

Andalucía

ECONOMICA

Nº 276 • 3€



Protagonistas del crecimiento



EDITA
Andalucía Económica, S.A.

PRESIDENTE
Alfonso Castilla Rojas

CONSEJERO DELEGADO
Tomás de la Cruz Serna

CONSEJO ASESOR
Francisco Arteaga Alarcón
Manuel Contreras Caro
Carlos Contreras Manrique
Ángel Fernández Noriega
Antonio Fornieles Melero
Javier González de Lara
Antonio Jara Andrés
Ramón Jiménez Jiménez
Antonio Luque Luque
Luis Miguel Martín Rubio
Francisco Mesonero Fernández de Córdoba
José María Pacheco Guardiola
Gabriel Pérez Alcalá
José Romero González
Ramón Segura Montaña
Guillermo Sierra Malina
Gonzalo Suárez Martín
Miguel Ángel Tamarit Campuzano
Javier Targheita Roza

CONSEJO DE REDACCIÓN
Tomás de la Cruz Serna
Patricia Balbontín del Valle
Alfredo Chávarri de la Fuente

Jefa de Redacción
Patricia Balbontín del Valle

Edición-Diseño y Ranking
Lola Fernández Rodríguez

Redactores y Colaboradores
Isabel G. Suero, Antonio Pedraza,
Nicolás Sierra, Gonzalo A. Escacena,
Susana Muñoz, Alicia de la Peña,
Francisco García Navas

Fotografía
Miguel A. León
Raúl Caro
Jesús Domínguez (Málaga)

DIRECTOR GERENTE
Alfredo Chávarri de la Fuente

DIRECTORA DE PUBLICIDAD
Inmaculada Rodríguez Ruiz

COORDINADORA DE PUBLICIDAD
M^a del Mar Torralbo León

ADMINISTRACIÓN Y DISTRIBUCIÓN
Ana Labrador Jiménez

Diego de Riaño, 11- 2^a - 41004 Sevilla.
Redacción: 95 421 59 09
Publicidad: 95 422 83 06
Administración: 95 422 62 48
Fax: 95 453 33 72
www.andaluciaeconomica.com
andaluciaeconomica@andaluciaeconomica.com

Fotomecánica e Impresión:
Escandón Impresores. Sevilla.

ANDALUCÍA ECONÓMICA es una publicación plural. Los artículos y comentarios que en ella aparecen reflejan las opiniones de los respectivos autores. ANDALUCÍA ECONÓMICA expresa su opinión en su columna editorial. Los contenidos de la publicación pueden ser reproducidos, citando la fuente.

Precios de suscripción anual: 33 euros.
Complem. suscripción extranjero: 9 euros.

Andalucía ECONOMICA



SUMARIO

Protagonistas	4
Cómo hemos cambiado	6
Ranking por Volumen de Facturación	13
Ranking por Orden Alfabético	76



Entrevista	84
• Javier González de Lara. Presidente de CEA	
Foro de Responsabilidad Social	88
• Antonio Fornieles. Vicepresidente segundo y consejero coordinador de Abengoa	
Trendmarketingtopics	92
Sistemas de información	94
Práctica concursal	96
Líderes de Nueva Generación	98
• Romualdo de Madariaga. Presidente de MP Ascensores	
Coyuntura económica	102
Golf	106
• La Costa del Sol, destino líder europeo en turismo de golf.	
Empresas	108
• Red Eléctrica prevé invertir 182 millones de euros en Andalucía hasta 2019	
Comercio	110
• Vuelve la Shopping Night Centro Córdoba	
Internacionalización	112
Universidad	114
Logística	115
Outsourcing empresarial	116
Empresa saludable	117
Innovación	118
Responsabilidad Social Corporativa	119
Turismo	120
Noticias en corto	122
Parqué y Mercados	124
Fiscalidad	128
Finanzas	130
Motor	132
Marcas andaluzas	134



Romualdo de Madariaga

Presidente de MP Ascensores



Andalucía Económica continúa desarrollando su ciclo de encuentros 'Líderes de nueva generación', donde destacados directivos andaluces cuentan en primera persona su experiencia empresarial y dan a conocer su opinión acerca de los principales temas económicos de actualidad. Romualdo de Madariaga, presidente de MP Corporación, ha sido el último ponente de estas jornadas, que se celebran cada mes en el hotel AC Ciudad de Sevilla.

Patricia Balbontín / Fotos: Raúl Caro

La compañía MP Ascensores es sin duda uno de los grandes referentes empresariales de Andalucía, y es asimismo todo un ejemplo de superación. Hace tres años llegó a estar "clínicamente muerta"; tras un proceso de desinversiones y división accionarial, pero hoy esta empresa familiar de segunda generación se ha estabilizado y son grandes sus expectativas de crecimiento, gracias a la fortaleza del *core business*, a una acertada gestión y a la fuerte alianza entre accionistas y directivos.

Fue Valentín Madariaga, padre del actual presidente de MP, quien fundó esta compañía en 1988. En ese año "nuestro padre nos da la herencia en vida a los cinco hermanos, teníamos entre 18 y 27 años, y decidimos mantener unido el patrimonio familiar y tirar entre todos del carro de la nueva empresa", recuerda Romualdo de Madariaga, quien asegura que su padre les transmitió una cultura y unos valores que "han calado entre nosotros a lo largo de todos estos años".

Valores empresariales

como la orientación al cliente, innovación, excelencia en la gestión e internacionalización. Y no menos importantes son los valores familiares: la cultura transmitida debe ser un legado que pase de generación en generación; unidad y consenso; profesionalización; y compromiso de continuidad.

