

# Expansión premia a las pymes

Publicado el 16-03-10 , por Expansión ([www.expansion.com](http://www.expansion.com))

No hace falta ser una multinacional para tener grandes ideas capaces de levantar grandes negocios. Por eso, EXPANSIÓN e Ifema, con el apoyo de Orange y Bancaja, han organizado la sexta edición de los Premios Pyme, cuyo objetivo no es otro que reconocer la contribución que desde las pequeñas y medianas compañías se hace al desarrollo económico y empresarial del país.

No en vano, este colectivo supone más del 60% del Producto Interior Bruto (PIB) y cerca del 90% del empleo privado en España, de ahí que los organizadores del certamen hayan decidido incorporar este año una nueva categoría para premiar a la mejor iniciativa en Creación de Empleo, que ha recaído sobre la empresa fabricante de joyas Argyor.

Los galardones recorren la filosofía del management moderno y ponen nombre y apellido a aquellas prácticas empresariales que desde el anonimato que supone ser un pequeño empresario son al mismo tiempo sinónimo de éxito en el mundo de los negocios y modelo a seguir por quienes algún día se atreverán a empezar su propia aventura empresarial.

## Galardones

Desde autónomos que levantaron su propia empresa recorriendo las calles de su ciudad montados en una bicicleta hasta la bodega menos contaminante del mundo, pasando por firmas que organizan un rally solidario a Mali, empresas familiares que exportan desde un rincón de España a medio mundo o pequeñas empresas que desarrollan tecnología made in Spain a la que ni siquiera Google se puede resistir. A partir de la próxima semana, cada martes, EXPANSIÓN publicará un reportaje con cada una de estas fascinantes historias.

Entre un centenar de compañías finalistas, el jurado ha seleccionado a ocho ganadores repartidos en seis categorías: Medio Ambiente, Responsabilidad Social Corporativa (RSC), Creación de Empleo, Innovación Tecnológica, Internacionalización y Mejor Emprendedor, con doble reconocimiento en estas dos últimas categorías.

Bodegas Regalía de Ollauri ha sido seleccionada en el apartado de Medio Ambiente por el uso de la geotermia en la elaboración de sus vinos; Rutas y Retos ha destacado en la integración de políticas de RSC en su estrategia de negocio; la tecnología interactiva de Madpixel le ha valido el reconocimiento en el área de Innovación; en la categoría de Internacionalización, han sido premiados Grupo Hortofrutícola Paloma y a Marron Glacé José Posada, por su capacidad a la hora de situar los alimentos españoles en las mesas de todo el mundo; Manuel Jesús Amate, de Domo Electra Telecomunicaciones, y Francisco Javier Sánchez, de Espresso Balear, han sido seleccionados en el apartado de Mejor Emprendedor como ejemplos de que en una crisis siempre hay oportunidades.

## Mejor

FRANCISCO  
POR

JAVIER  
CADA

SÁNCHEZ  
DESPIDO,

-  
UNA

ESPRESSO  
NUEVA

## Emprendedor

BALEAR  
EMPRESA

Tras siete años con un empleo fijo, en octubre de 2008 la crisis llegó a la empresa donde trabajaba Francisco Javier Sánchez, que sufrió en sus propias carnes las consecuencias de un expediente de regulación de empleo (ERE). Esa situación, lejos de desanimarle, le sirvió como el empujón que le faltaba para hacer realidad uno de sus sueños: crear su propia empresa. Once días después de ser despedido, este emprendedor se acercó a una asociación de jóvenes empresarios y empezó a preparar un plan de empresa.

Una visita a una feria y, un mes más tarde, ya tenía concertada la primera entrevista con una compañía para convertirse en el distribuidor en exclusiva para Baleares de Café Arabo. Una visita a la Ventanilla Única Empresarial y nació, el 13 de noviembre de 2008, Espresso Balear en la venta y distribución de cafeteras de cápsulas, además de vending, tanto en el sector doméstico como en el profesional.

*MANUEL J. AMATE - DOMO ELECTRA TELECOMUNICACIONES  
UN EMPRENDEDOR DIVERSIFICADO*

Desde que desmontó su lámpara de estudio, Manuel Jesús Amate supo que su vida profesional estaría ligada al mundo de la electrónica. Tras terminar sus estudios, empezó a trabajar en un centro comercial como técnico de mantenimiento. Allí estuvo dos años, hasta que sus ambiciones por convertirse en su propio jefe se impusieron. En 2004, se dio de alta como autónomo por primera vez. Recuerda lo difíciles que fueron los primeros pasos, cuando todo su empeño consistía en poder pagar la cuota para seguir dado de alta.

