

La Asamblea de socios del IEF nombra presidente a Marc Puig en sustitución de Francisco Riberas, que culmina su mandato de dos años

MARC PUIG ASUME LA PRESIDENCIA DEL IEF CON EL FOCO PUESTO EN LA SUPERVIVENCIA DE LAS EMPRESAS COMO ELEMENTOS FUNDAMENTALES PARA LA RECUPERACIÓN

- **“Nuestro objetivo va a ser cómo superar esta crisis. Sabemos que el impacto económico de esta pandemia no tiene precedentes”, asegura el nuevo presidente del IEF.**
- **Se marca como prioridad “aunar esfuerzos” con otras asociaciones empresariales para desarrollar propuestas para trasladar al Gobierno.**
- **Francisco Riberas, en su despedida como máximo responsable del Instituto, destaca el esfuerzo realizado por las empresas familiares durante la pandemia y reitera que “vamos a poner todo nuestro empeño para salir de la crisis”.**

Barcelona/Madrid, 4 de junio de 2020.- La Asamblea de socios del Instituto de la Empresa Familiar, celebrada hoy de forma telemática, ha elegido por unanimidad como nuevo presidente de esta organización a Marc Puig, en sustitución de Francisco J. Riberas, que ha culminado su periodo de dos años como máximo responsable del IEF.

En su primera intervención ante los socios, Marc Puig, presidente ejecutivo de Puig, ha señalado que los momentos que estamos viviendo son tremendamente delicados y que la mayor parte del esfuerzo de los próximos años, tanto del Instituto como del conjunto de las empresas familiares, deberá dedicarse a la lucha contra la crisis provocada por la pandemia del Covid-19.

Puig ha planteado sus propuestas para sus dos años de presidencia del IEF en orden temporal: a corto plazo, superar la crisis; a medio plazo, compaginar prosperidad económica y valor social; y a largo plazo, articular mecanismos de traspaso generacional.

En el corto plazo, el nuevo presidente del IEF ha señalado que “nuestro foco va a ser cómo superar esta crisis. Sabemos que el impacto económico de la pandemia no tiene precedentes. Para muchas empresas familiares, la supervivencia en el corto plazo será su única agenda. Quizás no puedan salvarse todas las empresas que existían antes de la crisis, pero muchas de ellas podrían sobrevivir con una batería de medidas adecuadas. Si desaparecen aquellas que podrían haber sobrevivido, no sólo se perderá tejido empresarial, sino también muchos puestos de trabajo y la recuperación será infinitamente más lenta”.

En este sentido, Puig ha anunciado que, manteniendo la independencia y la autonomía de criterio y acción que siempre han caracterizado al IEF, su prioridad será “aunar esfuerzos con otras asociaciones empresariales y apoyarnos en el peso de nuestros socios y de las Asociaciones Territoriales de Empresa Familiar, para desarrollar propuestas al Gobierno que permitan al mayor número de empresas familiares posibles sobrevivir a esta crisis”.

“El IEF va a dialogar con todos, porque es nuestro talante”

El IEF va a “dialogar con todos, porque es nuestro talante, y porque la situación demanda el máximo grado de colaboración público-privada. Y vamos a hacerlo desde la modestia, pero con la fortaleza que nos confiere el notabilísimo esfuerzo que nuestras empresas han demostrado en este entorno de crisis sin precedentes”, ha asegurado.

Como ejemplo de este espíritu, ha citado el reciente trabajo elaborado por el IEF y el IESE, que se ha enviado al presidente del Gobierno, y en el que se recogen una serie de reflexiones para el relanzamiento de la economía tras la crisis del Covid-19.

“Siempre hemos intentado colaborar con la administración del estado, tuviese el color político que tuviese, con voluntad de contribuir a resolver los problemas del país, y en particular los que afectan a la empresa familiar, y lo seguiremos haciendo”, ha sentenciado.

También ha considerado imprescindible que en esta lucha la empresa familiar se apoye “en otras instituciones europeas, y en particular en el European Family Businesses y el Family Business Network, para recopilar las medidas que hayan funcionado en otros países para asegurar que tomamos las mejores opciones y aprendemos de las mejores prácticas”.

Igualmente, Puig ha reiterado la necesidad de trasladar a la sociedad una imagen fiel de lo que es de verdad la empresa familiar, su aportación económica y su compromiso social. Para ello, el IEF utilizará “las plataformas necesarias”, y citó como ejemplo el proyecto #DamosLaCara, con el que el Instituto y las Asociaciones Territoriales están canalizando los testimonios de cientos de empresas en su lucha contra la pandemia y la crisis económica derivada de la misma, “difundiendo por redes sociales la esencia de los valores de la empresa familiar, creadora de riqueza y ocupación, reconociendo su labor de cohesión a la sociedad”.

Respecto al medio plazo, Marc Puig ha señalado que “suponiendo que la labor primera nos deje margen para otras consideraciones, y confiando que el control de esta pandemia llegue antes que el final de mi mandato, mi objetivo será incorporarnos a la reflexión mundial que pretende reinventar el capitalismo” y que se podría resumir, en pocas palabras, en el reto mayoritariamente admitido para las empresas de crear simultáneamente prosperidad económica y valor social. “Y eso es precisamente lo que caracteriza a la empresa familiar. Es necesario reforzar esas características y que la gente sea consciente de ello.”

