



Agradecimientos: Este valioso libro es un legado que recopila 50 años de historia empresarial, en el que reflejamos nuestra cultura y ADN, y que no podría haberse completado sin la ayuda de todos los Hombres y Mujeres Peña, sin nuestros proveedores y colaboradores y sin nuestros clientes. A todos ellos les agradecemos su colaboración, sus palabras de ánimo, su implicación y su apoyo que han dado como resultado este libro.

Dedicatoria: Queremos dedicar este libro a Francisco Peña Ocaña y Guadalupe Ortiz Aguilera, porque nos sentimos felices y satisfechos de seguir su ejemplo de valentía, modestia, respeto, sabiduría y generosidad. Fueron quienes iniciaron su sueño empresarial, que se convirtió en un proyecto y que tras 50 años es, ahora, una empresa consolidada y con futuro.

Fecha de edición: 1 de Marzo

| Prólogo |

Andrés del Toro Acosta

*Profesor Doctor en Comunicación de la Universidad Loyola
Consultor y mentor en Comunicación Estratégica y Marketing Digital*

Cuando hablamos de emprendimiento, parece que nos referimos a algo nuevo, moderno y vinculado exclusivamente al desarrollo tecnológico. Sin embargo, el impulso emprendedor ha existido siempre en nuestra región y Grupo Peña constituye, sin lugar a dudas, un ejemplo claro y consolidado del mismo.

La obra que tienes en tus manos -o pantalla- representa la celebración de 50 años de éxito empresarial marcado por el compromiso, el trabajo en equipo y la innovación continua. Una historia que comenzó con la visión de un hombre, Francisco Peña Ocaña, que, gracias a su espíritu emprendedor, pero sobre todo a su esfuerzo, cimentó la gran empresa que Grupo Peña es hoy en día.

Si nos centramos en el presente, algo que tenemos claro en el entorno empresarial actual, es que las organizaciones no pueden existir a espaldas de la realidad que les rodea. En este sentido, Grupo Peña va más allá, considerando que la prosperidad de la empresa pasa necesariamente por el progreso de sus clientes, la satisfacción de su equipo humano y la colaboración estrecha con sus proveedores. Por este motivo, a todos ellos los acoge en la gran familia que conforma Grupo Peña, haciéndoles sentir respaldados y apoyados.

Finalmente, cuando miramos al futuro, Grupo Peña demuestra, una vez más, su carácter inconformista. Esto queda patente en su apuesta incansable por la innovación constante y la transformación tecnológica. Sin ningún tipo de duda, una de las grandes revoluciones que traerá este siglo es la profunda transformación que vivirá el sector de la automoción y la movilidad.

Grupo Peña mantiene vivo el espíritu emprendedor de sus inicios y está preparándose para ser protagonista de los apasionantes cambios que vendrán, sin olvidar nunca a esa gran familia que lo hará posible: sus clientes, su equipo y sus colaboradores.



Ingeniería

WALDO
SENSITIVO

TO

y

FACTORY FLEX
MOBLERONE

Grupo Peña

IFECO
Cámara
Cajastur

Peña Profesional

UNIVERSIDAD DE CÁDIZ
CÁMARA DE COMERCIO

Cámara
Córdoba
www.camaraordaba.com

IFECO
INSTITUCIÓN PENAL DE CÁDIZ

Fundación
Cajastur

Grupo Peña

Grupo Peña



CONTIGO, *el camino del espíritu emprendedor*

Capítulo 1	Los comienzos... Historia de emprendimiento	
1.1	El contexto de un camino de éxito	10
1.2	La biografía del fundador: el eterno emprendedor	16
1.3	Segunda generación. Paco y Antonio siguen el ejemplo de su padre	36
1.4	Cronología: El camino de 50 años de esfuerzo	50
Capítulo 2	El presente... Grupo Peña Automoción	
2.1	Nuestra Empresa	98
2.2	Redes de talleres	110
2.3	Nuestros empleados. Los cimientos de Grupo Peña	138
2.4	Nuestros proveedores. Una relación de simbiosis	198
2.5	Nuestros clientes. Nuestros aliados	262
Capítulo 3	El futuro... Un emocionante camino por descubrir	278
Anexo	Peña de Baena, una empresa de profundas raíces en la tierra	286

| Capítulo 1 |



Los comienzos... *Historia de emprendimiento*

| 1.1 |

El contexto de un camino de éxito

La llegada de un atleta a la meta aumenta su valía cuando sabes que la carrera ha estado llena de obstáculos. Cuando consigue lograr su ansiada victoria, el atleta se siente feliz y orgulloso pues, todo su esfuerzo, las duras y largas sesiones de entrenamiento, cada una de las lesiones sufridas, han merecido la pena y le han permitido alcanzar su objetivo.

Del mismo modo, la carrera de Francisco Peña Ocaña como empresario no estuvo exenta de obstáculos. Fueron su tesón, las largas jornadas de trabajo, la perseverancia y el incondicional apoyo de su familia, lo que le permitió alcanzar su objetivo: una empresa familiar de éxito. Lo que probablemente empezó siendo un sueño futuro, cumple ya 50 años de realidad, pues Grupo Peña ha conseguido ser lo que este humilde hombre quería, una gran empresa familiar que sigue creciendo y cosechando éxitos. Como en toda carrera, hubo obstáculos y retos que afrontar desde su inicio profesional. Uno de estos retos era la situación que atravesaba la ciudad de Córdoba y en general todo el país en aquel momento. Para conocer mejor esta situación, nos remontamos hasta la Córdoba de los años 60.



El contexto histórico en Córdoba

Esta década comenzaba cuando España aún se estaba recuperando de una fatídica guerra civil. Andalucía sufrió las consecuencias de esta guerra, y en ese tiempo la ciudad de Córdoba empezaba a progresar.

La economía de los ciudadanos parecía mejorar, pero no lo hacía de forma equitativa. No todos vieron cómo su nivel de vida mejoraba. Se formó una clase media que no existía anteriormente y que dividió a la sociedad cordobesa en una multitud de pobres frente a un grupo pequeño de ricos.

Por esto, los cordobeses se daban cuenta de que su libertad personal y política estaba reprimida y la situación no cambiaba. En consecuencia, trabajadores y estudiantes decidieron movilizarse en contra de las leyes de una dictadura liderada por Francisco Franco.

En Córdoba, entre 1930 y 1975 hubo una serie de hechos importantes que influyeron en el sector económico. El trabajo en el sector primario se



l Archivo Municipal Ayuntamiento de Córdoba.

vio muy afectado y hubo una reducción radical, principalmente por la mecanización de los cortijos debido a que los propietarios de las tierras tenían poder para invertir y mecanizar los diferentes procesos. Este fue uno de los motivos por el que la población aborreció las tareas relacionadas con la agricultura.



En cuanto al sector industrial de la ciudad, se instaló un Plan de Desarrollo Económico y Social, que se instauró en varias ciudades de la península, como Valladolid y Vigo donde se instalaron fábricas automovilísticas de Renault y Citroën.



l Archivo Municipal Ayuntamiento de Córdoba.

Fue una decisión llevada a cabo por el ministro Laureano López Rodó, con el fin de remontar el sector en el periodo de posguerra. En Córdoba se llevó a cabo el Segundo Plan de Desarrollo, entre los años 1968 y 1971. Sin embargo, el sector industrial también descendió en la ciudad ya que nadie estaba motivado para trabajar en él.

Unas décadas atrás, en el año 1917, surgió la Electromecánica, una empresa que supuso el fulgor de la Córdoba industrial. Comúnmente conocida como “La Letro”, este negocio dio trabajo a 4.000 cordobeses, contando con hombres y mujeres. Además de ser la mayor iniciativa industrial del siglo XX en Córdoba, cambiaba la economía de la población y empezaba a alentar a los primeros sindicalistas.

En consecuencia, muchas personas y familias se trasladan desde los pueblos a Córdoba para mejorar su vida. Después de un periodo de inseguridad

económica, la tendencia de los cordobeses era encontrar un puesto fijo donde poder jubilarse. Es por eso por lo que nadie se atrevía a emprender un negocio propio por aquel entonces.

Encontramos un periodo de tiempo en el que la mayoría de los habitantes quería trabajar en el sector servicios. Con una estructura económica basada en este sector, Córdoba se especializó en profesiones como la construcción, electricidad, comercio, transporte y servicios. Pese a ello, se sentía una economía de carácter débil y vulnerable, donde la renta per cápita era baja y abundaba el desempleo.

Comenzaron a surgir muchos profesionales del ámbito directivo y administrativo, ligado a la Administración pública y empresarios. Al ser una ciudad situada en el centro de Andalucía, se convirtió en un núcleo comercial de primera categoría donde acudían personas de la provincia a realizar compras de todo tipo.

La UNESCO ha reconocido, hasta el día de hoy, cuatro declaraciones de Patrimonio de la Humanidad en Córdoba, tales como la Mezquita de Córdoba, la Judería o el Centro histórico, los Patios y la Ciudad califal de Madinat Al-zahra. Al respecto, en los años 60 la ciudad ya empezaba a destacar y aprovechar su riqueza artística y monumental para atraer turismo, a través del sector de la hostelería.



/ Archivo Municipal Ayuntamiento de Córdoba.



/ Inauguración del Puente de San Rafael (Córdoba) en 1953.

El contexto histórico en la automoción y los recambios

En el sector de la automoción y del recambio del automóvil, fueron años de despegue. Por los años sesenta y setenta, las tiendas de recambistas se encontraban principalmente en el centro de la ciudad. Esta ubicación les permitía estar muy cerca de la estación de tren, dónde iban a recoger los pedidos, o “equipajes” como se les llamaba, que enviaban los proveedores.

El envío en aquel momento no era tan sencillo y requería de planificación, pues si un cliente de la provincia hacía un pedido y no tenía un repartidor dedicado a ello, dependía de los cosarios. Estos recaderos o transportistas, se situaban en la Avenida de Cervantes a una hora concreta, y les hacían llegar a los clientes sus pedidos.

Dentro del negocio del recambio, los aprendices tenían un papel fundamental, ya que había muy poca mano de obra. Empezaban la labor desde muy jóvenes, entre los 14 y los 18 años, y debían fijarse muy bien en lo que hacía su jefe para aprender el oficio. Muchas veces eran ellos los que entregaban los pedidos a los clientes, yendo a pie o usando una moto sin carné para llegar más rápido.

En aquel momento, toda empresa debía disponer de una centralita de teléfono, atendida normalmente por una secretaria, quien dirigía las llamadas a los distintos dependientes. Además, se encargaba de las llamadas a los proveedores o clientes de la provincia, dado que todavía no era posible descolgar y llamar directamente a números que no fueran de ámbito local.

¿Y cómo daban a conocer su negocio? Los primeros pasos de los recambistas en el marketing de la época se basaban en emplear a los aprendices para dejar folletos publicitarios de la empresa en los parabrisas de los coches.

Sin embargo, lo que marca la diferencia y ayuda a entender la historia de Grupo Peña es la mentalidad con la que Francisco Peña emprendió su negocio. Como vemos, no se encontraba en un momento económico y social favorable. Sin embargo, la actitud de la persona es lo que determina su camino y con valentía y decisión consiguió labrarse un hueco en el sector de la venta de la ciudad.

| 1.2 |

Biografía del fundador

El eterno emprendedor

Baena, cuna del emprendedor

La historia de Francisco Peña Ocaña comienza en Baena, un pueblo de la provincia de Córdoba, España. Nació el día 4 de enero de 1930, convirtiéndose así en el segundo hijo de Pablo Peña y Dolores Ocaña. Tuvo tres hermanos más: Enrique, el mayor, y Pablo y Antonio, los menores.

Su infancia y adolescencia se vio duramente marcada por la Guerra Civil española, que empezó en el año 1936 y duró tres años. Fue una época muy difícil en la historia de España que marcó un antes y un después en la vida de sus ciudadanos. Más aún para los niños españoles de ese momento, como Francisco. Nos podemos imaginar los años de la posguerra en la que Francisco vive su adolescencia. Un momento histórico en el que la necesidad no permitía a los niños estudiar, sino que tenían que ayudar a sus familias para alimentarse, lo que hacía que muchos de ellos fueran analfabetos.





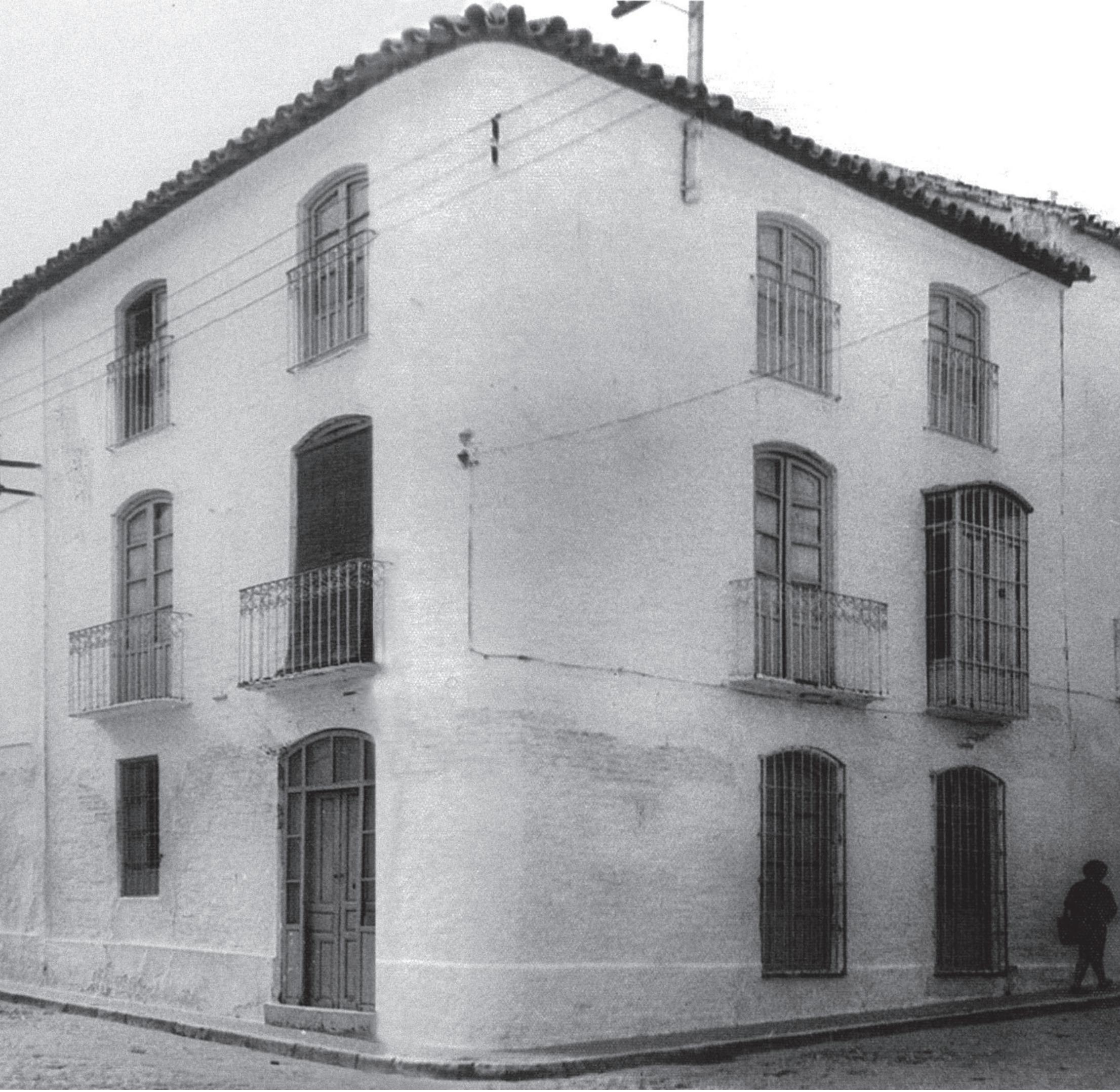
| El matrimonio Peña Ortiz en su juventud.



| Francisco Peña Ocaña, a la izquierda, durante su servicio militar.

Creció en el seno de una familia trabajadora y sin muchas más opciones, dedicó su juventud a aprender la labor de agricultor junto con sus hermanos en una huerta familiar. Sin embargo, Francisco también aprendió a leer, escribir y algo de cálculos matemáticos, con los pocos recursos docentes de la época en una región devastada como fue la zona del Río Guadajoz. Años más tarde, conoce a Guadalupe Ortiz Aguilera y contraen matrimonio el 21 de julio de 1951. Juntos disfrutaron de 54 años de matrimonio junto a sus hijos: Francisco, María Isabel y Antonio. Sin embargo, su amor duró de forma evidente hasta el año 2005, en el que ella falleció.







l Guadalupe, Antonio y María Isabel en las tradicionales fiestas andaluzas.



l Francisco Peña Ortiz, el primogénito de la familia, en la casa familiar de Baena.

Unos meses después de que naciera su primer hijo, Francisco, se incorpora al servicio militar obligatorio en abril de 1952 para servir entre Barcelona y Sevilla. Al licenciarse regresa a Baena, y ahí recibe el apoyo de su abuelo Juan, quien envejecido, le pide que se establezca junto a su joven familia en su casa de la calle Rosales, mientras seguía trabajando como agricultor. En ese momento, junto a su esposa, empieza a dar los primeros pasos como emprendedor y decidió abrir un bar en la planta baja de aquella casa.

Francisco y Guadalupe junto a sus tres hijos, aún pequeños, y el resto de familia.





El bar "Casa Peña" fue el comienzo de la vida empresarial de Francisco Peña Ortiz. Conservar estos vasos de cristal es un recuerdo valioso para la familia.