Así empezó, con una bicicleta y una mochila llena de herramientas y sus visitas a los almacenes de material para poder cumplir con los trabajos que le iban encargando. Poco a poco, el negocio creció, obtuvo el carné de instalador electricista con la categoría de especialista y fundó Domo Electra Telecomunicaciones. Ahora, acaba de fundar un negocio de bicicletas publicitarias.

### **Internacionalización**

*MARRON GLACÉ JOSÉ POSADA  
LAS CASTAÑAS DE GALICIA CONQUISTAN JAPÓN*

La internacionalización sigue siendo una asignatura pendiente en la mayoría de las pymes, pero no en el caso de Marron Glacé José Posada, que aprueba en esta materia con sobresaliente. En 1955, José Posada Torres comenzó a exportar castañas gallegas a Brasil. Ahora, la actividad de esta compañía se ha diversificado a otros ámbitos de la gastronomía gallega y, además de castañas, también elabora y comercializa grelos, mirabeles o almendrados.

Desde 1968, los productos de esta compañía de origen familiar están presentes en Japón, uno de sus principales mercados, aunque está presente en todo el mundo y exporta, entre otros, a países como Canadá, Rusia, Australia, China o Corea del Sur, además de a una gran parte de países europeos. Considerada como una empresa gacela por su rápido crecimiento, la firma, con más de medio centenar de productos en su cartera, acaba de llegar a un acuerdo estratégico transfronterizo con una compañía portuguesa especializada en el pelado a fuego y venta de castañas congeladas para compartir sus canales de distribución, no sólo en la Península, sino también en el Viejo Continente. En el último año, Marron Glacé participó en ferias y misiones comerciales por todo el mundo, desde Oporto, hasta Angola, pasando por México, Düsseldorf (Alemania), París o Moscú.

*GRUPO HORTOFRUTÍCOLA PALOMA  
A LA CONQUISTA DE NUEVOS MERCADOS*

Grupo Hortofrutícola Paloma, con sede en Mazarrón (Murcia), es una empresa familiar que comenzó su andadura hace cuatro décadas en el sector hortofrutícola. En una primera etapa, la compañía vendía sus productos exclusivamente en el mercado nacional, hasta que se dio cuenta de las posibilidades que ofrecía hacer llegar sus productos a toda Europa.

En la actualidad, Grupo Paloma produce y comercializa más de 100.000 toneladas de frutas y hortalizas al año, y es líder en la exportación nacional de tomate y uva roja sin semilla. Constituido por seis empresas dedicadas a la producción, recolección, manipulado, envasado y comercialización de productos, el grupo murciano ha sido distinguido, por su trayectoria en el extranjero, con el Premio Pyme a la Internacionalización, otorgado por EXPANSIÓN e Ifema, con la colaboración de Bancaja y Orange.

Con una facturación anual que ronda los 100 millones de euros y una plantilla de 2.500 trabajadores, Grupo Hortofrutícola Paloma cuenta con una superficie de más de 1.000 hectáreas de invernaderos, ubicadas principalmente en Murcia. Centrada en la producción de tomate, uva, melocotón, granada y

nectarina, la empresa tiene un volumen de producción que supera las 120.000 toneladas, de las que un 90% se distribuye a mercados extranjeros, principalmente europeos. Grupo Hortofrutícola Paloma tiene tres almacenes en Murcia.

**Creación de Empleo**  
*ARGYOR*  
*TRADICIÓN JOYERA EN EL SIGLO XXI*

Argyor, galardonada con el Premio Pyme a la Creación de Empleo, es una empresa con un capital social de tres millones de euros que fabrica joyas desde 1954. La compañía, que da empleo a 120 trabajadores, tiene una filosofía de negocio basada en cuatro características: diseño, calidad, precio y servicio. Para Argyor, el primer rasgo es lo que determina el valor y prestigio de una marca, una identidad y un signo de distinción.

Además de preocuparse por la calidad del producto y por hacerlo accesible, la compañía cuenta con un almacén de servicio rápido, que permite reducir el tiempo de entrega al cliente. Entre cartera de productos que Argyor pone a disposición del público, destacan alianzas, placas, medallas religiosas y productos infantiles, así como cadenas, pulseras y conjuntos. Para la compañía, la innovación es una de las piedras angulares de su negocio.

