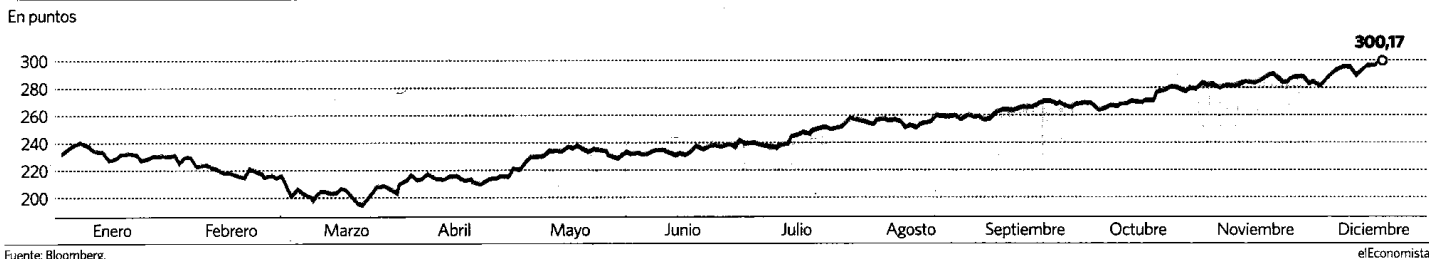


EMPRESARIOS
99
 EMPRESAS
 LA CRISIS

SECTOR DISTRIBUCIÓN Y ALIMENTACIÓN

Evolución en bolsa durante el 2009



EL COMERCIO ESPERA UN REPUNTE DEL CONSUMO

El sector de la distribución y el gran consumo ha atravesado este año por uno de los ejercicios más complicados que se recuerdan. La difícil situación económica internacional, especialmente sangrante en España, ha dejado lastrada la evolución de compañías que has-

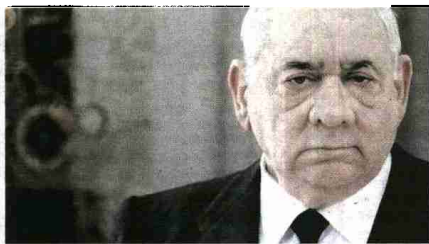
ta ahora se consideraban invencibles. Este ha sido el año de las rebajas y promociones constantes. Las facilidades en la financiación puestas en marcha por la mayor parte de los grupos dedicados al gran consumo también ha sido la tónica habitual.

Y todo ello, con la reforma de la ley del comercio como telón de fondo. La directiva europea obliga a liberalizar el sector, pero el Gobierno español ha dado potestad a las autonómicas para seguir imponiendo trabas. La disputa todavía no ha terminado.

31.509
votos

51,3%
del sector

ISIDORO ÁLVAREZ
Presidente de El Corte Inglés



Esperanza verde en tiempos oscuros

De la mano de su presidente, El Corte Inglés ha conseguido sembrar un brote de optimismo en medio del desolador paisaje del consumo en España. El pasado ejercicio lo cerró con una facturación de 17.362 millones de euros, sólo un 3,5 por ciento menos que el anterior. Y aunque para este año prevé que las ventas caigan un 6 por ciento, el líder de la distribución española está sorteando mejor que el

resto del sector la grave situación que atraviesa la economía española.

Isidoro Álvarez ha reconocido que la crisis afecta especialmente a España y dice que su duración es impredecible, pero sabe cómo combatir la situación. Si la paralización de la construcción ha afectado a las ventas de muebles y decoración, El Corte Inglés ha mantenido en marcha el mayor plan de expansión de su historia.

27.928
votos

45,47%
del sector

JOSÉ MARÍA RUIZ MATEOS
Fundador de Nueva Rumasa



El 'titán' que ha levantado dos imperios

EL DATO
Nueva Rumasa
cuenta con más
de 100 empresas
de alimentación,
bebidas, hoteles...

Levantar un imperio es difícil, pero levantarlo dos veces debe de ser una labor de titanes. Este empresario de origen andaluz ha dedicado toda su vida a los negocios relacionados, fundamentalmente, con la industria alimentaria. En su momento, llegó a crear un grupo (Rumasa) que agrupaba a más de 700 empresas y empleaba a unas 65.000 personas, pero que tuvo un dramático final al ser ex-

propiado por el Gobierno socialista. Un cuarto de siglo después, la constancia y el genio de este hombre está consiguiendo lo que parecía imposible: poner en pie otro imperio (Nueva Rumasa), que ya cuenta con un centenar de empresas de alimentación, bebidas, hoteles y gestión del suelo. Entre las marcas que forman parte del holding se encuentran Dhul, Clesa, Royne, Bodegas Garvey y Trapa.