Primeros pasos en el mundo empresarial

'Casa Peña' se convirtió en el primer negocio que montaba Francisco y Guadalupe, aprovechando los pocos recursos que tenían en aquel momento. Este bar se situaba en un barrio de trabajadores, por lo que enseguida se convirtió en un punto de encuentro para los hombres del campo. Según la tradición de la época, después de sus faenas y antes de la cena familiar, pasaban por el bar a tomar la copa de fino o cerveza.

Su afán por innovar le hizo dar un paso más en su carrera profesional. Se inició en la comercialización de productos cárnicos y de hostelería, convirtiéndose en distribuidor de la empresa Campofrío, representante de las cervezas San Miguel y de los vinos Montilla Moriles. Incluso llega a alquilar almacenes, los llamados corralones, para poner en marcha una granja de pollos. En la misma línea de negocio, decidieron montar una gran caseta en la época de la feria y fiestas de Baena, en el colegio público "Los grupos".

Francisco Peña junto a unos amigos y clientes en el bar "Casa Peña". Ellos eran, de izquierda a derecha: José Carmona, empresario de la reparación de vehículos con un importante taller de electricidad. Rafael García, en su juventud hizo sus primeros viajes a Barcelona con su camión, asociado a Francisco Peña, para vender vino. El último, el señor de la derecha, se llamaba Antonio Gómez Alcantara. El fotógrafo fue Santillana, un amigo de los cuatro. Esta foto no fue por casualidad pues entre los cinco existía una amistad que los unía, además de alianzas empresariales. Todos ellos fueron emprendedores que aportaron gran valor a Baena.



Rumbo a Córdoba

La experiencia adquirida en el mundo de la venta y su capacidad como comercial, unido con el deseo de que sus hijos pudieran crecer en un entorno donde tuvieran más oportunidades para la formación profesional, les llevó a tomar la importante decisión de mudarse a la capital en el año 1968. De esa manera, Francisco y Guadalupe, junto con sus tres hijos, cambiaron de rumbo profesional y vendieron su vivienda para establecer su domicilio en Córdoba, en el barrio de Ciudad Jardín.



l Guadalupe Ortiz, ejemplo de mujer trabajadora y apoyo incondicional de su marido.



l Antonio y su hermana mayor, María Isabel, una vez regresaron a la capital.



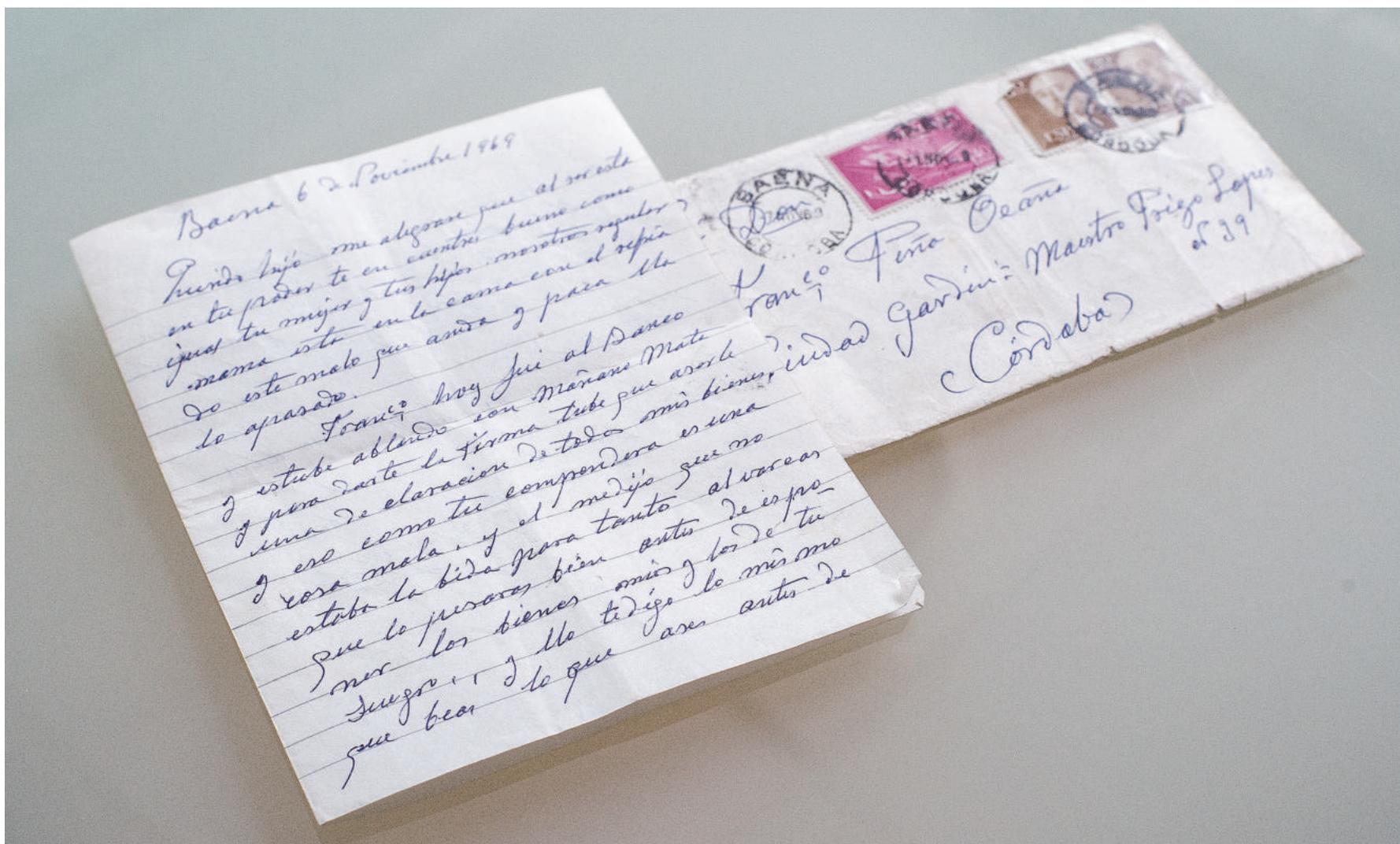
María Isabel empezó a colaborar en el negocio familiar muy joven, con la personalidad noble y dispuesta que la caracterizaba.

Junto a la nueva vivienda consiguieron un local comercial, de unos 100 m², donde Guadalupe junto con su hija María Isabel se pusieron al frente de una tienda de ultramarinos. Todos los miembros de la familia colaboraban para que el negocio fuera “sobre ruedas”. Francisco y su hijo mayor Francis, acudían todos los días de madrugada para realizar las compras de las frutas y hortalizas necesarias. Mientras que el hijo pequeño, Antonio, usaba su bicicleta para hacer repartos a domicilio a las señoras.

En aquella época, Francisco también trabajaba como agente comercial para la sociedad anónima *Reunisa*, comercializando furgonetas y motocicletas. Fue en ese momento cuando empezó su interés por el mundo de la automoción.



Francisco Peña Ocaña recibe el Título de Agente Comercial por el Ministerio de Comercio en el año 1967, ya que en esa fecha no había Universidades ni otra forma de acreditación.



1 Pablo Peña Salamanca le escribe una carta a su hijo Francisco en la que le demuestra su apoyo pero le aconseja, como buen padre, que tenga cuidado con sus inversiones empresariales. Esta carta es un emocionante recuerdo de la familia Peña Ortiz.

El nacimiento de Repuestos Peña

Sin embargo, es en 1971 cuando Francisco siente el deseo de emprender una nueva actividad de manera autónoma e independiente. Su padre, Pablo Peña Salamanca, le dio permiso para vender unas tierras que había heredado Francisco y conseguir dinero para invertirlo en su negocio. Sin duda, Francisco aprendió mucho del carácter de su padre, que demostraba apoyar los proyectos de su hijo. Así,

Francisco era definido por todos como un hombre dedicado a su trabajo y con excelentes cualidades comerciales, el cual le daba lo necesario para cuidar a los suyos. Sin embargo, en el año 1976 su hija M^a Isabel murió de forma repentina, lo que supuso un duro golpe para la familia Peña Ortiz. En ese momento, la empresa tenía tan solo 5 años de vida, y Francisco se concentró en su trabajo, aislado por la pena que causa perder una hija.

/ Francisco Peña Ocaña en una las primeras ferias de muestras, situada en un parque de su ciudad natal, Baena.



Dedicó 24 años de su vida en cuerpo y alma a Repuestos Peña, cogiendo de la mano a la pequeña empresa y ayudándola a crecer. Dando guía a todos sus compañeros y empleados, que aunque lo conocían como una persona seria, sabían que podían confiar en Francisco Peña, pues su profesionalidad era algo que le caracterizaba.



La agenda comercial que utilizaba Francisco, es un valioso estudio de mercado de hace 50 años, de un hombre sin estudios pero con mucha visión comercial.

Francisco Peña Ocaña y su esposa Guadalupe siguieron muy de cerca la actividad empresarial una vez jubilados. En esta foto podemos verles junto a sus hijos, Francisco y Antonio, y sus nueras, Juana y M^a Carmen, en la inauguración de la tienda de Pozoblanco en el año 1997.





| Francisco y Guadalupe, con 54 años de matrimonio, la base de una familia y una empresa.

La jubilación de un emprendedor

La época dorada de una persona, el ocaso de la vida, el descanso del guerrero... pero no para Francisco. Se jubiló en 1995 a los 65 años, momento en el que decide volver a esos orígenes que tan arraigados tenía. Francisco y Guadalupe vuelven a Baena, para pasar allí sus últimas décadas de vida en los campos de olivo que les vieron crecer.

Como mencionamos antes, Francisco Peña iniciaba su actividad empresarial en Córdoba gracias a la venta de unas tierras. Sin embargo, al regresar a la localidad baenense, y haciendo honor a sus orígenes agrícolas, decidieron comprar una explotación olivarera. De esta manera, Francisco y Guadalupe devolvían a los orígenes lo que era de la tierra y de la familia.

Para ellos, su jubilación fue una oportunidad más de emprender. No conforme con esto, crearon un Almazara y produjeron Aceite de Oliva Virgen Extra. Pero os contaremos más adelante acerca de la faceta agrícola de la familia Peña Ortiz en las últimas páginas de este libro.

| Francisco y Guadalupe tras toda una vida entregados a su familia y empresa. >





El cultivo de cereal en la Finca Alférez, otro de los guños al origen agrícola de la empresa familiar.



Francisco Peña, ejemplo de trabajador constante, en las tierras oliveras de Baena.

Con el paso de los años, él mismo hizo unas declaraciones en el diario baenense *Cancionero*, donde plasma a la perfección cuál era su motivación para luchar por su negocio cada día.

“El secreto pienso que está en realizar cada día el trabajo con ilusión, haciéndolo de una manera responsable, de manera que cualquier cliente que solicita cualquier producto en cualquiera de las tiendas de Grupo Peña, bien en persona o por teléfono, siempre encuentra a un profesional que desea hacer bien su trabajo, siendo cumplidor en lo que se ofrece. Otro secreto ha sido tratar de tener una visión hacia dónde caminan las necesidades de las empresas. Hemos intentado siempre estar conscientes de que el mejor camino para anticiparse al futuro es comprender el presente.”

Estas declaraciones del fundador nos enseñan cómo siempre tuvo clara la estrategia de crecimiento basada en la especialización de productos y la cercanía con el cliente mediante la logística y la diversificación. Y de esta forma tan clara, pero con tanta firmeza, empezó la andadura de Grupo Peña. Una empresa que durante 24 años estuvo dirigida de forma excepcional por su fundador, Francisco Peña Ocaña.

Francisco Peña Ocaña, en el emotivo 40 aniversario de la empresa que fundó y dirigió de manera excepcional. Dejó el legado a la segunda generación: Francisco y Antonio Peña.





Francisco Peña Ocaña, observa, junto a sus hijos, el trofeo que simboliza su merecido reconocimiento



| 1.3 |

Segunda Generación

Paco y Antonio siguen el ejemplo de su padre

Todo proyecto de éxito tiene detrás un gran equipo que trabaja duro para conseguir sus objetivos. En Grupo Peña Automoción el líder del equipo era su fundador, Francisco, pero sobre todo en el comienzo tuvo a su lado al mejor equipo que un emprendedor puede tener: su familia.

Su mujer Guadalupe y su hija M^a Isabel, dos mujeres fuertes y valientes que trabajaron mano a mano en los primeros proyectos, como fue el supermercado. Una vez que emprendió el negocio de la automoción, las mujeres de la casa apoyaron de manera ejemplar a Francisco.

Los hijos varones trabajaron mano a mano con su padre para levantar el negocio familiar. Paco, el mayor de ellos, tuvo un papel muy importante en los primeros años del negocio con tan solo 8 años, y Antonio que con tan solo 14 años daba toda la ayuda posible.

Es muy emocionante hablar con ellos y ver cómo, aún 50 años después, cuentan con un brillo especial en los ojos todos los detalles de las primeras andaduras con su padre. Y qué mejor forma de conocer a la segunda generación Peña Ortiz que hablando directamente con ellos.



El primer varón de la familia y el mayor de los 3 hermanos. Vivió junto a su padre los primeros pasos en el mundo empresarial y, sin duda, son hechos que han marcado su personalidad.

Francisco Peña Ortiz Presidente de Peña de Baena

¿Cuáles fueron tus inicios en la empresa junto a tu padre?

Empecé en los inicios del primer negocio familiar en los años 60, en el bar Casa Peña, Baena. Mis primeras tareas eran ayudar en el servicio de comidas y como repartidor de cajas de cerveza en una bicicleta y un carrito. Con tan solo 8 años pude percibir de cerca la gran capacidad de trabajo de mi padre, que era increíble.

Al cabo de unos años, en 1967 cerramos el bar y toda la familia nos mudamos a Córdoba capital. Mientras mi padre trabajaba como comercial en



*“Mis primeras tareas
eran ayudar en el
servicio de comidas
y como repartidor
de cajas de cerveza
en una bicicleta y un
carrito. Con tan solo
8 años pude percibir
de cerca la gran
capacidad de trabajo
de mi padre, que era
increíble”*

Reunisa, decidió abrir una tienda de alimentación, Ultramarinos Peña, justo debajo de nuestro piso, situado en la calle Maestro Priego López, en Córdoba. En esta tienda trabajamos todos los miembros de la familia. Entre mis tareas allí estaban la de acompañar a comprar en la lonja, reponer las estanterías con lo comprado y atender en el mostrador.

Poco tiempo después, el espíritu emprendedor de mi padre, volvería a hacerse patente. Al mismo tiempo que continuaba su trabajo como comercial, observó que había un nicho de negocio casi sin explotar en Córdoba: la venta de repuestos de automóvil. Si bien es cierto, que el parque automovilístico en España estaba empezando a nacer y los modelos de



| El joven Francisco Peña Ortiz junto a su padre.

automóviles eran escasos, el repuesto de chapa tenía bastante demanda y poca oferta. Parecía que ese era el camino a tomar.

¿Cómo recuerdas los primeros años de trabajo en Repuestos Peña?

Fueron años apasionantes, pero también de mucho trabajo. A la vez que mi madre y mi hermana trabajaban en Ultramarinos Peña, mi padre decidió abrir nuestra primera tienda de Repuestos Peña en el año 1971.

Me levantaba muy temprano para ir a la Lonja y regresaba a los ultramarinos para dejarlo todo colocado y ayudar a mi madre poniendo los precios. Después comenzaba mi jornada laboral en Repuestos Peña donde, junto a mi padre y mi hermano, vendía recambios y aprendía el oficio. Empezamos poco a poco a construir lo que hoy es Grupo Peña.

Nos especializamos en chapa, paragolpes metalizados en aluminio y las luminarias de los vehículos, pues eran los artículos más solicitados a tener en ese momento. También incluimos motocultores, que tuvieron mucho éxito.

Poco a poco fuimos creciendo y los 80 m² de la tienda en Fray Luis de Granada, se nos quedaron pequeños. Así que se compró un nuevo local en Fernando de Córdoba, y a los dos años compramos el sótano del mismo. Para ese entonces, habíamos cerrado la tienda de ultramarinos y concentramos todos nuestros esfuerzos en los repuestos.

¿Qué cualidades destacarías de tu padre?

Mi padre era un hombre muy trabajador, incansable y constante, y contrario a lo que podía parecer, pensaba mucho las cosas. No tomaba decisiones precipitadas. Sin embargo, eso no le impedía emprender.

A sus clientes siempre les proporcionaba muchas facilidades y soluciones, lo que le hizo tener un buen nombre en su zona. Haciéndolo un comercial sobresaliente.

Los resultados de su carrera profesional han demostrado la gran capacidad que tenía mi padre para los negocios y su actitud al emprendimiento, pues se hizo distribuidor de varias marcas comerciales. Todo esto tendría un gran efecto, tanto en mi forma de ser como en mi visión emprendedora.

“Comencé en 1964 atendiendo a los clientes del Bar Peña y repartiendo con una bicicleta. Unos años después en 1971 estaba en el mostrador de Repuestos Peña junto a mi padre. Al poco tiempo, ya era también responsable de las compras y la negociación con los proveedores, aunque también seguía efectuando otras muchas funciones”

¿Cómo era la empresa en ese momento y cómo la ves ahora?

Comenzamos siendo una empresa familiar a la que, poco a poco se le fueron uniendo trabajadores y colaboradores hasta llegar a ser al día de hoy, una gran familia de cientos de trabajadores.

Por otro lado, la forma de trabajar también ha cambiado mucho en todos estos años. Como dato curioso, por aquel tiempo los repartos los hacíamos en bicicleta, es fácil hacerse una idea del reto que suponía transportar chapas, paragolpes y artículos similares en una bicicleta. También nos valíamos de los servicios de transporte disponibles en aquellos años: cosarios o Alsina Graells.

En vista de nuestro crecimiento y expansión, llegamos a la conclusión de que si queríamos avanzar teníamos que modernizar nuestros procesos de gestión, pues hasta aquel entonces todo se hacía de manera manual.