Así, tras su éxito en Estados Unidos, la compañía presentó el año pasado en España su línea Siamo, que incluye por primera vez una alianza con los colores del arco iris, y Siamo Bronzo, una línea de bronce chapado en oro rosa, con colgantes en forma de moneda inspirados en ángeles y en culturas extranjeras como la romana, la inca y la japonesa. La empresa también diseña y distribuye la joyería infantil de Imaginarium, formada por pulseras y pendientes en plata esmaltada y oro.

**Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**  
*RUTAS Y RETOS*  
*UN RALLY SOLIDARIO CON DESTINO A MALI*

Ganar dinero y acercarse al modelo de empresa social que propone el Premio Nobel de la Paz Muhammad Yunus, padre de los microcréditos, no está reñido o, por lo menos, eso es lo que demuestra el modelo de negocio de Rutas y Retos, que no sólo ha interiorizado sus políticas de responsabilidad social corporativa en la compañía, sino que las ha integrado en su estrategia de negocio de tal forma que sus productos, además de ser rentables empresarialmente, son solidarios.

Cada verano y cada Navidad, la compañía organiza una iniciativa conocida como Rally a Mali, una aventura solidaria con destino al sexto país más grande de África. El viaje comienza en España y, a lo largo de dos semanas, se desarrolla por Marruecos y Mauritania, hasta llegar a Mali. Por el camino, los participantes pueden colaborar con diferentes ONG y el proyecto también cuenta con el apoyo de empresas privadas e instituciones públicas.

Los participantes en este rally disfrutan de unas vacaciones diferentes, mientras que la población local de Mali se beneficia no sólo de la actividad generada por el paso de los visitantes, sino que también reciben ayuda humanitaria, recursos para la construcción de una escuela, además de la donación de 15 vehículos a diferentes familias con el compromiso de atender a cualquier persona del pueblo que necesite el traslado a un centro hospitalario.

**Innovación tecnológica**  
*MADPIXEL*  
*EL SOCIO ESPAÑOL DE GOOGLE*

Que un gigante como Google no sólo se interese por la tecnología de una empresa española, sino que además, compre sus productos y repita la experiencia con nuevos encargos no es ciencia ficción, sino una realidad muy nítida para Madpixel.

Fundada en 1999, esta compañía, especializada en desarrollar aplicaciones multimedia fue la encargada del proyecto Las 14 obras maestras del Prado en Google Earth, una iniciativa que permite que cualquier persona con un ordenador pueda visitar las obras más emblemáticas del museo español con una calidad que a simple vista sería imposible incluso estando delante de la versión original del cuadro. ¿Y si alguien quiere conocer su futuro? Madpixel desarrolló para la campaña de comunicación de la serie de televisión Flash Forward una aplicación en Internet que simulaba adivinar lo que los usuarios estarían haciendo en los próximos minutos.

Aunque sin duda, su gran adelanto ha sido el desarrollo pionero internacional de un sistema de vídeo online interactivo, que permitirá a un buscador indexar vídeos e imágenes como si de texto se tratara, pero también abre un mundo de posibilidades a la comercialización de los productos o servicios que aparecen en cualquier vídeo, en el que se puede esconder cualquier tipo de información sobre las personas o los artículos que en él aparecen.

**Medio** **Ambiente**  
BODEGAS *REGALÍA* *DE* *OLLAURI*  
LOS *VINOS* *MENOS* *CONTAMINANTES* *DEL* *PLANETA*

Bodegas Regalía de Ollauri, con una producción de 500.000 botellas al año, ha sido una de las primeras compañías del sector en todo el mundo en utilizar la energía procedente de la tierra, la geotermia, para la producción de sus vinos, por lo que su proceso de elaboración se ha convertido en uno de los menos contaminantes del planeta. Gracias a este proyecto, que consiste en aprovechar la energía que almacena bajo la superficie de la tierra en forma de calor, la bodega ha conseguido reducir el consumo eléctrico en un 80% y, por tanto, también las emisiones de dióxido de carbono en la misma medida.

La compañía tiene sus instalaciones en un terreno en el que, a 100 metros de profundidad, mantiene una temperatura constante durante todo el año, que oscila entre 14 y 18 grados centígrados. Para la instalación del sistema geotérmico, se realizan pequeñas perforaciones en el terreno hasta formar un circuito cerrado por donde fluye el agua que capta el calor de la tierra.

El líquido se utiliza para adaptar la temperatura del resto de instalaciones de la bodega, manteniendo un ambiente estable a lo largo de todo el año sin tener que utilizar bombas de aire de calor o frío. La bodega ha recuperado, para su comercialización, la marca centenaria Marqués de Terán.