fórmula en tiempos de crisis», explicó.

La última de las presentaciones antes de dar paso a las charlas corrió a cargo del rector de la UIB, Llorenç Huguet, quien destacó cómo «cualquier emprendedor, al poner en práctica su idea, cuenta con su entorno familiar como primera fuente de financiación», a la vez que destacó «los objetivos comunes entre empresa y universidad».

Alejandro Vidal, director de Estrategia de Mercados de Banca



Rafael Salas, Rafael Crespi, Pilar Martínez-Cosentino, Llorenç Huguet, José Nieto, Cristina Cruz and Alejandro Vidal.



Numero público asistió a la jornada en la UIB. ■ Fotos: JAUME MOREY

“ La frase
La macroeconomía debe estar más presente en la empresa familiar española”
Alejandro Vidal
Dir. Estrategia Banca March