Era momento de dar un paso más e implementar nuevos avances en nuestra gestión, por lo que decidimos usar herramientas informáticas para llevar a cabo estas labores. Hoy contamos con unos sistemas informáticos muy avanzados que nos hacen ser ágiles y productivos, posicionándonos como un grupo muy competitivo en nuestro sector. Además, tenemos varios sitios web que permiten a nuestros clientes conocernos y explorar las múltiples actividades y servicios que ofrecemos, así como de nuestra amplia red nacional de tiendas y talleres colaboradores donde pueden acudir.

¿Qué funciones has cumplido en la empresa a lo largo de los años?

Comencé en 1964 atendiendo a los clientes del Bar Peña y repartiendo con una bicicleta. Unos años después en 1971 estaba en el mostrador de Repuestos, junto a mi padre. Al poco tiempo, ya era también responsable de las compras y la negociación con los proveedores, aunque también seguía efectuando otras muchas funciones.

En 1994 creamos una nueva línea de negocio dedicada al recambio y distribución de tractores, por lo que me dediqué más a la actividad agrícola. Para mí ha sido una época muy bonita y productiva.

Por último, a comienzos del año 2000 asumí la gerencia de Peña de Baena, junto con mi padre, donde me encuentro trabajando actualmente. Compramos la finca de olivos Izcar y su almazara de aceite, desarrollando el negocio de venta, distribución y envasado del aceite. De ahí, nacieron las marcas de aceite Peña de Baena, Corona de Baena y Molino de Izcar que han tenido una gran aceptación en el mercado internacional.

Antonio, el pequeño de los dos hermanos, es en la actualidad el gerente de Grupo Peña Automoción. Sus pasos en los 45 años que lleva trabajando en la empresa nos muestra que de joven se fijó bien en el ejemplo de su padre.

Antonio Peña Ortiz Presidente de Grupo Peña

Antonio, ¿cuáles fueron tus inicios en la empresa junto a tu padre?

“El arbolito desde chiquitito” y como muchos de los miembros de la tercera generación, yo comencé a colaborar mientras estudiaba y en los periodos de vacaciones.

Con solo 10 años colaboraba con mi madre y mi hermana en la tienda Ultramarinos Peña, donde diariamente era el chico de los recados, subiendo y bajando plantas para llevar a las viviendas de los clientes sus compras, algo muy común en las tiendas de barrio. Durante varios años toda la familia ayudamos en la tienda familiar de ultramarinos.

A black and white portrait of a middle-aged man with short, dark hair, looking directly at the camera. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored, button-down shirt. The background is dark and textured. The lighting is soft, highlighting his facial features.

“Los primeros años fueron de aprendizaje. Hacía pequeñas tareas, como la realización y control de placas de matrículas o placas de Tara”



Antonio Peña Ortiz en los inicios de la empresa familiar.

Cuando mi padre y hermano me pidieron que les ayudara, ya que tenían necesidad de una persona más para los Repuestos, con gusto accedí ya que desde muy niño estaba al corriente de mi destino: colaborar en la empresa familiar. Tenía solo 14 años y sin haber terminado el curso escolar de 1974, abandoné los estudios para empezar mi vida laboral como aprendiz en aquella modesta empresa familiar, comenzando a trabajar de jornada completa en Repuestos Peña de la Calle Fray Luis de Granada.

¿Cómo recuerdas los primeros años de trabajo en Repuestos Peña?

Tengo que reconocer que no era un período de tiempo muy tranquilo el que se vivía en la ciudad, teniendo en cuenta que Francisco Franco había muerto recientemente.

Los primeros años para mí fueron de aprendizaje. Hacía pequeñas tareas, como la realización y control de placas de matrículas o placas de Tara. Incluso vendía y colocaba cinturones de seguridad, que por aquella época se hicieron obligatorios. Fue una etapa muy importante en mi juventud que me ha servido para sentar los conocimientos de mi madurez empresarial.

No solo hacía las pequeñas tareas que me encargaban, sino que observaba con cuidado todos los pasos que daban tanto mi padre como mi hermano. Se puede decir que aprendí sobre empresa en la mejor escuela que hubiera podido tener.

Recuerdo como mi hermano Paco era quien llevaba el peso del mostrador, tanto de vender, como también de comprar a fabricantes y otros distribuidores de piezas de recambios.

Los primeros empleados que comenzaron a apoyar al Grupo Peña eran hombres con buenísimas cualidades comerciales. Guardo bien en el recuerdo a compañeros como Antonio José Navarro Castro o Miguel Heredia, personas que comenzaban a trabajar como aprendices con tan solo 14 años y aún trabajan en la empresa. Este equipo nos ayudó a introducirnos en el sector del recambio, siendo especialistas en recambios de carrocería, además del mantenimiento y venta de motos, ciclomotores y motocultores, además de sus recambios.

Siendo unos pocos recambistas, en 1978 nos aventuramos en la apertura de nuestra segunda sucursal, que contaba con más espacio para almacenar. Aquellos eran años apasionantes, donde contribuimos con mucha ilusión en el desarrollo y madurez de una tienda de recambios.

“No solo hacía las pequeñas tareas que me encargaban, sino que observaba con cuidado todos los pasos que daban tanto mi padre como mi hermano. Se puede decir que aprendí sobre empresa en la mejor escuela que hubiera podido tener”.



Antonio Peña recibe un diploma como reconocimiento del Máster en Dirección General.

¿Qué admirabas de tu padre?

Mi padre era un hombre que amaba a su familia y a su pueblo, Baena. Era sacrificado, un luchador incansable. Entre sus mayores cualidades, se encuentra “la responsabilidad” de seguir sus principios. Recuerdo cómo prefería perder dinero, antes que perder la confianza de un amigo o cliente. Supo inculcar en mi hermano y en mí la importancia de cumplir las promesas, y de poner siempre la palabra antes que cualquier beneficio temporal. Estos valores siguen en nuestra empresa hasta la actualidad: nunca se puede perder la confianza del cliente.

Siempre supo valorar a quien tenía enfrente y supo rodearse de los mejores. Daba mucha importancia al ahorro, la disciplina o la calidad, y lo transmitía a todo su equipo.

¿Cómo era la empresa en ese momento y cómo la ves ahora?

Al principio recuerdo que había mucho trabajo y mucho que administrar. Si tenemos en cuenta que en aquel tiempo todo se gestionaba a mano, podemos imaginar la atención necesaria para una mejor organización y control económico.

¿Qué funciones has cumplido en la empresa a lo largo de los años?

Las comunicaciones de la época, entre clientes, proveedores y colaboradores eran principalmente vía teléfono, utilizando el servicio de correo ordinario para el envío de las facturas. Telefónica y Correos eran empresas nacionales que garantizaban el buen funcionamiento de las empresas del país.

Recuerdo que, en aquellos primeros años, la manera de trabajar era mucho menos acelerada de lo que es hoy. Nosotros mismos podíamos limpiar el vehículo en la calle, además de tomarnos el tiempo pausado de desayunar en el Bar los Toneles o merendar en la Pastelería Salazar en la C/Reyes Católicos. Las gestiones financieras, o trámites de correos se realizaban a diario en las entidades cercanas a nuestra pequeña tienda. Los envíos de pedidos de nuestros clientes de toda la provincia eran suministrados gracias a las diferentes empresas de transporte instaladas de Córdoba.

Los tiempos han cambiado muchísimo, sobre todo desde la llegada de la informática a nuestra manera de trabajar. Para nosotros, introducir los primeros ordenadores en la empresa fue un antes y un después.

Además de las primeras labores sencillas que hacía de pequeño, cuando terminé mis estudios seculares, empecé a trabajar de forma continua en Repuestos Peña, aprendiendo el oficio junto a mi padre y mi hermano. Para el año 1992 compaginaba las compras a proveedores, las relaciones con Grupo Unión y la gerencia de Repuestos Peña.

En 1996 se empezó la construcción del primer organigrama de la empresa. Fueron años importantes en mi vida profesional, pues de la mano del equipo directivo, pudimos empezar a cambiar el modelo de dirección. Principalmente esto supuso un cambio de mentalidad en la forma de dirección piramidal, dando paso a una dirección horizontal que reconocía la valía de las personas que lo rodean. Nuestro objetivo era formar un equipo de profesionales que aportaran valor a la empresa. Ahora, transcurrido el tiempo suficiente, puedo mirar con satisfacción el equipo que nos rodea y veo una organización compuesta por muchos y valiosos profesionales.

Con el objetivo de seguir aprendiendo para desempeñar de forma excelente mi función, en el año 2000 realicé un Master en Dirección General. A partir de ahí, comenzó el proceso por el que me hice cargo de la Dirección General de la empresa hasta el presente.

| 1.4 |

Cronología: El camino de 50 años de esfuerzo



La empresa, que conocemos en la actualidad como Grupo Peña Automoción, entró en el sector automovilístico cordobés en el año 1971 con el nombre de **Repuestos Peña.**

Los inicios

Los orígenes se remontan a la Calle Fray Luis de Granada, donde Francisco Peña abrió una pequeña empresa dedicada a la venta de recambios para automóviles y ciclomotores. Nos instalamos en pleno centro de la ciudad, el centro logístico de la época. En torno a la avenida Gran Capitán se reunían los cosarios, hombres que se encargaban de llevar todo el recambio necesario desde nuestra pequeña tienda a su localidad. También, el centro de la ciudad era importante porque servía como punto de encuentro. Alrededor de éste se encontraba la estación de ferrocarril y empresas de transporte como la Alsina Graells, Auto transportes San Sebastián y Auto transportes López, entre otras. Podemos decir que era el lugar idóneo para que Repuestos Peña empezara su andadura.

Repuestos Peña comienza en 1971 en un lugar estratégico de Córdoba: la Calle Fray Luis de Granada.





Una anécdota que demuestra la capacidad emprendedora de Francisco ocurrió en el año 1974: la entrada en vigor de una nueva normativa de seguridad vial que obligaba a llevar cinturón en todos los coches. En ese momento, Francisco no dudó en ponerse en contacto con Industrias Smart, situados en Figueras, Gerona, para realizar con ellos un acuerdo de compra de cinturones de seguridad.



Comienza el crecimiento

Poco a poco se fueron introduciendo nuevos productos de vanguardia y una nueva e importante gama de maquinaria agrícola. Más tarde, en el año 1978, surgió la oportunidad de abrir una nueva sucursal situada en el barrio de Cañero, Córdoba. El objetivo del fundador no era otro que acercarse aún más a sus clientes, y, por ello, decide abrir esa nueva sucursal, pues en esa zona había una gran concentración de talleres. Con esta apertura se ve clara la idea del empresario, que era acercarse estratégicamente a sus clientes. Para entonces, tan solo 8 empleados componían la plantilla de Repuestos Peña. Sin embargo, a partir de los años 80 el número aumentó a 22.



Repuestos Peña pronto le dio importancia de acercarse a sus clientes. Aquí podemos ver el primer anuncio de la empresa, publicado el 19 de septiembre de 1976.

AGRIA HISPANIA, S.A.

Comunica a los agricultores cordobeses y público en general, que ha concedido la distribución oficial de su maquinaria agrícola



a la firma cordobesa

REPUESTOS PEÑA

con domicilio en calle Fray Luis de Granada, 2, teléfono 223353, donde le atenderán también con un completo servicio de recambios originales.

19-9-76

Las primeras alianzas

En 1981 se comenzó un proyecto liderado por Francisco Peña Ortiz, que fue emocionante y, a la vez, vanguardista, de la mano de tres empresas del sector del recambio, con quienes nos unimos en un proyecto común. Estas empresas eran: Repuestos Varona, representada por Luis Varona, Comercial Gas cuyo dueño fue José Lara y, Repuestos Rescatado cuyo gerente fue Julio Sánchez. Esta asociación supuso un antes y un después en el sector, pues era la primera vez que a nivel nacional empresas competidoras se unían en un grupo de compras.

El objetivo de la creación de la nueva sociedad fue la de unificar las capacidades de compra de tres recambistas de Córdoba, sobre todo en productos de alta rotación, como frenos, dirección y embragues. De esta manera, con la suma de las compras se conseguían mejores costos, al mismo tiempo se optimizaba el stock.

Se crea la empresa Autofrenos Sur, una nueva línea de venta

En el año 1982 se creó una empresa llamada Autofrenos Sur. Para Repuestos Peña, esta apertura supuso un hito de expansión empresarial. Conformó una nueva línea de venta, centrada en la especialidad de frenos, suspensión, dirección y embrague.

Con la incorporación de personas especialistas en recambios para Vehículo Industrial, floreció y sobresalió el volumen de ventas de esta tipología de vehículos de forma natural y también se estableció un stock de Herramientas.

Las otras dos tiendas de la capital no paraban de crecer. En consecuencia, se decidió ampliar la tienda situada en el centro de Córdoba en el año 1983. Ya no éramos una pequeña tienda de 80 m², pues pasamos a tener unas instalaciones de 600 m² al comprar los locales adyacentes.



Esta tienda en el barrio de Cañero fue la segunda sucursal en Córdoba, inaugurada en 1978.



En sus inicios, Repuestos Peña utilizaba este troquel para imprimir el logo de la empresa.



Informatización de la empresa

En aquel entonces, Repuestos Peña trataba de marcar la diferencia dando un servicio de calidad a sus clientes. Con este objetivo en mente, la empresa dio un paso más para diferenciarse del resto, en un contexto donde las empresas no tenían ordenadores y llevaban sus papeles a terceros para que se lo informatizaran. De manera que en 1986 se inició un proceso de informatización de la gestión. Se adquirieron ordenadores y se contrató personal cualificado con la visión de agilizar los procesos administrativos internos. Como resultado nos



José María Fernández, empleado de Repuestos Peña, en el mostrador de la sucursal del centro al inicio del proceso de informatización.

convertimos en pioneros integrando una forma de trabajo que no era común en esos años.

A nivel organizativo también fue un hito importante ya que decidimos incorporar al equipo de empleados personal administrativo propio. La introducción de los ordenadores supuso el comienzo de toda una aventura y peregrinaje en un mundo que empezaba a desarrollarse. Actualmente, sería imposible no disponer de todos los avances tecnológicos y de software para gestionar cualquier empresa.



Se amplían las instalaciones

En el año 1988 fue necesario buscar un espacio para dar cabida a más y más referencias. Dimos un paso más y decidimos abrir una nueva sucursal en el Polígono de La Torrecilla dedicada a la automoción, y donde contábamos con unas amplias instalaciones que nos permitieron centralizar compras, almacenamiento y gestión de las diferentes tiendas. Para la empresa supuso una considerable mejora



En 1988, inauguramos la sucursal del Polígono de La Torrecilla.





en el servicio al cliente y la reducción de costes de almacenamiento. Unos años más tarde, en 1991, la central de Repuestos Peña se traslada desde la calle Fernando de Córdoba al polígono. Además, se incluyó una importante rama de venta de tractores y recambio agrícola, para lo que utilizamos una explanada situada cerca de esta nueva tienda en donde exponer varios de ellos.

Para este tiempo, el notable crecimiento de la empresa no era un inconveniente para que el señor Peña siguiera pensando en sus raíces. De hecho, no sorprendió a nadie que invirtiera en la compra de una finca, llamada El duque, en su localidad de origen,



Baena (Córdoba). En esta misma línea diremos que poco después haría una fuerte inversión en otra finca, Izcar, que contaba con almazara propia. Estos acontecimientos supusieron el comienzo de un proyecto apasionante del que hablaremos con detalle en un próximo capítulo.

Un nuevo aliado, Groupauto Unión

Otro de los hitos importantes para nuestra empresa fue la incorporación al Groupauto Unión en el año 1992. Con este movimiento empezamos a formar parte de un grupo de compras, de nivel internacional, con otros recambistas de ámbito nacional. Esta



< En los años 1985 y 1986 participamos por primera vez en una feria de muestras, en la Diputación de Córdoba.

decisión estratégica supuso beneficios para nuestros clientes, ya que conseguimos mejores condiciones de compras que nos permitirían ofrecerles mejores precios.

Apoiando al mundo agrícola

En el año 1994 surge una nueva empresa dedicada a dar respuesta a las necesidades del campo relativa a tractores y maquinaria agrícola. Esta nueva sociedad y sus instalaciones nacen con el nombre “Tractores y Recambios” y distribuía marcas de gran prestigio como Lamborghini, Same, Deutz, Agria y Motores Lombardini. Tratábamos de vender la mejor tecnología para el campo.





El 22 de mayo de 1995, Montilla se incorpora a la lista de sucursales de la empresa.

Un año más tarde el Señor Peña, con su visión de estar más cerca del cliente, desarrolló lo que sería nuestro segundo eje estratégico de crecimiento. Ante la creciente demanda por parte de los agricultores de la zona, principalmente agrícola, se decide abrir una nueva sucursal en Montilla, con la venta de motocultores, dando comienzo a una importante actividad.

Aumentando la oferta a nuestros clientes

Hasta 1996 nuestra estrategia de crecimiento se basó en la apertura de sucursales y en la incorporación de nuevos productos. En ese año, para evitar caer en la monotonía de las empresas y en el negativo estancamiento, dimos un giro a esta estrategia con nuestra primera experiencia en la compra de una empresa: adquirimos la Sociedad Pintucor, una pequeña empresa especializada en pinturas para la automoción. En poco tiempo nos convertimos en una de las empresas del sector que proporciona servicio eficaz y profesional, aplicado a la carrocería del automóvil.

Sin disminuir el espíritu de emprendimiento y crecimiento, ese mismo año decidimos avanzar con Autofrenos Sur y abrir la primera sucursal situada en el polígono de las Quemadas, en Córdoba. El establecimiento estaba dirigido a la venta de recambios y accesorios para turismo, furgonetas y Vehículos industriales, especializándonos en frenos suspensión, dirección y embragues. En estas nuevas y magníficas instalaciones, también se ubicó un taller para dar servicio a los talleres de reparación donde se fabricaban latiguillos y se manufacturaban zapatas de frenos y embragues para todo tipo de vehículos.