Gonzalo de Madariaga, uno de los hijos del fundador, fue quien en un principio llevó las riendas de esta empresa, que centró su actividad en la fabricación de ascensores que vendían a ascensoristas independientes, tanto en España como en el extranjero. Poco a poco la empresa fue diversificando y entre 1990 y 2006 se fueron incorporando al grupo hasta 14 nuevas sociedades de distintos sectores.

El 2006 fue un año decisivo en la trayectoria de MP, pues se incorporaron las actividades de instalación y mantenimiento. "Hasta entonces éramos una sociedad que ganaba dinero, tanto como para diversificar en distintos proyectos. Pero cuando entramos en

PATROCINAN:





instalación y mantenimiento, todos los ingresos de la fabricación de ascensores lo invertíamos en adquirir cartera de ascensores”

En 2012 se decide salir de todos los negocios a excepción de la división de elevación, “porque éste era un negocio consolidado en el que teníamos un recorrido infinitamente mayor y tenía un retorno infinitamente más importante que el resto de proyectos”

Pero Gonzalo de Madariaga no estaba de acuerdo, hubo “diferencias estratégicas en cuanto a cómo llevar la empresa”, de ahí que él sale de la empresa y Romualdo de Madariaga asumiera la presidencia de MP.

Poco a poco se fue saliendo de las empresas del grupo de forma ordenada, “quien las compraba se llevaba a los trabajadores, nadie ha sido despedido”. Los inmuebles improductivos están en proceso de venta, y se han vendido 10.500 contratos de mantenimiento.

“Durante toda esta batalla llegamos a estar tan debilitados que nos cortaron la línea de financiación durante un año y medio, y funcionar con esta situación era muy complicado, estábamos clínicamente muertos. Pero en 2012 firmamos una refinanciación a tres años y pudimos seguir trabajando”

En estos tres últimos años, “hemos profesionalizado la empresa, hemos quitado la figura del administrador único, tenemos un consejo de administración, un consejero delegado que es Eugenio Barroso, estamos centrados en elevación, hemos cumplido con el calendario de amortiza-



ciones que nos obligaba a la refinanciación y hemos culminado un proceso de desinversiones”

Entre 2011 y 2013 se reduce la cifra de negocio de MP; “las ventas van bajando por la salida de empresas, pero el ebitda, nuestra rentabilidad, subió porque las sociedades que vendimos eran deficitarias, esos negocios eran un lastre que se llevaban el dinero que ganábamos con elevación. Los porcentajes de ebitda sobre volumen de ventas se han multiplicado exponencialmente, y la deuda se ha reducido un 30%”

Actualmente, MP se dedica (95%) al diseño, fabricación, instalación y mantenimiento de ascensores y escaleras mecánicas. “Tenemos 150.000 ascensores instalados en todo el mundo que fabricamos nosotros desde el origen, y más de 10.000 clientes en más de cien países. A diario movemos a más de tres millones de personas que son usuarios de nuestros ascensores, y tenemos unos 15.000 contratos de mantenimiento en cinco países: España, Holanda, Francia, Polonia y Rumanía”

Y una segunda rama de actividad es la de productividad, que se dedica al

mantenimiento de instalaciones industriales y medios productivos y que cuenta entre sus clientes con Valeo, Siemens o Airbus, entre otros.

En el conjunto de MP trabajan 1.090 personas, 400 de ellas en el extranjero. Según su presidente, este año se prevé una facturación de 115 millones de euros y alcanzar un ebitda de 10 millones, frente a los 107 millones facturados en 2014 y un ebitda de 9,2 millones de euros.

Asimismo, existe la Fundación Valentín Madariaga, “que es la forma que tiene la familia para canalizar inquietudes filantrópicas”. En este centro se promueve la cultura y arte de vanguardia, se realizan exposiciones y también funciona como centro especial de empleo que coloca a 250 discapacitados a trabajar en empresas andaluzas”

También habló Romualdo de Madariaga del futuro. “A partir de 2019 queremos pasar de ser una empresa fabricante con sociedades satélites de instalación y mantenimiento a ser una empresa integrada desde el diseño al mantenimiento. También queremos que las empresas que tenemos en los distintos países tengan

una homogeneidad y trabajen de forma parecida”

Asimismo, la idea es que MP pase de ser una empresa internacionalizada que exporta el 90% de la facturación a ser una empresa global; una empresa con una marca significativa y homogénea; una empresa enfocada al usuario; una empresa con un modelo de innovación diferencial...

“A partir de 2019 queremos que la situación nos haya permitido que la banca perciba que podemos comenzar un periodo de crecimiento que para nosotros va a ser una nueva oportunidad de conseguir una cartera de ascensores muy importante, porque es donde verdaderamente está el margen de este negocio”, explicó Madariaga, quien aseguró que “MP existe para resolver las necesidades presentes y futuras de los usuarios del transporte vertical”

Y si hay algo que no ha cambiado en todos estos años es la filosofía de la empresa. “El lema de mi padre era que había que disfrutar trabajando, nos transmitía que para llegar a la excelencia te tiene que divertir lo que haces”. Y siguiendo este consejo, el liderazgo que ejerce Romualdo de Madariaga es ofrecer un proyecto atractivo a largo plazo a un colectivo de personas que disfruten trabajando. Según sus palabras, liderar es actuar desde los valores para conseguir un bien común; es cambiar la forma de entender las empresas, donde interesa el liderazgo humano y ético, y no la obsesión crecer por crecer y de búsqueda de resultados. ■