

Empresa familiar con mayor tradición Hijos de Rivera

Un sabor que perdura en el tiempo

1906 es algo más que una de las marcas de sus cervezas. Es el año del nacimiento de Hijos de Rivera. Desde entonces y hasta ahora, cuatro generaciones han estado al frente de una compañía que facturó 88 millones de euros en 2003. ¿El secreto? "Siempre hemos pensado que la familia debe estar al servicio del negocio, para lo cual es necesario aplicar el sentido común y que haya un diálogo permanente", comenta José María Rivera Trullero, director general de la compañía. "Además, no vamos a echar por tierra lo



Tres de las cinco ramas de la firma: José María Rivera, con Fernando Hernández e Ignacio Rivera.

cuales pertenece a una rama familiar. Y la unidad familiar ha sido una de las máximas que Hijos de Rivera se ha encargado de cuidar y mantener para poder hacer frente al paso del tiempo. José María Rivera recuerda cómo el fundador, José María Corral, "apostó por un negocio que a principios del siglo XX era casi exó-

pulso tecnológico a la compañía. La tercera, "con mi padre y mi tío a la cabeza", explica Rivera, "fue la que de verdad vio las posibilidades de desarrollo de la empresa y decidió trasladar la planta a las

La cervecera tiene

instalaciones actuales". Pero es en este momento cuando la firma sufre un tremendo varapalo porque ambos miembros fallecen. "En aquella época el rol familiar fue fundamental, y sobre todo el papel de las mujeres, que siempre han estado a la sombra, especialmente el de mi abuela que supo catalizar la unidad familiar", explica José María Rivera. Y ya en los noventa es cuando la generación actual se hace cargo de una compañía que prevé superar los cien millones de euros de ingresos para este año. "Uno de nuestros objetivos emocionales es alcanzar los trescientos años de historia, cien millones en facturación, que lograremos este año, y cien millones de litros de producción, para este año producirémos noventa millones", apunta el director general. Aunque su gran enseña es la marca *Estrella Galicia*, la firma cuenta, además, con *1906*, *HR*, *River* y la recién salida al mercado, *River Zero*. "Hemos apostado por un crecimiento orgánico", comenta Rivera. "Y nuestro objetivo a medio plazo se encamina a ser un operador más global en cuanto a producción, comercialización y servicio", concluye. ■

Empresa con más proyección internacional Maderas Iglesias

Pisar sobre seguro

El traspasar fronteras siempre ha estado presente en la estrategia de Maderas Iglesias, empresa matriz del Grupo Ig. "La forma de crecimiento en los inicios, durante la década de los ochenta, se centró en el mercado nacional y, a partir de

los noventa, comenzó nuestra proyección internacional", explica su director general, Marcos Gándara, quien añade: "Por ese motivo creamos nuevas empresas que nos permitieron cerrar el círculo: compra, procesamiento, transformación, distribución, comercialización y colocación de la madera".

Así, el grupo, que en 2003 facturó 150 millones de euros y espera alcanzar los 170 millones en 2004, cuenta con varias empresas que completan todo el proceso. Vázquez Rey se dedica a la compra-venta de madera y derivados. North Star Lumber es la central de compras para la adquisición, procesamiento y suministro de maderas de Estados Unidos. "La gestión de esta compañía ha hecho de nuestro grupo el primer importador europeo de roble americano", comenta

Gándara. Por su parte, Maderas Iglesias, dedicada a la elaboración y fabricación de pavimentos de madera, cuenta con tres fábricas y tiene una capacidad de producción de dos millones de metros cuadrados de pavimentos macizos y cuatro millones de tarima flotante al año. "De estos tres centros productivos, destaca la fábrica de tarima flotante Greenkett, el producto estrella del grupo. Gracias a esta fábrica somos el primer productor nacional y el tercero de Europa", destaca Gándara. Y por último, Parquets Industriales se dedica a la distribución, comercialización e instalación de pavimentos en obra. El 40% de los ingresos del grupo proviene de mercados europeos -Noruega, Alemania, Polonia, Eslovaquia e Inglaterra, principalmente- de EEUU y Canadá. "La