En 1996, adquirimos la Sociedad Pintucor para la especialización de pinturas de automoción.

La nave fue construida con un diseño modélico y moderno para su tiempo, en capacidad y arquitectura. Contaba con espacios de oficinas y aulas de formación, proyectados según las necesidades de su época y pensando en el desarrollo futuro.

Expansión a nuevos lugares geográficos.

A las puertas de un nuevo siglo, Repuestos Peña sigue su desarrollo expansivo con la apertura de nuevas sucursales en la capital, Lucena, Baena y en el Polígono de las Quemadas. De esta forma, poco a poco cumplíamos nuestro objetivo de estar presentes



en diferentes zonas geográficas. Siguiendo nuestro objetivo de expansión, la apertura de una tienda en Pozoblanco en el año 1997 hizo que encontráramos un lugar privilegiado en el Valle de los Pedroches, lugar de importancia estratégica por ser motor de la economía cordobesa.

Además, el año 1996 también fue especial para Repuestos Peña, pues la empresa cumplía 25 años de esfuerzo y dedicación, con la felicidad de recoger excelentes resultados.



! Paz Mena, en representación de la empresa Chiloeches y Asociados, le hace entrega a Francisco Peña Ocaña de este premio al esfuerzo en el 25 aniversario de la empresa.



! En 1996 abrimos una nueva sucursal en Lucena. 8 años más tarde, el 4 de junio de 2004, nos mudamos a otra ubicación en la misma localidad con el fin de tener más espacio.



Bronitec, un complemento perfecto

Durante el año 1998 se creó **Bronitec**, empresa con sede en la sucursal de Amargacena que cubriría la venta del recambio de vehículo industrial y de herramientas. El equipo creció y las expectativas de ventas se dispararon de forma muy positiva, lo que animaban a todo el equipo a seguir trabajando con entusiasmo.

Como Bronitec era el complemento perfecto para Repuestos Peña en su crecimiento y especialización de oferta de producto, desde su creación Repuestos



Peña dirigió las estrategias de Bronitec para fortalecer así la posición del grupo, que ya contaba con cinco empresas, creciendo con apertura de sucursales de Repuestos Peña en poblaciones y mercados, incluso en otras provincias como Cádiz y Sevilla.

El emprendimiento no solo abarca el crecimiento en número de instalaciones y empresas, también tiene un fuerte componente en la mejora de la calidad de nuestro trabajo y servicios hacia al cliente. Teniendo esto muy claro, Repuestos Peña eligió a Bronitec como pionera del grupo para obtener los certificados y homologación en las normas ISO 9001 de gestión de calidad y la ISO 14001 de medio ambiente, a lo cual se unirían rápidamente el resto de empresas que componían Grupo Peña.



En 1998 se crea Bronitec, cubriendo así las necesidades del recambio de vehículo industrial.

Comienzo de las Redes de Talleres, EuroTaller

En febrero de ese mismo año, se presentó la Red **EuroTaller**, que surgió como resultado del esfuerzo continuo por parte de Grupo Peña para hacer crecer a sus clientes, en unión con GroupAuto Unión Ibérica. Nuestra premisa siempre ha sido que nuestros clientes sean los mejores talleres. Esta red nació con el objetivo de colaborar en aquellos aspectos a

los que el taller no podía acceder fácilmente por sus propios medios, más concretamente en conceptos como la gestión informática, la imagen, el marketing y, sobre todo, la formación continua. Este último aspecto, la formación continua, ha resultado ser absolutamente estratégico e importante para los talleres en su preparación para afrontar los desafíos del futuro.



En febrero de 1998 nace EuroTaller, una Red de Talleres creada de la mano de GroupAuto Unión Ibérica, con el fin de estar más cerca de nuestros clientes.



Conquistando otras provincias

Por si fuera poco, ese mismo año la empresa hizo la maleta para visitar Linares, metiendo en ella los nervios y la ilusión que suponía nuestra primera salida de la provincia de Córdoba. La apertura de una nueva sucursal en Linares no fue un hecho azaroso, sino que respondía a la necesidad de cubrir una zona donde no había ningún recambista para dar servicio a una gran concentración de talleres.

Somos una empresa que siempre busca la oportunidad para satisfacer, lo más rápido posible, las necesidades del cliente. Por eso en el año 1999, cuando entró en vigor la Ley que obligaba a los conductores a llevar dos triángulos en sus vehículos,



Recorte de prensa del año 1999, donde anunciamos la disponibilidad de triángulos de señalización, que se hacían obligatorios ese año.

no tuvimos duda. En España había escasez de estos elementos, ya que solo una empresa pequeña los fabricaba. Por eso, viajamos hasta Portugal, Italia y Polonia con el fin de traer a nuestra empresa el máximo número de triángulos posibles. Sin duda, fue



Comenzamos el siglo XXI con la apertura de una nueva tienda en el Polígono del Granadal, el 1 de julio del año 2000. Esta sucursal fue la primera en contar con un taller de Tuning.

una experiencia que nos llevó horas y horas de viaje, pero resultaba gratificante ver cómo salían cada semana de 2 a 3 camiones cargados de triángulos con destino a todo el país.

Nuestro crecimiento también se hizo evidente en Córdoba. A la vez que se daba la bienvenida al nuevo siglo, nosotros también dábamos la bienvenida a varias sucursales nuevas: dos en la capital, en el Polígono El Granadal y la zona de Poniente, y otras dos en las localidades de Puente Genil y Priego de Córdoba. Grupo Peña consolidaba de esta forma su presencia en el mercado cordobés.



El 7 de septiembre de 2001, Puente Genil se incorporó a la lista de sucursales.

Con relación a la apertura de la sucursal del Granada, cabe destacar que fue un hito novedoso para nosotros, ya que era la primera vez que abríamos una sede que incluía un taller especializado en el servicio de Tuning. De esta manera nos queríamos dirigir al público más joven, que buscaba la personalización y caracterización de su automóvil. Allí contamos con especialistas en sonido, alarmas, techos solares, llantas y todo tipo de accesorios que permiten al cliente personalizar su vehículo.



El 22 de febrero del año 2002, abrimos una nueva sucursal en la zona de Poniente, con un acto de inauguración memorable.

La asociación del Pequeño y Mediano comercio de Córdoba (APEPMECO) nos otorgó en 2000 un reconocimiento a los mejores comerciantes de la provincia. Francisco Peña recibió el galardón al Comerciante del año de Córdoba.



> Francisco Peña Ocaña recibió el premio a comerciante del año 2000 por la asociación del Pequeño y Mediano comercio de Córdoba.



<Al año siguiente, el 3 de octubre, abrimos tienda en otra localidad cordobesa: Priego.



Los eventos profesionales, un éxito de marketing

En 2001 nos propusimos conseguir un reto más: organizar una feria profesional que promoviera el acercamiento entre nuestros proveedores y nuestros los clientes. De esta forma nació “Peña profesional”, un éxito de ventas para Grupo Peña además de un nuevo hito en el sector que tuvo mucho éxito y una gran acogida entre nuestros clientes, y el público en general, permitiendo que se siguiera celebrando en fechas y años posteriores.

Estos eventos se han celebrado en diferentes entornos de Córdoba como Ifeco, el Parque Joyero, en La Carlota o Forum Conocimiento, el entorno por excelencia de Grupo Peña para impartir formación presencial. En estas ferias profesionales se reunían aproximadamente 80 stands



La Institución Ferial de Córdoba (IFECO) ha ubicado en tres ediciones distintas nuestras ferias profesionales.

de proveedores que acercaban sus novedades a nuestros clientes implicando muchos días de trabajo para el equipo logístico, de marketing y comercial de Grupo Peña. Han asistido cada año aproximadamente 4000 clientes y demás personas interesadas en un solo fin de semana. Actualmente es un evento de gran importancia al que acude un numeroso público.

La creación de una nueva red de talleres, InterTaller

En el año 2002 nace la red **InterTaller**, que se une a la anterior red EuroTaller como fórmula para cubrir la necesidad de ampliar la apertura de talleres en una misma zona, sin crear competencia entre ellos.



La feria de muestras de 2007 fue una de las celebradas en el Parque Joyero de Córdoba.





<La Carlota ha emplazado en 2 ediciones distintas nuestras ferias profesionales.



Por este tiempo, ampliamos nuestra oferta de productos con la inclusión del neumático. Nuestro primer contrato fue con Michelin. Este hecho fue absolutamente significativo ya que era una novedad que, un producto tan específico como el neumático, pudiera incluirse en el recambio tradicional. Con este paso, tuvimos la oportunidad de enseñar a nuestros clientes un nuevo nicho de mercado, poco explotado por ellos hasta este momento. Los resultados de esta especialidad en la actualidad confirman lo acertada que fue tomar aquella decisión.

<La última localización para nuestras ferias ha sido Forum Conocimiento, con la visita de unos 4000 clientes en un fin de semana.

Nace Grupo Peña Automoción

En su día fue estratégico la diversificación de empresas como respuesta de las diferentes necesidades del mercado. Concretamente diferenciar la especialidad de turismo, vehículo industrial y agrícola. Ahora, en el año 2003, otros factores nos llevaron a fusionar las cinco empresas existentes: Repuestos Peña, Bronitec, Tractores y Recambios, Pintucor y Consorcio de control, la empresa gestora. Esta fusión de empresas bajo un solo nombre fue el origen del actual Grupo Peña Automoción. Éste fue un importantísimo cambio en nuestra trayectoria empresarial con el que se pondrían los pilares para conseguir tener un solo sentido y dirección en la marcha del negocio, incluidas las áreas comercial, compras, administración y logística.

Nuevas necesidades, nuevas redes de talleres

Transcurridos 12 años desde que incorporamos la primera red a nuestra oferta de servicio y, habiendo comprobado la efectividad de ésta, vimos la necesidad de fomentar nuevas redes que también respondieran a necesidades concretas. Con esta idea en mente, nace en 2004 la red **Top Truck**. La primera red multimarca orientada a Vehículos Industriales,

que constituyó toda una innovación hasta ahora inexistente en España y Europa. Su desarrollo fue exponencial en un breve espacio de tiempo.

En el año 2004, el fundador y la empresa reciben el premio "Cordobeses del año". Se trata de un premio que entrega el Diario Córdoba anualmente a diferentes personalidades o entidades de Córdoba, con el fin de destacar su implicación en el desarrollo económico, cultural y social de la provincia, a través de distintas vertientes.

En los siguientes años, continuamos manteniendo nuestro modelo de crecimiento basado en la apertura de nuevas sucursales, concretamente en Juncaril, Granada, así como en Écija y Morón de la Frontera en Sevilla.

Hasta el momento contamos con 18 sucursales cubriendo así el territorio de la comunidad andaluza.



CÓRDOBA



cordobeses
del Año

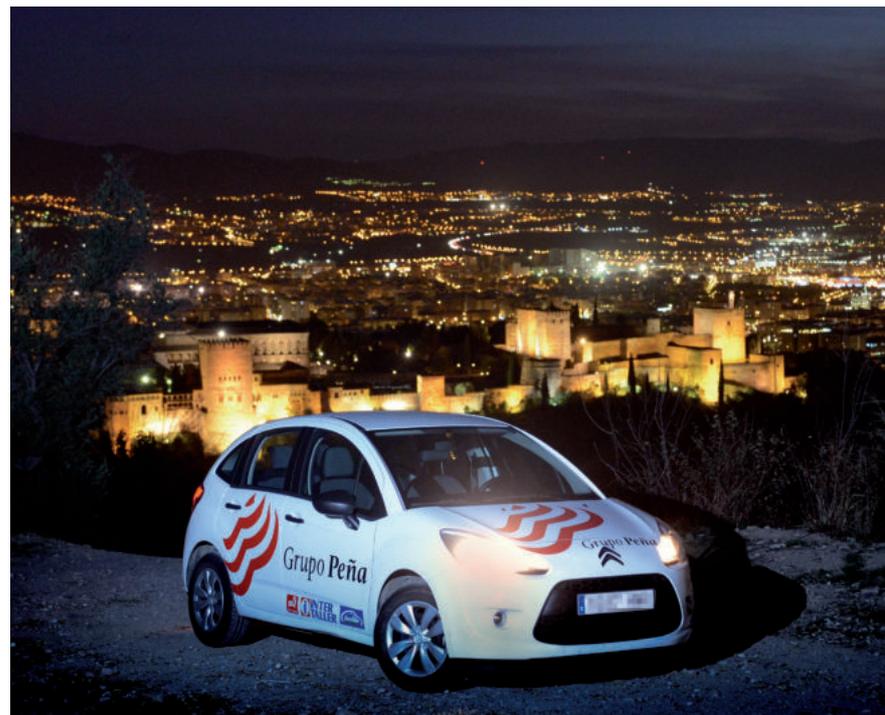
CÓRDOBA



Asistencia a nuestros clientes, la informática

En 2005 desarrollamos, junto con una empresa informática muy importante para Grupo Peña, el programa de gestión para talleres: **Gestaller**. El programa tenía un fin evidente, ayudar a los talleres en el apartado de facturación y tareas administrativas para cumplir con las normativas vigentes. Resultó ser todo un hito para las redes de talleres. Hoy tenemos más de 600 licencias instaladas y es un elemento diferenciador importante en nuestro sector. Los clientes lo demandan, y sin un programa como Gestaller o similar, la gestión de un taller se volvería una misión imposible.





El 28 de octubre de 2005 inauguramos una sucursal en el Polígono de Juncaril, Granada.



l Écija fue la siguiente sucursal en abrir el 8 de julio de 2007.



l Otra localidad de la provincia de Sevilla, Morón de la Frontera, fue inaugurada el 2 de octubre de 2009.

Premios y menciones a la empresa

La empresa de comunicación baenense *Cancionero*, nos hacía entrega en 2008 de un nuevo premio, en el que se reconoce la labor desarrollada por entidades y personas en distintos ámbitos. Esta vez el premio fue entregado al gerente Antonio Peña por su labor como empresario, desde sus orígenes en Baena hasta la continuación del negocio familiar en toda la provincia.

Grupo Peña, por su inquietud como empresa familiar y para asegurar la continuidad de la misma, decide consolidar la estructura de la empresa asociándose con la Cátedra de empresa familiar San Telmo. Esta cátedra defiende a las empresas familiares como un modelo a seguir, ya que tienen una visión a largo plazo que contrasta con la de otras compañías, y cuentan con un férreo sistema de valores que guía su estrategia.

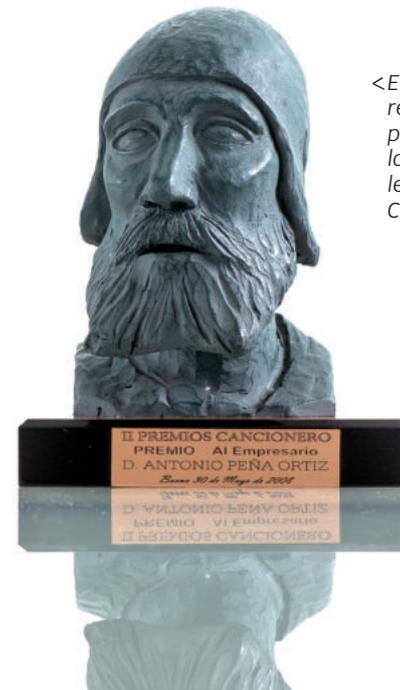
La misma Cátedra BBVA de Empresa Familiar del Instituto Internacional San Telmo y su Consejo Asesor, nos galardonó en el año 2009 con el premio Familia - Empresa. Este premio se otorga a familias empresarias del sur de España, que a lo largo de los años han demostrado su esfuerzo por crear riqueza social.

La familia empresarial crece, Auto Sport Andalucía

En 2009 llegó un nuevo miembro a la familia de Grupo Peña Automoción. Desde octubre de ese mismo año la empresa Auto Sport Andalucía pasó a ser gestionada por nuestra empresa. Esta compra supuso para nosotros el aumento de la plantilla, de 189 a 284 trabajadores y aumentando el número de delegaciones de 16 a 26. Además, al no tener presencia hasta ahora en las provincias de Cádiz y Málaga, continuamos la expansión por el territorio andaluz, donde ya teníamos delegaciones en Córdoba, Jaén, Granada y Sevilla.

La adquisición de Auto Sport supuso un cambio de cultura para los empleados que pasaron a formar parte de Grupo Peña. Para ayudarles, el equipo directivo y de recursos humanos vio la necesidad de destinar personas de confianza desde Córdoba para gestionar los cambios. Fueron meses que nos aportaron mucha experiencia en cuanto al trabajo y complejidad que supone la integración de una sociedad para las labores de facturación, personas, recursos, estructura...

> En 2009, recibimos el premio Familia - Empresa del Instituto Internacional San Telmo.



< En 2008, Antonio Peña recibió reconocimiento por el periódico de su localidad natal, Baena, que le hacía entrega del premio Cantonero.



La innovación, una máxima para la empresa

Posteriormente, se implantó un nuevo Sistema de Gestión de Almacén, llamado **SGA**, basado en un software propio. Supuso una revolución en el centro de distribución de Grupo Peña, principalmente a nivel operativo. Permitted el incremento del 30% en capacidad del almacén y del 20% en productividad. De esta manera se llevaban a cabo procesos totalmente diferenciados, tanto en colocación como en preparación, en función de las características del producto, segmentando el centro logístico en 4 zonas distintas. Este nuevo programa informático nos permitió mejorar el servicio de atención al cliente, ya que a partir de una mayor fiabilidad y trazabilidad de los pedidos, pudimos reducir de forma drástica los errores de preparación y de entrega.