Sostenibilidad, gobernanza y valores sociales

En este sentido, ha mostrado su intención de impulsar y dar a conocer entre las empresas familiares los objetivos sociales y de sostenibilidad, y las formas de gobernanza empresarial más avanzadas, de manera que éstas puedan acudir al Instituto para entender qué hacen las mejores compañías en sus sectores en estos temas. Consciente de que estos objetivos ya son, intrínsecamente propios de la empresa familiar, la idea sería desarrollarlos para poder invitar a profundizar en ellos. “Cuando salgamos de esta crisis -y las crisis sirven para cambiar los esquemas-, aquellas que hayan sabido hacerlo adelantándose a los tiempos, serán las que saldrán reforzadas”, ha asegurado.

Por último, Marc Puig se ha fijado como objetivo a largo plazo fomentar el intercambio de experiencias, soluciones, y ejemplos de gestión adoptados por las empresas familiares en la transición generacional, el gran escollo para la supervivencia de dichas empresas.

Dos frases de Mariano Puig

El nuevo presidente del IEF ha terminado su intervención recogiendo dos frases que su padre, Mariano Puig, utilizó para acabar su discurso cuando fue nombrado máximo responsable del Instituto hace ahora 25 años:

“Creo que con el esfuerzo de todos puede conseguirse que el instituto alcance sus objetivos y se siga consolidando como una entidad de la sociedad española que actúe como punto de referencia positiva para buscar la supervivencia de nuestra obra a través de los tiempos, solventando las dificultades de todo tipo que aparecen en nuestro camino”.

“Amigos, no esperéis de mí grandes discursos. No soy orador. Tampoco soy político. Soy empresario, y como tal, intentaré llevar el Instituto durante estos dos años de presidencia, con austeridad y con rigor.”

Despedida de Francisco J. Riberas

Por su parte, en su discurso de despedida ante la Asamblea de socios, Francisco J. Riberas ha querido lanzar un mensaje de optimismo. “Es cierto que el Covid-19 nos ha traído una gran tragedia humana, con la pérdida de miles de vidas y también nos ha sumido a todos en un estado de gran preocupación por el futuro”; pero también “está sirviendo para poner en valor nuestras empresas ante la sociedad y ante los trabajadores”, ha asegurado.

En esta crisis “nuestras empresas han sabido demostrar su compromiso social. Todas nuestras empresas se han volcado para ayudar en la pandemia. Unas modificando sus procesos productivos para fabricar pantallas protectoras o gel hidroalcohólico y otras comprando y donando material”, ha destacado.

Y más allá de este esfuerzo solidario, Riberas ha querido también poner el énfasis en el hecho de que en estos momentos tan complicados en los que muchas personas en este país ven peligrar sus empleos y su modo de vida, los trabajadores valoran cada vez más a sus empresas. Esto es así, según Riberas, porque recuerdan el compromiso de las empresas familiares durante la crisis anterior y “saben que ahora también vamos a poner todo nuestro empeño para salir de ésta”, y porque “se sienten parte de un proyecto bonito, en el que confían”.

Marc Puig

Marc Puig nació en Barcelona y estudió Ingeniería en la Universitat Politècnica de Catalunya (1986). En 1990 obtuvo un MBA por la Universidad de Harvard con una beca concedida por La Caixa. En 1991 se incorporó a Antonio Puig S.A. como director of R&D and New Product Development, cargo que ocupó durante 5 años. En 1996 fue nombrado presidente de Puig en EE.UU., compañía de distribución y marketing de los productos de perfumería de Carolina Herrera, Nina Ricci y Paco Rabanne en Norteamérica.

Simultáneamente, en Nueva York, fue responsable de la empresa de moda Carolina Herrera Ltd.

En 2001 regresó a Barcelona para asumir el cargo de president of the Fashion Division y supervisó las marcas de moda Carolina Herrera, Nina Ricci y Paco Rabanne. Asimismo, ocupó el cargo de senior vice president Corporate Development. En 2004 fue nombrado CEO de Puig y, en 2007, chairman del Consejo de Administración de Puig. Continúa ocupando ambos cargos hasta la fecha.

En 2009 entró a formar parte de la Junta Directiva del Instituto de la Empresa Familiar, del que era vicepresidente desde 2014. Asimismo, también es miembro de la Junta Directiva en otras instituciones de prestigio, como el Círculo de Economía, del cual además es vicepresidente.

En 2015 fue galardonado con el Kellogg's Family Business Leadership Award.

Marc Puig es miembro del Harvard Business School European Advisory Board y del IESE International Advisory Board. Ha sido premiado con el "Hall of Fame" 2017 por la Fragrance Foundation de América.

Puig es una empresa familiar de moda y fragancias con sede en Barcelona, dirigida en la actualidad por la tercera generación de la familia. Puig crea marcas y experiencias olfativas únicas que hacen soñar. Su ambición es definir el futuro de la categoría de fragancias, sobresaliendo en innovación y crecimiento.

Los buenos resultados de Puig se han traducido en un crecimiento sostenido e ingresos de 1.933 millones de euros en 2018. Entre sus historias de éxito figuran varias marcas propias como Carolina Herrera, Nina Ricci, Paco Rabanne, Jean Paul Gaultier, Dries Van Noten, Penhaligon's y L'Artisan Parfumeur; licencias como Prada, Christian Louboutin, Comme des Garçons; y fragancias Lifestyle. Sus productos se venden en más de 150 países.