idea es llegar a la misma proporción entre las ventas en el mercado nacional y el internacional, y crecer más en Europa", explica Gándara. Para lograr este objetivo y posicionarse en los países donde se encuentra la materia prima, el grupo ha adquirido el 51% de tres fábricas en Europa del Este, dos en Polonia y una en Eslovaquia, que han supuesto una inversión de tres millones de euros. "Además, estamos estudiando la adquisición de una tercera fábrica en Polonia, que sería 100% capital propio y a la que destinaríamos dos millones de euros", dice el director general. En consonancia con el compromiso de la compañía con el medio ambiente, la firma pretende adquirir el 50% de una empresa brasileña "a modo de joint venture y a la que destinaríamos 3,5 millones de euros", comenta Gándara, quien añade: "Así Maderas Iglesias Greenkett se convertirá en la primera empresa española que posee en propiedad bosques y masas forestales certificadas FSC". ■

Multinacional más dinámica PSA Peugeot Citroën

Un motor siempre en marcha



Javier Riera, director general del Centro de Vigo de PSA Peugeot Citroën.

"El sector de la automoción en Galicia ha desarrollado un saber hacer que lo hace competitivo y que en el momento actual, cuando todo el mundo habla de deslocalizaciones, es capaz de atraer implantaciones como las de las multinacionales Benteler y Denso", explica Javier Riera, director general del Centro de Vigo de PSA Peugeot Citroën. De la salud de la que goza el sector y la compañía en particular dan buena muestra las cifras de la factoría. Desde que la firma comenzó su andadura en Vigo, y hasta la actualidad se ha pasado de una producción de 400 vehículos en 1958 a 473.000 coches en 2003. En este año, la planta, con una capacidad de producción de 2.048 unidades al día y en la que trabajan 9.200 empleados, fabricó cuatro modelos: *Citroën C15*, *Citroën Berlingo*, *Peugeot Partner* y *Citroën Xsara Picasso*. El 88% de los vehículos producidos se destinaron a la exportación, siendo la Unión Europea su primer mercado receptor, especialmente Francia, Gran Bretaña, Italia y Alemania, aunque los vehículos de esta factoría están presentes en los cinco continentes. Como apunta Javier Riera, "desde hace varios años, somos la planta con mayor producción del grupo, y actualmente

también la segunda con mayor producción en Europa, aunque lo importante no es sólo el volumen". "En la nueva organización del grupo PSA Peugeot Citroën, nuestra planta está situada al máximo nivel de decisión, y eso es esencial para afrontar los retos del futuro", añade Javier Riera.

Y con vistas a afrontar el futuro, la factoría está inmersa en un plan industrial que contempla la inversión de 800 millo-

La planta está inmersa en un plan industrial que contempla la inversión de 800 millones de euros

nes de euros hasta el año 2006, "y que se concreta en múltiples e importantes actuaciones que nos permitirán prepararnos para afrontar nuevos proyectos". A esta inversión se suman otros 200 millones aportados por parte de las industrias proveedoras gallegas. Según el director general, "estos montos deben ir acompañados por actuaciones en el entorno que resultan vitales para competir en un mercado tan difícil y cambiante como es el del automóvil, sobre todo en lo que a materia de infraestructuras o habilitación de suelo industrial se refiere". El objetivo que se fija la planta de PSA Peugeot Citroën tanto a corto, a medio y a largo plazo es el mantenimiento de la competitividad. "Y para ser competitivo hoy en día hay que ser muy flexible, y no me refiero sólo a flexibilidad laboral o industrial, sino mental", comenta Riera. PSA Peugeot Citroën acaba de firmar, con la unanimidad de los sindicatos, un convenio para los próximos cuatro años por el que la compañía se compromete a crear mil empleos en su planta. "El Centro de Vigo tienen voluntad de seguir manteniendo su posición, de mejorarla incluso, contribuyendo a los objetivos de crecimiento y rentabilidad del grupo. Ese es nuestro reto", remata Riera. ■



Marcos Gándara, director general de Grupo Ig.