Celebramos el 40º Aniversario

Estamos seguros de que Francisco Peña en el año 1971, cuando abrió la primera sucursal en Córdoba, ya confiaba en que su idea de emprender daría muy buen resultado. En el año 2011 celebramos el 40 aniversario de la empresa, hecho que fue muy importante para nosotros ya que en ese momento contábamos con 300 empleados y nos encontrábamos en seis de las ocho provincias andaluzas.

Una empresa no cumple 40 años todos los días, por eso decidimos celebrarlo como se merece. La ubicación por excelencia fue el Paraninfo de la Universidad de Rabanales, en Córdoba, que acogió a más de 600 invitados, entre ellos empleados, proveedores y personalidades importantes de la política cordobesa. Este evento nos ayudó a poner sobre la mesa todos los hitos históricos de la empresa, las virtudes y los errores que nos sirvieron para avanzar hacia la madurez empresarial. En ese momento éramos conscientes del crecimiento, aunque equilibrado, que habíamos tenido en los últimos años. También destacamos como la reinversión constante y la búsqueda de la excelencia en el trabajo, es decir de la formación, nos ayudaba a hacer nuestra empresa más fuerte.



<El 23 de enero de 2011 fue un día importante para nuestra empresa. Era el momento de celebrar nuestro 40 aniversario.



El Paraninfo de la Universidad de Rabanales fue testigo de este inolvidable evento, con más de 600 invitados.

Aprovechamos ese día especial para dar un reconocimiento al fundador, Francisco Peña Ocaña. También quisimos dar una distinción al empleado fallecido José Manuel Silva y se concedieron galardones a los trabajadores que cumplían 25 años en la empresa: Manena Lozano, Pedro Gámez y José Luis Montes. La última distinción correspondió a Antonio Cintado, responsable de la empresa Auto Sport Andalucía antes de ser adquirida por el grupo. Disfrutamos de la actuación del guitarrista cordobés Vicente Amigo y, posteriormente, compartimos un almuerzo con todos las personas, amigos, socios, empleados y proveedores que nos acompañaron en esos 40 años de trabajo intenso.



*Fernando Pardo, en representación de GroupAuto Unión Ibérica, quiso hacer un reconocimiento especial al fundador de Grupo Peña, Francisco Peña Ocaña.
 El reconocimiento a Francisco Peña Ocaña, sin olvidar las raíces de la cultura agrícola de la empresa.*

Creciendo en otras comunidades

En 2012 volvimos a hacer la maleta para abrir una nueva sucursal, pero esta vez era para salir por primera vez de la comunidad andaluza. La compra de Repuestos y frenos Ciudad Real, S.L., conocido como Garmo. De esta forma nos posicionamos en la provincia de Ciudad Real, en la capital y en Puertollano, con el objetivo de mantener las relaciones comerciales de Grupo Garmo con su clientela, tratando a la vez de potenciarlas implantando el sistema de trabajo y la logística desarrollados en el resto del grupo.

El 25 de enero de 2013 tuvieron lugar la inauguración de las tiendas en Puertollano y Ciudad Real, llegando así a nuestros clientes fuera de Andalucía.





Nuevos retos, nuevas redes de talleres: Pro-Car y AgroTaller



En este periodo de años vimos cómo surgía una necesidad en nuestros clientes, ya que había talleres que no deseaban estar bajo ninguna seña. Por eso en 2013 nació la red **Pro-Car**, nuestra primera red desarrollada en su integridad por Grupo Peña. En la misma línea de pensamiento, unos años más tarde se crearía la red **AgroTaller**, la primera red Multimarca de talleres especializados en vehículos agrícolas de España y Europa.



El 5 de noviembre de 2016 presentamos la red AgroTaller, especializándonos así en los talleres de vehículos del sector agrícola.



En el verano de 2013, concretamente el 19 de julio, inauguramos la tienda de Medina Sidonia, en Cádiz.



Jerez fue la siguiente localidad gaditana en sumarse a la lista de sucursales, el 5 de julio de 2014.



El 15 de febrero de 2014 fue el día de la apertura de nuestra tienda en Algeciras.





l Inauguramos nuestra sucursal en Jaén los días 1 y 2 de diciembre de 2017.

En su inquietud de crecimiento grupo peña en un periodo de 40 años inauguró 22 sucursales. Algunas de las más significativas fueron las aperturas de tiendas de Málaga, Algeciras y Jerez en el año 2014. Tres años más tarde abrimos una sucursal en Jaén. Aunque ya llevábamos muchos años en Linares, esta inauguración supuso un hito para la empresa ya que sustituimos la zona de mostrador por un aula de formación. Nuestra visión ha dado siempre mucha importancia a este aspecto es por lo que hicimos este gran cambio en la distribución de la tienda, porque estábamos convencidos de nuestros valores. No queremos vender al público por el simple hecho de vender y generar beneficio, sino que, como valor añadido, queremos apostar por el futuro de nuestros clientes y su formación.



l El interior de una de nuestras tiendas, Málaga, que tuvo su inauguración el 13 de diciembre de 2014.



Mirando al futuro con la venta online, GPCat

Tras un intenso desarrollo y trabajo de las áreas de soporte de producto e informática se pone en marcha nuestro catálogo vía internet: **GPCat**. De esta forma, nos adaptamos a las necesidades del mercado y a la venta a través de internet. Para Grupo Peña, supuso un gran paso que nos otorga fortaleza y seguridad en estar siguiendo el camino adecuado para poder estar presente en el futuro. Este software está integrado con nuestro programa de gestión Gestaller, convirtiéndolo en una magnífica herramienta que permite hacer aún más rentable el taller, coincidiendo con nuestra visión.

Formación, una necesidad apremiante en nuestros clientes

No queríamos abandonar esta línea de ofrecer aprendizaje, así que en el año 2018 se creó **Forum Conocimiento**. Creíamos en nuestra visión, pero no queríamos que quedara en un simple hecho, teníamos que materializarla. Necesitábamos un lugar adecuado donde impartir formaciones. Así que nos pusimos manos a la obra y transformamos una nave de almacén para convertirla en un espacio dedicado completamente al aprendizaje de nuestros clientes y empleados.



En 2018, inauguramos Forum Conocimiento, nuestra ubicación por excelencia para proporcionar formación.



¡ Nuestros trabajadores y clientes reciben siempre formación de la mejor calidad.



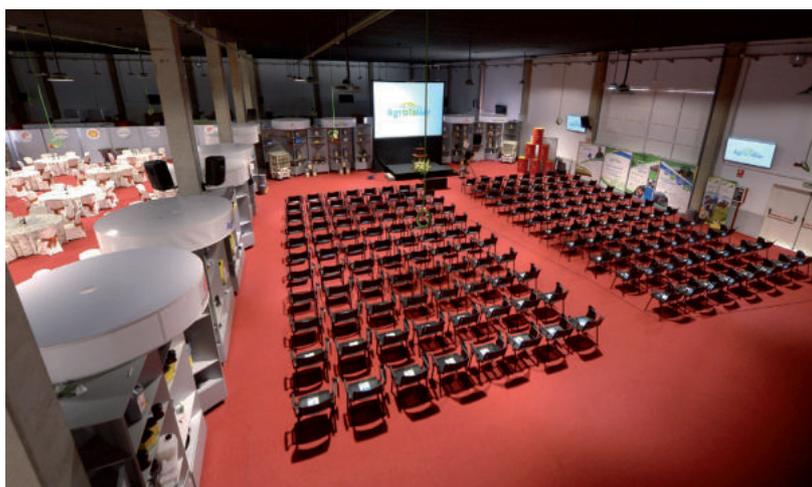
¡ El segundo Congreso celebrado en 2019 en Forum Conocimiento tuvo el tema "Carrocería y pintura".



/ Forum Conocimiento, en el año 2018, tuvo el tema "Euro VI: Desafío y perspectivas"

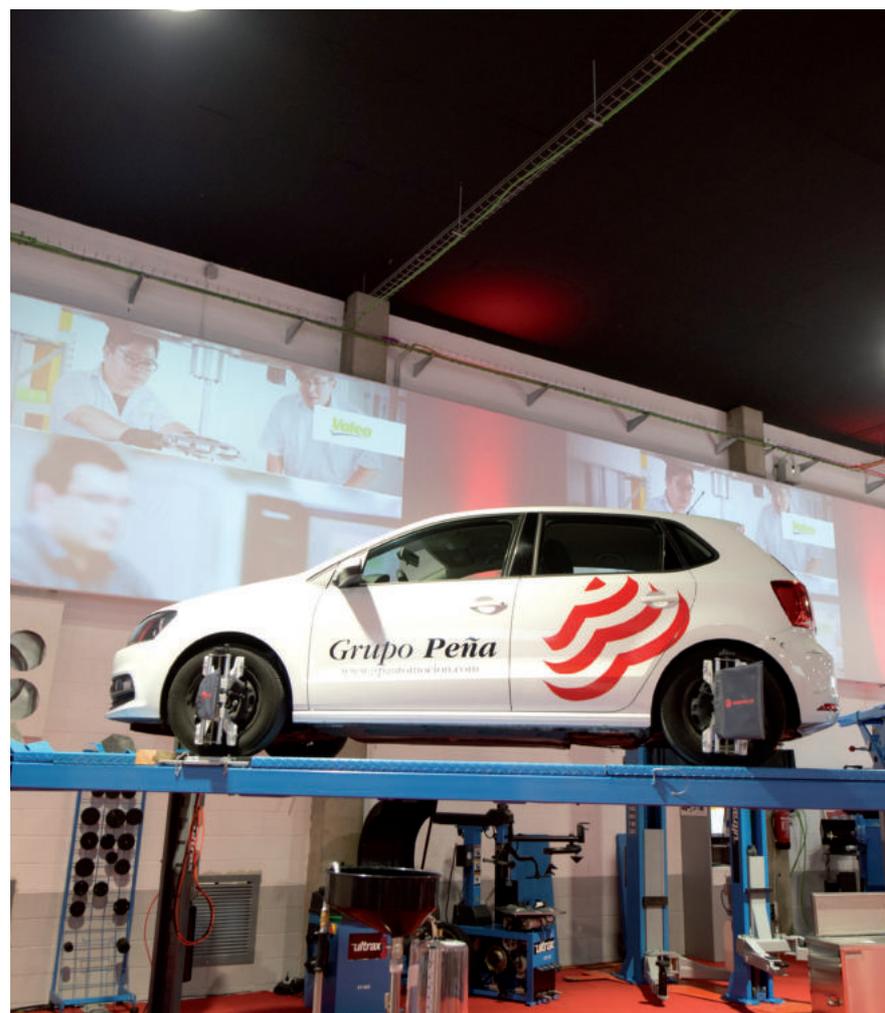
Forum Conocimiento es un espacio para la creación e intercambio de conocimiento sobre todas las tendencias tecnológicas, sociales y medioambientales que afectan al futuro de la posventa de automoción. Tienen cabida todos los profesionales del sector de la reparación de vehículos (turismo, industrial, agrícola, carrocería y pintura), escuelas de formación (profesores y alumnos),





fabricantes, expertos, especialistas, líderes de opinión, asociaciones de talleres, distribuidores y fabricantes. En estos 2000 metros cuadrados de exposición se han organizado dos congresos, relacionados con las normativas anticontaminación en los talleres y el segundo sobre el taller de chapa y pintura.







<En 2020 presentamos una de las novedades de Grupo Peña: GPAcademy, una plataforma de formación online adaptada a las necesidades actuales, abría camino a la transformación digital.

Con el fin de impartir una formación adaptada a los tiempos actuales, con una evidente inclinación digital y en un entorno online, en el año 2020 creamos **GPAcademy**, una nueva plataforma de formación online donde todo el mundo puede acceder al conocimiento. Este entorno surge para cubrir la necesidad de adecuar la formación que estábamos dando de manera presencial a la virtual. Sabemos que estamos inmersos en un cambio de era y, para afrontar de una forma eficaz todos los cambios, primero es necesario que cambiemos nuestra forma de pensar, actuar y relacionarnos, de ahí que sea tan importante la FORMACIÓN y la forma de recibirla.

Nuestro objetivo es adaptarnos a los hábitos de trabajo en el taller, y al tiempo y lugar en los que el profesional está preparado para recibir la formación, pues GPAcademy se puede usar en cualquier lugar, momento y dispositivo electrónico. Queremos ofrecer la formación necesaria adaptándonos a las necesidades de nuestros clientes y empleados, de esta forma conseguimos más rentabilidad para Grupo Peña y para el taller.

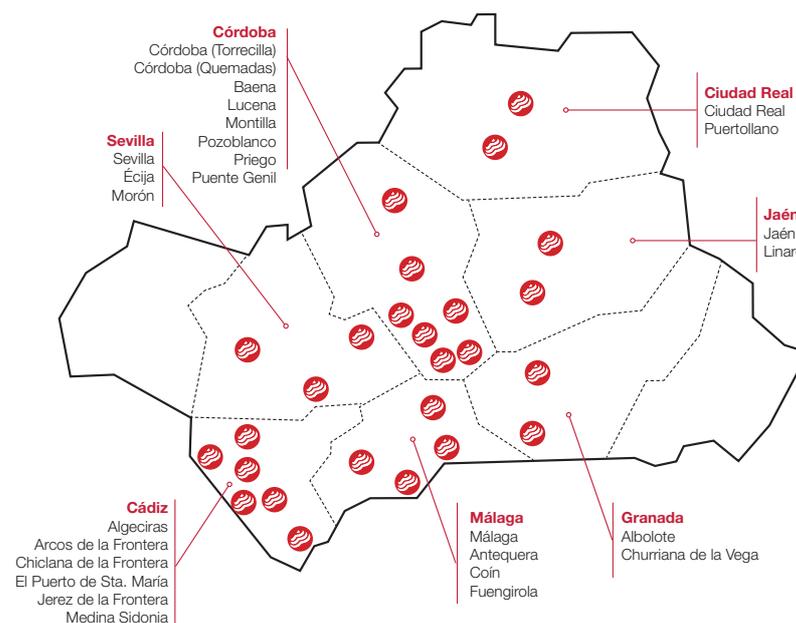


Un crecimiento consolidado

En 2019 conseguimos el último de nuestros hitos: llegamos a Sevilla, la capital andaluza. Con esta apertura, son 28 las sucursales que tenemos repartidas en las provincias de Córdoba, Granada, Cádiz, Jaén, Málaga, Ciudad Real y Sevilla.



El 8 de febrero de 2020, celebramos la última inauguración de una nueva sucursal, en la capital andaluza, Sevilla.



Grupo Peña cuenta en la actualidad con 28 sucursales ubicadas en la geografía española.

Todo lo contado hasta el momento ha sido vivido muy intensamente por todos los miembros de la organización, ya que hemos compartido logros y aprendizajes. Esta cronología estaría incompleta sin la visión de los empleados. Sin su ayuda e implicación en cada paso que ha dado Grupo Peña no podríamos haber llegado al punto actual: una empresa formada por un equipo humano de un excelente nivel que defiende su misión, su visión y sus valores por encima de cualquier interés material.

Línea de tiempo

I Hitos más destacados I

1971

Inicio de actividad en el centro de Córdoba. Apertura de Repuestos Peña en c/ Fray Luis de Granada

Francisco Peña Ortiz empieza a trabajar en Repuestos Peña

1974

Antonio Peña Ortiz empieza a trabajar en Repuestos Peña

1978

Apertura primera sucursal en la barriada de Cañero

1982

Creación y Apertura de Auto Frenos Sur (Especialidad Vehículo Industrial)

1983

Constitución de Repuestos Peña como Sociedad Limitada

Ampliación de las instalaciones de la tienda del Centro

1984

Creación y apertura de Bronitec

1986

Informatización de la gestión

1988

Nuevas instalaciones en Avenida de la Torrecilla (Córdoba)

1992

Nos unimos a Groupauto Unión

1994

Creación y apertura de “Tractores y Recambios” (Especialidad Agrícola)

1995

Apertura en Montilla (Primera sucursal en la provincia)

Se jubila Francisco Peña Ocaña

1996

Adquisición de empresa de pinturas (Pintucor)

Apertura de tiendas en Lucena, Baena y Las Quemadas

1997

Nueva tienda en Pozoblanco

Construcción de Amargacena

1998

Comienzo Red Eurotaller

Nace logo Grupo Peña

Bronitec

Apertura en Linares

2000

Creación de Peña de Baena

Nueva tienda en el Polígono el Granadal (Córdoba)

2001

Primera edición Feria de Muestras Peña Profesional

Apertura en Puente Genil

2000

Premio Comerciantes del Año, otorgado por la Cámara de Comercio de Córdoba

2002

Comienzo Red Intertaller

Apertura tienda en el barrio de Poniente en Córdoba

2003

Fusión de 5 empresas dando lugar a Grupo Peña Automoción

Nueva tienda en Priego de Córdoba

2004

Comienzo Red TopTruck

El fundador y la empresa reciben el premio “Cordobeses del año”

Apertura en Lucena

2005

Nacimiento del Programa de gestión de taller: Gestaller

Apertura de sucursal en Granada (Albolote)

Distribuidores oficiales de Citroen

2006

Dedicación exclusiva al canal profesional

2007

Puesta en valor del concepto “Hombre Peña”

Nueva tienda en Écija

2009

Adquisición de AutoSport Andalucía con 9 tiendas en Málaga y Cádiz

Apertura de Morón de la Frontera

Premio San Telmo

Empresa familiar

2010

Implantación programa gestión almacén (SGA)

2011

Celebramos el 40 aniversario

Inauguración de Chiclana

2012

Nueva tienda en Churriana de la Vega

2013

Adquisición de las primeras sucursales fuera de Andalucía (Ciudad Real y Puertollano)

Apertura en Medina Sidonia

Creación de la red Pro-Car

2014

Apertura en Málaga

Apertura en Algeciras

Apertura en Jerez

Apertura en Arcos de la Frontera

Unificación de especialidades en un solo Centro Logístico (Córdoba)

2016

Presentación AgroTaller, primera red europea multimarca agrícola

Nacimiento del catálogo electrónico GPCat e implantación de nueva estructura por líneas de negocio

Apertura en Fuengirola

2017

Actualización de la misión, visión y valores de empresa

Nueva sucursal en Jaén

2017

1ª Convención de la red AgroTaller

2018

Creación de Forum Conocimiento

2019

Finalizamos el año siendo 407 empleados

2020

Inauguración de la tienda de Sevilla

Forum Conocimiento 2020, edición virtual: “Innovar para avanzar”

GPAcademy. Presentación a clientes

2021

Grupo Peña cumple 50 años. Evento de Celebración

1ª Feria Virtual Peña Profesional





Peña Profesional

Miembros en Magisterio y Recursos para el Sector

Grupo Peña

Cámara



JUNTA DE ANDALUCÍA

CONSEJO REGULADOR DE TURISMO, COMERCIO Y EMPLEO

Cámara

Córdoba

www.camaracordoba.com



IFECO

Peña Profesional

Miembros en Magisterio y Recursos para el Sector

MACRO SOFA

CONDE

muebles & decoraciones

| Capítulo 2 |

El presente... *Grupo Peña Automoción*

| 2.1 |

Nuestra Empresa

Grupo Peña Automoción

Hablar de Grupo Peña es hablar de una empresa bien cimentada, con clara orientación hacia la satisfacción del cliente y que hace un constante esfuerzo por innovar, ser pioneros en el sector, para así responder a las expectativas de sus clientes, colaboradores y empleados.