EMPRESARIOS
99
PARA
PROTEGER
LA CRISIS

SECTOR DISTRIBUCIÓN Y ALIMENTACIÓN

ISAK ANDIC

Presidente de Mango



El discreto fundador de un imperio de moda

El presidente y fundador de Mango siempre se ha caracterizado por su discreción. Nació en el seno de una familia de judíos sefardíes que, a finales de los 60, se estableció en tierras catalanas. En 1984 abrió la primera tienda de Mango en Barcelona y un año después contaba ya con cinco establecimientos en la ciudad condal y uno en Valencia. Ahora su facturación supera con creces los 1.000 millones de euros y

dispone de más de 1.360 tiendas en 95 países. Entre las ubicaciones de los nuevos puntos de venta destacan Belgrado, Dubai, Johannesburgo, Manila, Moscú, Nueva Delhi, Nueva York, París, Pekín y Tokio. Dentro de esta continua expansión, en los últimos años Mango ha incrementado su presencia en el mercado árabe. Cuenta ya con 37 tiendas en Arabia Saudita, 15 en Emiratos Árabes y siete en Kuwait.

PETER BETZEL

Director general de Ikea Ibérica



Una filosofía que sabe aprovechar la crisis

Peter Betzel tiene razones para sentirse satisfecho. Cuando dejó la dirección adjunta del grupo en Alemania para liderar la expansión de la firma sueca en España, no sabía que tendría que enfrentarse en nuestro país a los efectos de una crisis de la economía mundial como la que estamos padeciendo. Sin embargo, los Reyes Magos se han adelantado para él, ya que se ha encontrado con un crecimiento ines-

perado del negocio, lo que probablemente tiene mucho que ver con la filosofía de la compañía consistente en precios bajos y asequibles para la mayoría. Aunque la facturación al final del ejercicio fiscal ha caído un 3,3 por ciento, cuando empezó la crisis las expectativas eran mucho peores. Ahora, están creciendo entre un 4 y un 10 por ciento desde septiembre, al ritmo de hace dos años.

ANTONIO HERNÁNDEZ CALLEJAS

Presidente de Ebro Puleva



Ebro Puleva no despidió a ningún trabajador

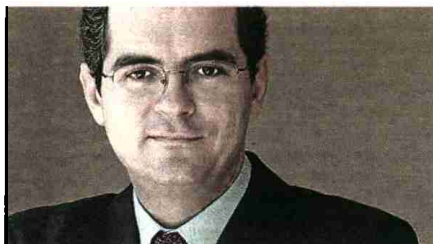
A pesar de la dureza de la crisis, el Grupo Ebro Puleva, que dirige Antonio Hernández Callejas, ha trabajado duramente para mantenerse como primer grupo alimentario español, líder mundial en el sector del arroz y segundo fabricante del mundo de pasta. La gran gestión de la compañía ha convencido al Comité Asesor Técnico (CAT) del Ibx 35 que ha decidido aprobar la entrada de Ebro Puleva en el selecti-

vo. Antonio Hernández Callejas, además, ha conseguido que la liquidez de la empresa y el volumen de contratación alcancen los valores óptimos para los especialistas.

Además, Ebro Puleva no ha despedido a ningún empleado durante la crisis, lo que evidencia su buena salud y confirma la imagen que proyectan de una empresa que trabaja pensando siempre en el bienestar de las personas.

PABLO ISLA

Consejero delegado de Inditex



Así se teje una armadura para resistir la coyuntura

Según explicaba hace meses Pablo Isla, el consejero delegado de Inditex, la receta anticrisis del grupo gallego (dueño de Zara, Massimo Dutti y Oysho, entre otras marcas) consiste en abrir el 95 por ciento de las nuevas tiendas fuera de España. En realidad, pocas más podría inaugurar en territorio nacional, donde suma ya 1.896 establecimientos. Su objetivo es concentrar en Asia la mitad de las nuevas aper-

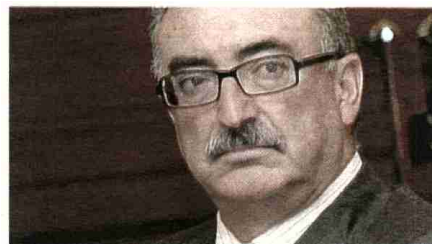
turas de Zara previstas para los próximos años.

Gracias a ello, y aunque el resultado del primer trimestre de este ejercicio reveló una caída del 16 por ciento, la cifra de negocio ha crecido un 5 por ciento, hasta los 2.338 millones de euros. Si a lo anterior se añade que el ritmo de inauguraciones previsto por el imperio de Amancio Ortega se mantiene constante, cabe pensar que el ejercicio acabará bien.



JAVIER ROBLES

Presidente de Danone



Mantener el tipo sin cambiar la estrategia

El presidente de Danone ha sabido mantener el tipo durante este año de crisis económica general, sin variar sustancialmente la visión ni la estrategia general del negocio. Eso sí, coincidiendo con el noventa aniversario de la marca, la compañía decidió acometer una serie de programas de descuento en la mayoría de sus productos que hicieron variar el precio en una horquilla del 5 al 25 por

ciento en el mercado español. La facturación del grupo en los nueve primeros meses del año aumentó un 2,4 por ciento en datos comparables, respecto al mismo período del año anterior. No obstante, sin descontar los efectos de variación de las divisas y el perímetro de consolidación, el volumen de negocio cayó un 2,1 por ciento entre enero y septiembre y se situó en 11.300 millones de euros.