Pero ¿qué es Grupo Peña? Se trata de una empresa con origen familiar y cordobés, dedicada principalmente a la venta de recambio del automóvil en la provincia de Andalucía y Ciudad Real, en concreto da servicio a 744 poblaciones, cubriendo el 25% del territorio nacional. Destaca por su capital humano de gran nivel formado por un equipo de 402 empleados que consiguen excelentes resultados.

Además, proporcionamos a nuestros más de 10.600 clientes, la mayoría de ellos talleres, todas las herramientas necesarias para que su taller sea lo más eficiente posible.

Esto ha convertido a Grupo Peña en líder del sector de la postventa de la automoción en Andalucía. De hecho, estamos posicionados entre las primeras 50 empresas familiares de nuestra región por nuestro volumen de



venta, alcanzando la cifra de 62 millones de euros en 2019. Contamos con 10.688 clientes profesionales de la reparación activos, con los que colaboramos estrechamente para lograr su transformación tecnológica.

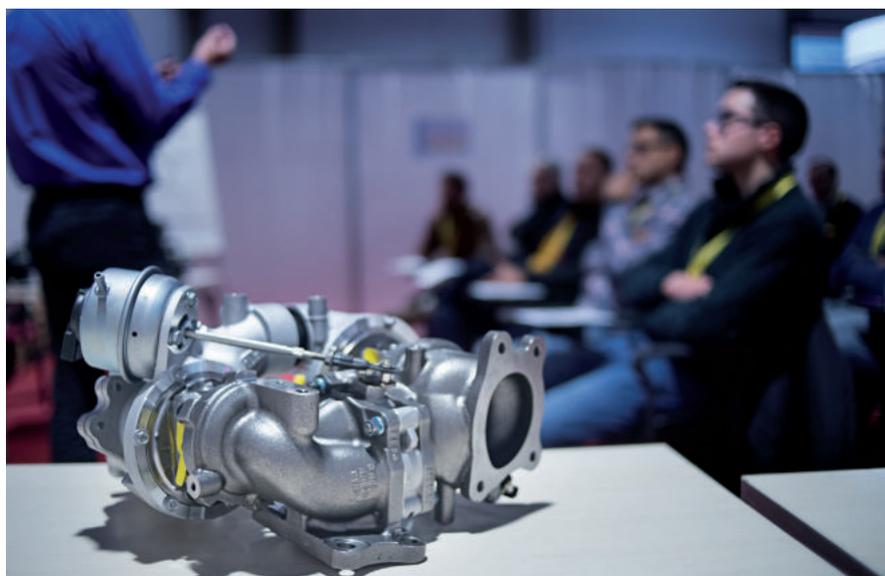
Y como claro reflejo de nuestra apuesta por la innovación, la transformación digital y el futuro, Grupo Peña es líder nacional del sector en digitalización, con un 30% de nuestras ventas a través del canal online.

Nuestra visión...

Nuestra **visión** la podemos resumir con dos palabras: CRECER CONTIGO. Queremos ser reconocidos como una empresa en la que se puede confiar y que mantiene con sus clientes una estrecha relación de colaboración. Tanta confianza y colaboración facilita que lleguen a vernos como el recambio que más rentabilidad aporta a sus negocios.

Esta visión nos mueve a celebrar todos los años **Peña Profesional**, un evento que acerca a nuestros clientes las últimas novedades tecnológicas, demostraciones





en los stands para acercar al taller las tendencias más recientes, exposiciones de todas las especialidades como pintura y carrocería, inyección diésel y gasolina, electricidad, climatización, neumáticos, accesorios, etc. A todo ello se le unen otras áreas de servicio al taller: redes, catálogos electrónicos, formación, etc.

El objetivo es conseguir que los clientes estén a la vanguardia en el sector de la reparación.

Por otro lado, hemos desarrollado una división especializada en formación presencial denominada **Forum Conocimiento** que mediante clases, seminarios, foros y otros medios, acerca el conocimiento, los productos, las novedades y la innovación a nuestros talleres asociados a las redes.

Por lo tanto, la **misión** de Grupo Peña es proveer **soluciones integrales** para nuestros clientes. De manera que, hoy por hoy, somos más que meros recambistas para nuestros clientes, somos su proveedor de “soluciones integrales” que les facilita la actividad de su negocio. **Siempre estamos cuando nos necesita.**

Nuestros objetivos...

Nuestra visión marca la dirección de nuestros principales objetivos que podemos agrupar y resumir en dos grandes campos:

1. Hacer que la **experiencia del cliente** con Grupo Peña sea inmejorable. Y es que no queremos limitarnos a ofrecer únicamente un producto de calidad, a un precio competitivo, sino que buscamos ofrecer también un servicio del mejor nivel. Se trata de dar un servicio integral y completo a nuestros clientes que abarque los más amplios aspectos de sus negocios, de manera que nuestros clientes se sientan arropados por un grupo que no se estanca y que avanza a la misma velocidad de innovación que hay en el sector y en el mundo comercial.

2. Llevar a cabo una **Transformación digital** que permitirá explorar nuevas oportunidades contando con los recursos actuales, reinventar las funciones operativas con las que poder conseguir el primer objetivo. Se trata de potenciar nuestros eventos, comunicaciones y formaciones, pero dándole un carácter más actual y de futuro... la digitalización. Algo que nos conducirá al aumento de nuestra presencia y utilización digital dirigida a eventos digitales, comunicación digital, formación digital, redes sociales y marketing digital. A todo esto, queremos incluir la potenciación y dinamización de la venta online que ya hemos iniciado.



Nuestros valores...

¿Qué **valores** mueven a Grupo Peña a actuar? El pensamiento que implantó y demostró con ejemplo el fundador: **la satisfacción del cliente asegura el futuro**. Y esa es la inspiración diaria que da sentido al trabajo de nuestra organización.

Son las características personales y profesionales que definen al Hombre y a la Mujer Peña, parte de nuestro ADN. Añadimos nuestra actitud orientada a “YO me comprometo”, “YO trabajo en equipo” y “YO estoy abierto al cambio”.

Pero, no se trata de una relación unidireccional, queremos crecer CONTIGO... nuestros clientes, proveedores y colaboradores. No queremos imponer nuestros criterios, más bien, queremos saber qué piensan, necesitan y quieren nuestros clientes para cubrir esas necesidades y, por qué no, también sus deseos.

Esto nos hace trabajar y planificar nuestro futuro con una mente abierta a la innovación. Influida no solo por las tendencias del mercado, sino por las sugerencias (feedback) de quienes nos acompañan



en nuestro camino... nuestros clientes, proveedores, colaboradores y, sin olvidar, nuestro importante equipo humano.

Todo esto se traduce en una constante y ardua búsqueda de NUEVAS mejoras, NUEVOS cambios, NUEVOS criterios, NUEVAS ideas... evolucionar y adelantarnos a las necesidades y tendencias del sector.



Oferta de productos

Ofrecemos a nuestros clientes recambios para turismo, vehículo agrícola, vehículo industrial, pinturas y herramientas para el taller, ofreciendo un producto de calidad y de las mejores marcas. Durante estos 50 años, siempre hemos tratado de estar actualizados en las nuevas tecnologías del automóvil, añadiendo a nuestras líneas de producto lo necesario

para conseguir un servicio integral de suministro de recambios para el taller.

Actualmente contamos con un total de 45.000 m², o lo que es lo mismo, más de 6 campos de fútbol, con pasillos infinitos de estanterías que almacenan más de 100.000 referencias de artículos diferentes, con un stock de más de 1.000.000 (un millón) de unidades, para asegurar un servicio inmediato a nuestros clientes. Todo estos productos son gestionados por un excelente equipo logístico que utiliza un sistema de pockets facilitando la rápida gestión y atención de 8.000 pedidos diarios de media (1.920.000 pedidos al año).

También nos hemos acercado a nuestros clientes mediante la apertura de nuevas sucursales, con un total de 28 tiendas, que junto con una completa red de 115 rutas de reparto y 197 vehículos, han hecho que podamos llegar más lejos y en el menor tiempo posible. Para ser más exactos, recorreremos 29.708 km diarios, lo que se traduce en algo más de 195 vueltas a la tierra en un solo año. ¡Emocionante!





Oferta de servicios

En este sentido, las **redes de talleres** nos han permitido dar servicio a 898 talleres asociados a los que proporcionamos información, formación, informática y marketing, consiguiendo una proyección en sus negocios y con resultados muy positivos para la actividad del taller.



Junto a nuestra amplia y variada gama de productos, también disponemos de un taller de hidráulica y servicio de reparación de maquinaria, completando nuestro servicio integral al cliente.

Queremos llevar la innovación a nuestros clientes. Nos referimos al diverso catálogo de servicios al que pueden optar nuestros clientes, como GPCat, Gestaller, GPAcademy o las tiendas online.

 **GPCat:** una herramienta con idea original de Grupo Peña y programada y desplegada por *Desarrollos Informáticos BJ*, que ha supuesto una revolución en el sector. Se trata de un catálogo que facilita la búsqueda de recambios para los profesionales y les aporta rapidez, ya que obtienen información sobre la disponibilidad del producto, qué precio tiene y cuándo le llegaría al taller. Todo esto con la comodidad de una herramienta online que ahorra tiempo de llamadas telefónicas.

Este software cuenta con una gran cantidad de funciones útiles como la búsqueda por matrícula, por referencia original, por cada especialidad, además de todos los buscadores específicos de los productos de más rotación. GPCat también permite hacer un seguimiento de los pedidos y de la facturación, todo concentrado en una misma herramienta que ayuda a la gestión de su negocio.

Trabajamos continuamente para mejorarla, por eso, en las últimas semanas, hemos mejorado la

herramienta con las suscripciones a **GPCat OEM**, que es un buscador por medio del programa oficial de la marca pero que a su vez nos devuelve los resultados del recambio libre, y **GPCat Premium**, el cual trata de ayudar a los talleres con los tiempos de reparación y seguimientos del mantenimiento con muchas ventajas para elaborar sus presupuestos. Además, incluye algunas novedades como los catálogos agrícolas oficiales y nuevos buscadores específicos para seguir haciendo fácil la búsqueda de todos los productos.



GesTaller: un programa de facturación creado por Grupo Peña y la empresa *Desarrollos Informáticos BJ* para atender las tareas del taller y proporcionar una mayor rentabilidad y control integral de su actividad. Está adaptado a las necesidades de los propios usuarios, independientemente del tamaño de su taller, y les permite ahorrar tiempo en las tareas administrativas, a la vez que poder gestionar datos fundamentales de su negocio y automatizar procesos y comunicaciones con sus clientes.

Dispone de integración total con Grupo Peña, tanto con nuestro catálogo de recambio GPCat, como con el apartado de descarga de albaranes de compra, permitiendo actualizar, según lo necesite, el stock de su almacén.

Ofrece, además, la posibilidad de incorporar dos aplicaciones complementarias como son:

1. El control de tiempos de los operarios o ticaje, con el que podrá conocer el tiempo invertido por cada trabajador en las diferentes reparaciones.
2. Recepción activa utilizando una Tablet, con la que realizar la apertura de la orden, pedido de piezas, inspección visual del vehículo y recogida de la firma digitalizada del cliente en la documentación.



GPCademy: un nuevo entorno de formación online, que reúne toda la información necesaria y la pone a disposición de todo aquel que necesite formación para desarrollar su trabajo de forma eficaz. Así, GPCademy facilita la formación, no sólo a los miembros de Grupo Peña, sino también, de manera significativa, a sus clientes. Además, esta formación está impartida en su mayor parte por profesionales de Grupo Peña y cubre todas las áreas necesarias. En Grupo Peña, el concepto de formación ha sido un valor añadido en nuestro trabajo desde los primeros años de andadura en el sector. Ya sea de la mano de proveedores o empresas especializadas, hemos querido encontrar la

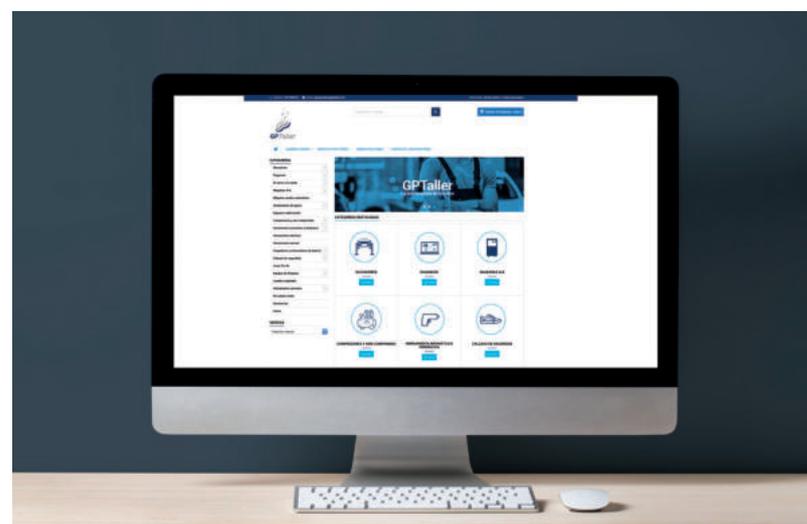


respuesta a las necesidades de nuestro equipo y clientes Por eso, con esta herramienta online conseguimos dar formación a todo aquel que necesite mantener su negocio actualizado y ser lo más rentable posible.

3.000 referencias. Estas tiendas online no solo venden productos, sino que también cuentan con fichas técnicas y tutoriales para aprender su uso.



GPTaller y GPPinturas: tiendas online que nos acercan más al cliente nacional ya que pone a su disposición un catálogo con más de



Datos de interés

Posición en el Ranking del sector	Entre las primeras 50 empresas familiares de Andalucía
Volumen de Venta en el 2019	61.376.409 €
Número de referencias de Artículos	100.000 referencias
Categorías de Artículos	300 subgrupos de producto
Artículos en stock	1.000.000 unidades en stock
Pedidos atendidos a diario	8.000 de media
Nº de Clientes	10.688 clientes
Nº de Talleres asociados a las Redes	898
Distancia diaria recorrida en repartos	29.708 km
Líneas de Venta	2.149.338
Nº de Empleados	402
Flota logística	197 vehículos
Sucursales	28
Tamaño de todas las instalaciones y de almacenaje	45.000 m²
Territorio comercial	Hasta el momento estamos centrados en Andalucía y Ciudad Real distribuido en 744 poblaciones , y organizado en 115 rutas . Esto supone el 25% del territorio nacional

| 2.2 |

Redes de Talleres

El resultado de escuchar a nuestros clientes

Las redes de talleres tienen, desde hace casi 25 años, el objetivo de colaborar con el taller en su día a día, facilitando las herramientas con las que hacer frente a los cambios que se están produciendo en el sector de la automoción, tanto a nivel técnico, como en el desempeño del propio negocio de la reparación.

En consecuencia, el desarrollo de las redes ha supuesto, sin lugar a dudas, un antes y un después en la capacidad del taller. Les ha dado la oportunidad de acceder a toda una serie de servicios que son la clave para el mantenimiento y desarrollo de su negocio en un mercado cada vez más cambiante y que, a día de hoy, exige al taller acceder a una formación, una imagen, unas plataformas de información, un recambio, unos servicios y campañas de marketing que sólo las redes son capaces de ofrecer.

El resultado de todos estos años de desarrollo de las redes es claro: el nivel del taller independiente asociado a redes ha evolucionado hasta ponerse al nivel de las redes oficiales. Incluso podemos afirmar que lo superan cada vez en más aspectos: aumentando su cuota de mercado, mejorando su imagen y, sobre todo, la confianza de los clientes tanto particulares como corporativos. Finalmente, esto ha supuesto una mayor profesionalización del sector que ha sido posible, en gran medida, gracias al concepto de las Redes de Talleres.



Grupoauto Unión Ibérica (GAUib)

Grupo Peña inició su andadura con las redes de talleres en la década de los noventa gracias a D. Fernando Pardo y D. Juan Antonio Cañadas, quienes tuvieron la visión de escuchar las necesidades del taller y desarrollar, además del grupo nacional de recambistas, las redes de talleres.

De esta manera, Groupauto encontró en Grupo Peña el socio perfecto para desarrollar este concepto en las zonas de Córdoba, Sevilla y Jaén inicialmente, creando, desde entonces, una unión de colaboración e innovación constantes entre Groupauto y Grupo Peña.

Podemos decir sin equivocarnos que Grupo Peña ha destacado históricamente como uno de los Socios de Groupauto Unión Ibérica más convencido de la necesidad de trabajar estrechamente cada día

como colectivo, anteponiendo los intereses del conjunto a los de su propia organización. No se trata únicamente de una actitud de Grupo Peña, sino que la misma se fundamenta en la profunda convicción de sus responsables relacionada con la razón de ser de nuestro Grupo: la fuerza del conjunto es mucho mayor que la suma de las contribuciones de cada uno de los miembros que lo componen.

El sello propio que Grupo Peña imprime a la relación con sus clientes permite mantener un contacto permanente para colaborar en todas las iniciativas que promueven habitualmente con ellos, a través de una amplia oferta de eventos en los que el “Cliente Peña” siempre está presente: inaugurar nuevas instalaciones, congresos, convenciones, y participar en la muestra “Peña Profesional”, todo un referente

en el sector por el volumen de participación la excelencia en la organización y las permanentes novedades que nos depara cada nueva edición. Y su iniciativa, Forum Conocimiento que, más allá de la excepcional calidad de sus contenidos y ponentes, aporta a los talleres una visión sobre el futuro del mantenimiento y la reparación de vehículos, aspecto imprescindible para apoyar sus procesos de toma de decisiones, especialmente en áreas clave como la inversión y la formación continua, así como hacer frente a la permanente evolución tecnológica de los vehículos que es, sin ningún género de dudas, uno de los sectores más dinámicos a nivel mundial.

Esta gran capacidad de innovación de Grupo Peña ha representado para Groupauto Unión Ibérica una fuente de inspiración y un desafío permanente para

ofrecer valor a la altura de sus expectativas. Esta capacidad innovadora es el resultado de aplicar un concepto que es el pilar fundamental sobre el que se sustenta la cultura de Grupo Peña, que no es otro que el de “poner en cuestión” sistemáticamente sus procesos para mejorarlos de forma continua con el fin de hacerlos más eficientes y, por encima de todo, aportar más valor a sus clientes.

Según Juan Carlos Pérez Castellanos, “lo más destacable en Grupo Peña es la calidad humana y profesional tanto del equipo directivo como de todos los “hombres y mujeres Peña” que han contribuido a estrechar los lazos entre nuestras respectivas organizaciones y continuarán siendo la base sobre la que seguiremos construyendo juntos nuestro futuro.”



EuroTaller

Grupo Peña ha tenido un papel destacado en EuroTaller desde su creación en el año 1998, siendo miembro fundador de la Red y el distribuidor de referencia en todo el proceso de creación de los primeros grupos de talleres. Cabe destacar que el primer EuroTaller de España fue incorporado por Grupo Peña a la red, y se trataba de Talleres Camacho (Lucena).

Desde los inicios, Grupo Peña tuvo muy claro su apuesta por esa nueva fórmula de relación con el taller y lo ha llevado a su máxima expresión a lo largo de los años, siendo precisamente EuroTaller la primera Red desplegada en Groupauto y la pionera de otras que vendrían después.



l Talleres Camacho fue el primer EuroTaller de España, incorporado a la red por Grupo Peña.



l En 1999 tuvo lugar un Congreso Internacional EuroTaller en Linares, Jaén.



La informatización del taller ha sido siempre una máxima en EuroTaller.

Desde ese momento, Grupo Peña no ha dejado de dedicarse al desarrollo de la red, afianzando sus pilares: Formación, Información, Imagen y Marketing, y siendo pionero en la informatización del taller, facilitando a muchos de los EuroTalleres sus primeros equipos informáticos y proporcionarles un software específico para la gestión del taller (Gestaller).

Posteriormente ha seguido teniendo un papel relevante en la puesta en marcha de diferentes proyectos, como ha sido constituir el primer grupo de EuroTalleres especialistas en carrocería, o el inicio de la formación comercial y de gestión.







En la actualidad, con 170 EuroTalleres abanderados, Grupo Peña se consolida como el distribuidor nacional de Groupauto con más talleres adheridos a la red EuroTaller.

Todo esto ha hecho que EuroTaller sea desde el principio, un referente en lo que a redes de talleres se refiere, marcando la pauta en el mercado español y definiendo los servicios que, posteriormente, se han ido imponiendo como imprescindibles para cualquier taller que quiera avanzar y mirar al futuro de una forma sostenible y rentable. Si por algo se ha distinguido EuroTaller ha sido y es por la innovación constante en el desarrollo de todos estos servicios, adelantándose al resto del mercado.

A nivel europeo, EuroTaller es parte del concepto internacional EuroGarage, que sigue avanzando como la gran Red Multimarca a nivel mundial y que, igualmente, es el referente a nivel de innovación y desarrollos conjuntos para todos sus miembros en todos los países donde está presente.

/ Convención EuroTaller en Lisboa.







InterTaller

En el 2001, se recibe por parte de clientes de Grupo Peña la demanda de poder acceder a los mismos servicios que recibía la red Eurotaller, pero que por cercanía a otro taller de la red o por los compromisos que estos conllevaba, no podían acceder a ella.

Esta petición se trasladó a Grupo Unión y se comenzó a implantar en la zona de Grupo Peña la red InterTaller, manteniendo las bases y principios



que se emplearon para Eurotaller pero adaptándose a las necesidades que tenían estos talleres. De esta manera, Grupo Peña ha sido el impulsor y alma del proyecto durante sus primeros años y liderando la creación de la Red hasta que ha adquirido un carácter nacional tras los primeros años.

En 2008, y ya con más de 100 InterTalleres en la zona de distribución de Grupo Peña, Groupauto extendió



la red InterTaller entre los diferentes socios del grupo para conseguir hacer de ella la otra gran red nacional que es hoy en día, siguiendo las bases sobre las que se asientan las redes de Groupauto: formación, imagen, información y marketing.

Se trata de una Red de talleres multimarca con la última tecnología, servicio y cobertura unidos para responder a las demandas de Talleres y Usuarios,



/ Congreso Intertaller 2013

con una marcada estrategia de proximidad al cliente. Consiste en un programa concebido para asegurar la fidelidad del taller mecánico multimarca, desde el punto de vista comercial, con los Distribuidores, que GAUIb pone a disposición de todos sus Socios.

Hoy el taller recibe constantes propuestas de un importante número de proveedores, ofreciendo el mismo producto, similar servicio de entregas, precios competitivos, promociones, etc. Es decir, no hay una oferta diferenciadora. El taller necesita y demanda, además de estos productos, precio y logística, algo más. Se hace imprescindible la Formación en nuevas tecnologías: gestión de motor, técnicas de diagnóstico y sistemas electrónicos, todo un programa de técnicas de reparación y sistemas



de pintado, así como una necesaria Información con datos constantemente actualizados, sin la cual no podría desarrollar su labor diaria. También necesita un Centro de Asistencia Técnica que le resuelva dudas o problemas sobre el terreno y la posibilidad, a través de Internet, de acceder a una extensísima base de datos online de información para la reparación.

Atrás quedaron los tiempos en los que un producto o servicio se vendía sólo, ahora debemos atraer al consumidor a nuestros servicios. Todo taller debe tener una imagen atractiva para “seducir” al automovilista y mostrarse como una Red nacional fuerte que transmita confianza, y complementada con acciones de Marketing coordinadas que incrementen el número de clientes y la fidelidad al taller. Estos cuatro pilares: FORMACIÓN, INFORMACIÓN, IMAGEN Y MARKETING, son los que





InterTaller ha desarrollado e implantado, con un importante éxito cuantitativo – ventas – y cualitativo – reconocimiento – para sus Socios. InterTaller ha ido creciendo año tras año y ya es una red clave a nivel nacional, con un despliegue ágil, flexible, y con un componente innovador cada vez más importante, con una clara vocación de servicio, tanto al taller directamente, como al conductor, con herramientas y valores añadidos que hace que cada vez más talleres opten por la optimización de sus recursos con InterTaller.

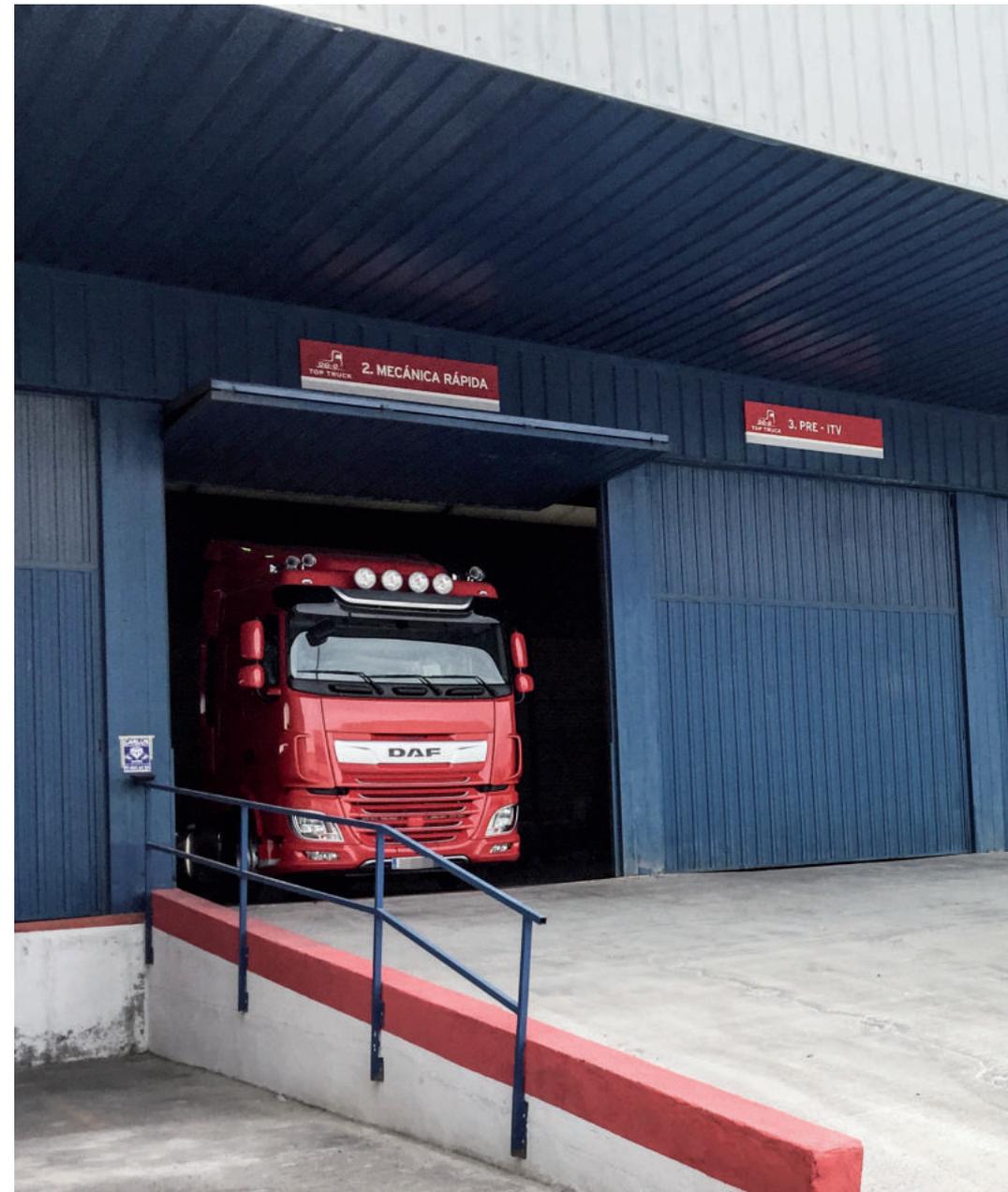




TopTruck

Al igual que en las anteriores, Grupo Peña fue pionero en la implantación de esta red. Tenía claro una cosa, no solo querían ofrecer a sus clientes el mejor servicio de recambios al mejor precio, querían ofrecer un servicio completo al taller de Vehículo Industrial poniendo a su alcance la formación en los diferentes sistemas, trabajando y apoyando al taller como algo más que su distribuidor de recambios. Su función es cubrir las necesidades que estaban teniendo los talleres de reparación de Vehículo Industrial.

Fue en 2005 cuando se hizo necesario poner a disposición del taller un soporte técnico y una formación multimarca que, hasta esa fecha, estaba cautiva por los propios fabricantes y con difícil acceso por parte del taller independiente.



De manera que, con la experiencia adquirida durante años en el desarrollo de las redes de turismo, Grupo Peña tenía clara su apuesta por el Vehículo Industrial. Así que, cuando desde Groupauto se planteó la creación de la Red de Vehículo Industrial Top Truck, Grupo Peña apostó por ella y, a lo largo de



los años, ha sido uno de los socios que ha conseguido mantener la cantidad y la calidad necesaria de la Red Top Truck en las provincias donde desarrolla su negocio. El apoyo constante de la directiva y los trabajadores de Grupo Peña ha hecho posible que hoy tengamos los talleres más cualificados para prestar servicio a todas las empresas de transporte





de Andalucía, siendo un referente, no solo en la distribución de recambios sino, en servicios de valor añadido a sus clientes.

Actualmente, el soporte técnico junto con la formación siguen siendo los servicios más valorados por los talleres que pertenecen a la red Top Truck, haciendo de ella un referente en toda Europa. Son más de 100 Top Trucks en toda España, de los que 20 de ellos son talleres abanderados por Grupo Peña, y más de 700 talleres en Europa, consiguiendo ser la red especialista para reparación del Vehículo Industrial multimarca con más puntos de servicio en toda España y, la mejor preparada del mercado para afrontar los nuevos retos y las nuevas tecnologías implantadas en los camiones.





AgroTaller

En noviembre de 2016, Grupo Peña presentó AgroTaller como respuesta a las necesidades empresariales de este importante segmento de la posventa, pues hasta el momento no estaban siendo atendidas. Además, la evolución de la maquinaria agrícola era evidente y los clientes demandaban más formación.

La situación en aquel entonces era la siguiente: cada vez había menos talleres y mecánicos orientados a reparaciones agrícolas, escasa formación y, por si fuera poco, la edad media de un mecánico de reparaciones agrícolas estaba en torno a 58 años, surgiendo la pregunta ¿y las siguientes generaciones? Además, por un cambio de estrategia en los concesionarios, los talleres se quedaban sin representar, sin formación y



En 2016 Grupo Peña presentó AgroTaller, la primera red multimarca de Europa de Vehículos Agrícolas.

obligados a reconvertirse en talleres multimarca. Los clientes demandaban formación en electricidad, aire acondicionado e hidráulica entre otros. Pero lo más importante, nos estábamos dando cuenta de que teníamos infinidad de consejeros activos y solo había que atenderlos. Teníamos claro que nuestro compromiso con los talleres era escuchar sus peticiones y sobre todo adaptarlas a nuestro concepto de Red.



Seguíamos avanzando en el interés de montar una red pero nos faltaba la herramienta con la que diagnosticar el error. Teníamos que avanzar y vimos que la máquina de diagnosis multimarca funcionaba con lo que queríamos y, sobre todo, incorporaba atención telefónica orientada al diagnóstico.

Llegado a este punto, es de obligado cumplimiento mencionar a Enrique Roda quien tuvo un papel fundamental en la creación de AgroTaller.



Enrique Roda en la presentación de Agrotaller

Lleva desde los 19 años en la división Agrícola y ya representaba en esta especialidad el Grupo Same con las marcas Lamborghini, Same, Hürlimann y Deutz. Años después aparte del Grupo Same también representaba a Grupo Agco con las marcas Massey Ferguson y Fendt. Posteriormente, fue responsable de recambios agrícolas desde el año 2009 y, a partir

del año 2015 es Jefe de Unidad de Negocio de la División Agrícola.

Dejemos que sea el mismo Enrique quien nos explique en qué momento surgió la creación de AgroTaller:

“Después de varios años de responsable, teníamos el escenario ideal para montar la red pero nos faltaba esa herramienta de diagnosis que nos diera ese salto de calidad y, en una conversación con Pablo Peña, vimos que lo ideal sería ver personalmente y hacer un curso en las instalaciones de Cojali (herramienta diagnosis Jaltest Agv). En abril 2016 asistimos dos comerciales y yo al curso. Una vez terminado, hice un informe de lo que vi y sinceramente ERA LO QUE NECESITÁBAMOS, lo que nos permitió marcarnos una línea de trabajo.

Casualmente tuvimos una visita de un Eurotaller de Jerez en julio del mismo año y, entre otras cosas y de imprevisto, al cliente se le ocurrió preguntar a Antonio Peña que para cuándo la Red Agrícola, pues el sector del taller agrícola estaba desatendido, y eso provocó una pregunta de Antonio Peña: `Enrique ¿para cuándo?` A lo que contesté al momento: `Cuando queráis, ya tenemos lo que necesitamos` y le expliqué a esa mesa lo que Pablo Peña y yo avanzamos anteriormente. Solo hubo que diseñar un plan con fechas y, en noviembre del mismo año 2016, se hizo la presentación de Agrotaller.”



La formación continua de AgroTaller hace que todo el equipo avance.

De esta manera, nació AgroTaller, la primera red multimarca de Europa de Vehículos Agrícolas. Esta red aporta a los talleres las herramientas más innovadoras para poder avanzar en el sector empresarial de la reparación de vehículos agrícolas.

Por otro lado, proyectar una buena imagen al cliente es crucial en nuestro negocio, pues el exterior de las instalaciones es nuestra mejor tarjeta de presentación. Por este motivo, en AgroTaller hemos desarrollado una imagen moderna y muy unida a la agricultura.

La formación continua de AgroTaller da la capacitación necesaria para afrontar con solvencia las averías más complejas. Este asunto se debe considerar una inversión de futuro, ya que el éxito y la rentabilidad del negocio dependerá de estar capacitados conforme a la evolución tecnológica y los nuevos sistemas anticontaminación. Es decir, seguir andando hacia el futuro evitando quedar estancados.

En AgroTaller hemos diseñado un plan de marketing en el que, además de premiar la elección de nuestro

taller para su reparación, reforzamos el recuerdo y la imagen del mismo.

A todos los demás puntos le sumamos el programa de gestión y la orientación a la rentabilidad del negocio y, actualmente, nuestro GPCat web a la que estamos incorporando catálogos de despieces para facilitar el trabajo y ganar tiempo en desmontajes y montajes.

1ª Convención de AgroTaller

Finalmente, mencionar que los días 16 y 17 de septiembre de 2017 tuvo lugar en Córdoba la primera convención de la red Agrotaller, red nacional orientada al taller multimarca para los vehículos agrícolas.



En septiembre de 2017 pudimos disfrutar de una jornada de convivencia tras la 1ª Convención de AgroTaller.



Participaron en este encuentro cerca de 170 personas por parte de los talleres agrícolas adheridos a la red Agrotaller, procedentes de las provincias andaluzas y Ciudad Real.

La convención se desarrolló en FORUM, instalaciones habilitadas por Grupo Peña como centro de formación para sus redes, donde se habló de los últimos avances tecnológicos en lubricación, la importancia de la formación continua con la red AgroTaller, de las próximas acciones promocionales, los logros obtenidos hasta el momento por la Red, de la importancia de la comunicación dentro de la misma y la presentación de la web AgroTaller.

Para terminar con este fin de semana completo de actividad, el domingo se disfrutó de una jornada de convivencia al aire libre, donde se pudo disfrutar de un amplio abanico de actividades multiaventura que permitieron afianzar vínculos entre los asistentes.





Pro-Car

Pro-Car es una red de Grupo Peña que ofrece una batería de servicios que ayudan a los talleres a ser más rentables. Así, esta red tiene un magnífico encaje con la estrategia corporativa, ya que la visión de una empresa debe ser que sus clientes los vean como el distribuidor que más rentabilidad aporta a sus negocios.

El lema en el origen de esta red fue “Libre con la fuerza de una red”, expresando el sentimiento del que no tiene ataduras a ningún distribuidor, pero sí comprometerse con la filosofía de dar acceso a cualquier cliente a los servicios de una red, sin necesidad de formar parte de una de ellas, pensando en que cada cliente debe tener la oportunidad de mejorar su rentabilidad con estos servicios.

Posteriormente, llegaría el turno de incrementar los esfuerzos para poder fidelizar lo máximo posible las compras del cliente.

Muchos clientes tenían la necesidad de algunas ventajas de las redes pero, por recursos o porque estaban muy cerca de otros clientes de redes, no podían acceder a una red. Este es otro de los motivos que, unido a la experiencia de años anteriores, dio lugar al nacimiento de Pro-Car.





Anteriormente, hacíamos campañas que se llamaban “Campaña Blanca”, dirigidas a aquellos talleres que no pertenecían a ninguna red, pero querían ofrecer a sus clientes algunos artículos de regalo personalizados. Estos regalos se los hacíamos llegar con la promoción que gestionaban nuestros comerciales. De esta manera, esta campaña permitió motivar a clientes que, posteriormente, entraban en alguna red de taller.



Más adelante, la captación de talleres en su origen se realizó mediante la celebración de reuniones sectoriales con los clientes interesados. En estas reuniones se presentaba la red y, en la misma reunión, muchos clientes firmaban el contrato de adhesión. Una mecánica que nos funcionó en todas las zonas y que, actualmente, hace que Pro-Car sea la red de Grupo Peña con más número de clientes.

En los comienzos, Jose Antonio Roda tuvo un papel destacado en la creación de Pro-Car. Él nos cuenta: “Ante la problemática de no poder ofrecer los servicios mínimos a algunos talleres por la confluencia en el mismo lugar o cercanía con otros talleres Eurotalleres o Intertalleres, formé parte del equipo de diseño de la estrategia y plan



de implantación de Pro-Car. Además, participé activamente en la presentación de cómo mejorar la rentabilidad de los talleres con la red Pro-Car a los clientes en cada zona”.

A día de hoy, la captación de talleres se hace con presentaciones personales a clientes donde se les explica todas las virtudes de la red para que llegue a ser más rentable.

Por consiguiente, podemos decir que Pro-Car es una red personalizada, en la que el cliente puede

seguir manteniendo su propia identidad corporativa, pero con la posibilidad de seguir formándose con las escuelas de automoción líderes que les permita realizar las reparaciones con la mayor rentabilidad posible. Además, ofrecemos al taller la posibilidad de que adopte la imagen de la red y, aunque no es obligatoria, muchos clientes la han adquirido por su diseño moderno e innovador.

De esta manera, la metodología de Pro-Car es que el cliente contrata aquellos servicios que necesita y que están disponibles en la red. De esta forma, como si

fuera a la carta, el cliente elige la oferta que mejor se adapta a sus necesidades de formación, consultoría, imagen y software en base a su especialidad: Turismo, Agrícola o Industrial.

Además, cuenta con distintas alternativas de entidades de formación y de consultoría seleccionables por el cliente según sus propios intereses.

Algunas de estas formaciones disponibles son:

Formación electromecánica

Una de las claves del futuro de nuestro sector será estar formado en las nuevas tecnologías que están surgiendo en la automoción. Los sistemas anticontaminación, los vehículos eléctricos, híbridos, de pila de hidrógeno, implantación de la telemática... hacen que hoy por hoy nuestra preparación sea imprescindible. También contar con personal cualificado, disminuirá los tiempos medios de las reparaciones y dará como resultado una mayor rentabilidad en su negocio

Formación carrocera

Cursos presenciales impartidos por Centro Zaragoza y dirigidos al conocimiento de las nuevas técnicas de reparación de los daños de carrocería y pintado de vehículos.



Formación de gestión comercial y gestión presencial

Formación en marketing, técnicas de venta, gestión del taller económico financiero y organización del taller.

Formación OnLine

Disponemos de una plataforma de última generación que facilita el aprendizaje, a través de los más novedosos métodos como vídeos técnicos y 3D multimedia, posibilitando, además, un acceso inmediato a los cursos desde cualquier lugar con conexión a Internet.

| 2.3 |

Nuestros empleados

Nuestros empleados, los cimientos de Grupo Peña

En Grupo Peña el factor humano es prioritario y no solo el impulso por los números y las ganancias. Si bien tener que pagar las cuentas y ser rentable es una necesidad, también lo es crear una buena cultura dentro de la empresa para que los empleados se sientan felices de pertenecer a la organización y den su mayor esfuerzo para lograr la satisfacción del cliente.

Nuestra empresa está formada por “hombres y mujeres Peña”, definición que utilizamos mucho y con la que nos referimos orgullosos a nuestro equipo. El hombre y la mujer Peña son 402 profesionales en los que confiamos, personas sin las que Grupo Peña no podría funcionar. En su experiencia y su desempeño, vemos bien reflejada la visión de nuestra empresa: “Palabras como compromiso y responsabilidad, juegan un papel protagonista que contribuye a desarrollar nuestra identidad.”

Para Grupo Peña, el equipo humano con el que contamos es muy valioso. Por eso, un aspecto por el que queremos definirnos es por dar formación a nuestros empleados. El aprendizaje continuo es fundamental para el desarrollo de un profesional, y nosotros queremos cultivar buenos profesionales en nuestra empresa. El camino de un hombre o mujer Peña puede dirigirse hacia donde él o ella quiera,

porque nos proponemos dar libertad al desarrollo profesional de nuestro equipo.

En consecuencia, no podíamos dejar pasar la ocasión de estos 50 años de trabajo sin recoger los pensamientos de compañeros que llevan con nosotros más de 20 años. Son personas que, por su profesionalidad y dedicación, han contribuido a la historia, el crecimiento y la consolidación de Grupo Peña Automoción.



Grupo Peña

Yonatan de la Rica

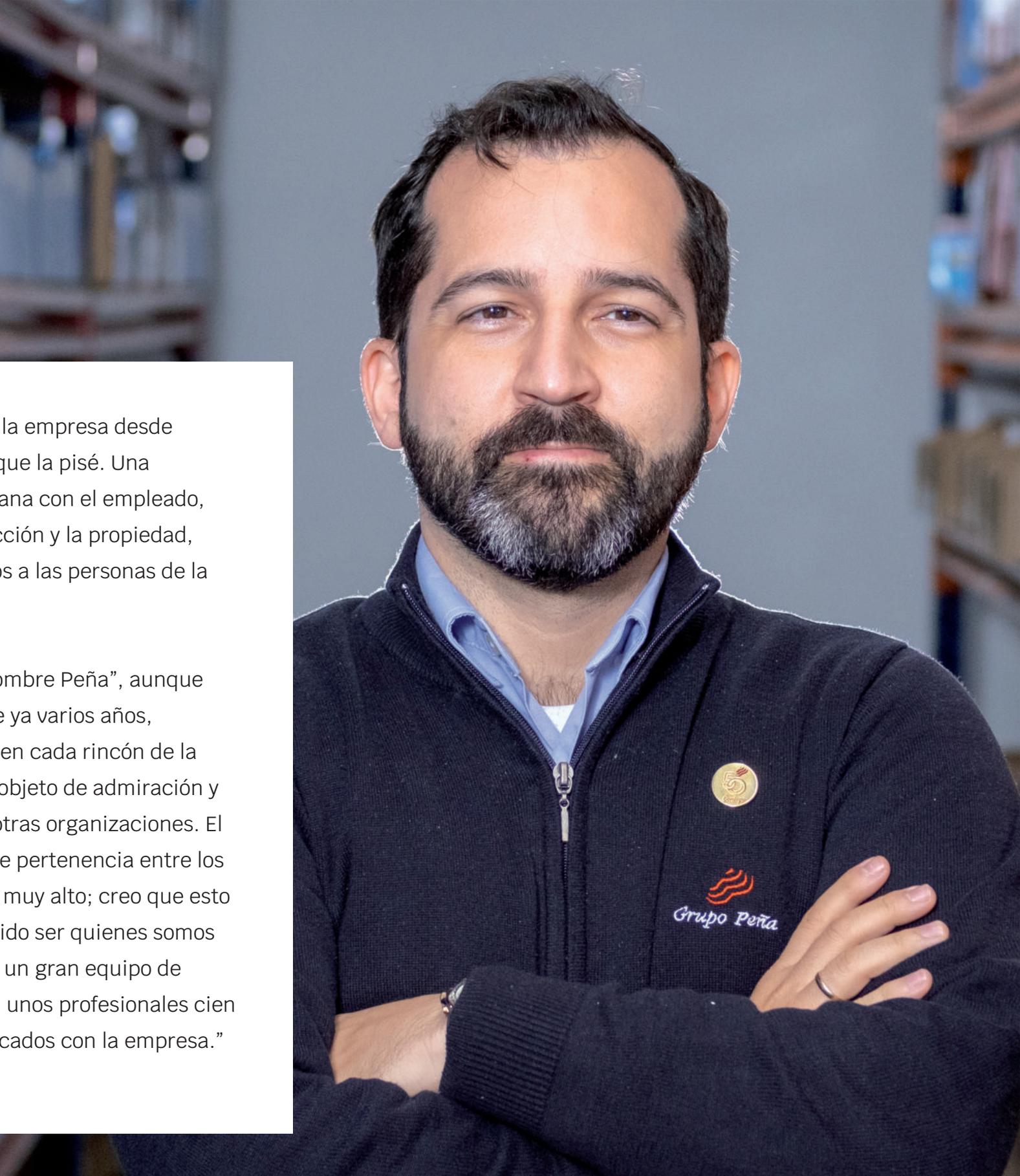
Empezamos entrevistando a Yonatan de la Rica, responsable de Multicentro en la zona de Málaga. Con tan solo 38 años lleva media vida trabajando en Grupo Peña. Con su familia nos une un fuerte vínculo, pues su padre Manuel de la Rica se jubiló en nuestras oficinas hace muy poco después de 20 años en la empresa. Dos hombres que llegaron como clientes recibiendo servicio para su empresa “Auto Tienda”, pero que acabaron convirtiéndose en parte clave del equipo en el 2001.

Yonatan, antes de trabajar con nosotros, ¿qué te llamaba la atención de Grupo Peña?

“Reconozco que siempre, desde que empecé a trabajar con mi padre, he querido trabajar en Grupo Peña. Cuando éramos clientes, ya admiraba la empresa su organización, su logística, su implantación digital, su conocimiento del producto, sus fortalezas internas, así como por su equipo humano. Hay un momento en mi vida que he de reconocer que soñaba con trabajar aquí.”

Y ahora que conoces la empresa, ¿cómo definirías Grupo Peña después de casi 20 años en la empresa?

“Grupo Peña es una empresa con unos valores claros, y no hablo solo de los que acompañan a nuestra Visión y Misión actual. Hablo de valores intrínsecos que



acompañan a la empresa desde el primer día que la pisé. Una empresa cercana con el empleado, donde la dirección y la propiedad, están próximos a las personas de la organización.

El término “Hombre Peña”, aunque se acuñó hace ya varios años, sigue vigente en cada rincón de la empresa y es objeto de admiración y estudio para otras organizaciones. El sentimiento de pertenencia entre los empleados es muy alto; creo que esto nos ha permitido ser quienes somos hoy. Tenemos un gran equipo de profesionales, unos profesionales cien por cien implicados con la empresa.”

Francisco Romero Luján

Sobre clientes, también sabe mucho Francisco Romero Luján, actualmente comercial en la división de vehículo industrial. “El Tito Paco”, como lo llamamos cariñosamente, empezó a trabajar en Grupo Peña hace 34 años, por lo que conoce y aprecia muy bien nuestra forma de trabajar.

Paco, ¿cuál ha sido el papel de la expansión de la empresa con la apertura de sucursales y la incorporación de nuevos productos?

“Siempre hemos tenido mucho acierto en las aperturas y, por supuesto, es un hecho que el crecimiento ha venido de la mano de abrir delegaciones o de la fusión con otras empresas en el momento oportuno.

Además, la apuesta por introducir nuevas especialidades como industrial, herramienta o agrícola en momentos donde solo los servicios oficiales apostaban por ellos, nos ha asegurado un lugar de confianza en los talleres.”

¿Cómo valoras la gestión de los recursos humanos en la empresa?

“Llevo en la empresa desde el año 1987, y siempre he valorado el valor que le dan al equipo, la formación y el crecimiento personal de todos y cada uno. Nunca han escatimado ni un euro en la formación completa de todos nosotros y es una de las cosas que más aprecio.

También, el hecho de formar tan bien a sus trabajadores ha influido mucho en nuestra cultura empresarial, dándonos los valores necesarios para convertirnos en hombres y mujeres Peña.

Además, aprecio mucho la cercanía con la que nos tratamos todos los compañeros. No importa el lugar o la posición que se ocupe, siempre prima el respeto cuando se trata con una persona.”





Rafael Huertes

Con mucho cariño recuerda Rafael Huertes sus primeros años en la tienda del centro. En concreto, nos cuenta este emocionante recuerdo de 1987:

“Recuerdo en mis comienzos cómo todo el mundo teníamos que madrugar para descargar los camiones de escapes. Imaginaros en pleno centro de la ciudad a las 7 de la mañana todos, desde Antonio Peña o Jose Luis Montes, actual gerencia de la empresa, hasta el último componente del personal de la tienda, descargando rápidamente la mercancía antes de que abrieran los demás negocios para no entorpecer la circulación de la calle. Y la recompensa final del esfuerzo de ese día era la invitación del Señor Peña a un excelente desayuno en el Bar Los Toneles, todos juntos. Sin duda unos momentos inolvidables y que forman parte de los comienzos modestos de esta empresa.”

Rafael Morales

El jefe de compras de Grupo Peña, Rafael Morales, sabe muy bien qué imagen de la empresa reciben nuestros proveedores.

“Se habla de nosotros como un ejemplo de organización, como visionarios, inversores y buenos gestores, algo que lamentablemente no abunda en nuestra región y que, por ende, resulta aún más meritorio entre nuestro sector y en otros sectores como ejemplo de organización.

Grupo Peña es, ha sido y será, algo más que un recambio, ha conseguido ser una marca que tiene adherida profesionalidad, seriedad, futuro, respeto, admiración y hasta envidia, siendo objeto de las miradas de amigos y extraños como una organización a imitar y seguir, pero difícil de conseguir.”





Francisco Galán

Francisco Galán ha vivido el recorrido de Grupo Peña desde el año 1984, empezando como administrativo, pero posteriormente tuvo un importante papel en la empresa Bronitec. Él mismo recuerda cómo en ese momento Repuestas Peña ya tenía un peso en Córdoba como empresa y recambio local.

¿Qué factor crees que ha ayudado a que la empresa hoy pueda cumplir 50 años?

“En mi opinión, la reinversión de los beneficios conseguidos en el negocio, ha incrementando las posibilidades de abarcar cada vez más clientes, artículos, zonas y crecimiento. No solo ha sido una reinversión de bienes, sino también de personal cualificado, cada vez más comprometido e implicado. Esto nos ha permitido alcanzar el crecimiento, la consolidación y la expansión 50 años después. Si aplicamos las pautas iniciales de su fundador, “reinvertir para crecer”, seguiremos creciendo.”

Rafael Fernández

En el año 1995, Rafael Fernández empezó a trabajar en lo que fue Repuestos Peña, cuando sonaba en la radio la “Macarena” de los del Río. Hoy, 26 años después, se ha convertido en una pieza clave en Peña de Baena.

Él nos cuenta cómo es su experiencia al observar la conversión de la empresa familiar con un grupito de empleados, a tener casi 400 y alrededor de 30 sucursales.

Rafa, ¿cómo has vivido tú el crecimiento de Grupo Peña?

“Es cierto que antes nos conocíamos todos, ahora eso es imposible. Pero lejos de perder personalidad, este Grupo Empresarial se ha hecho más fuerte

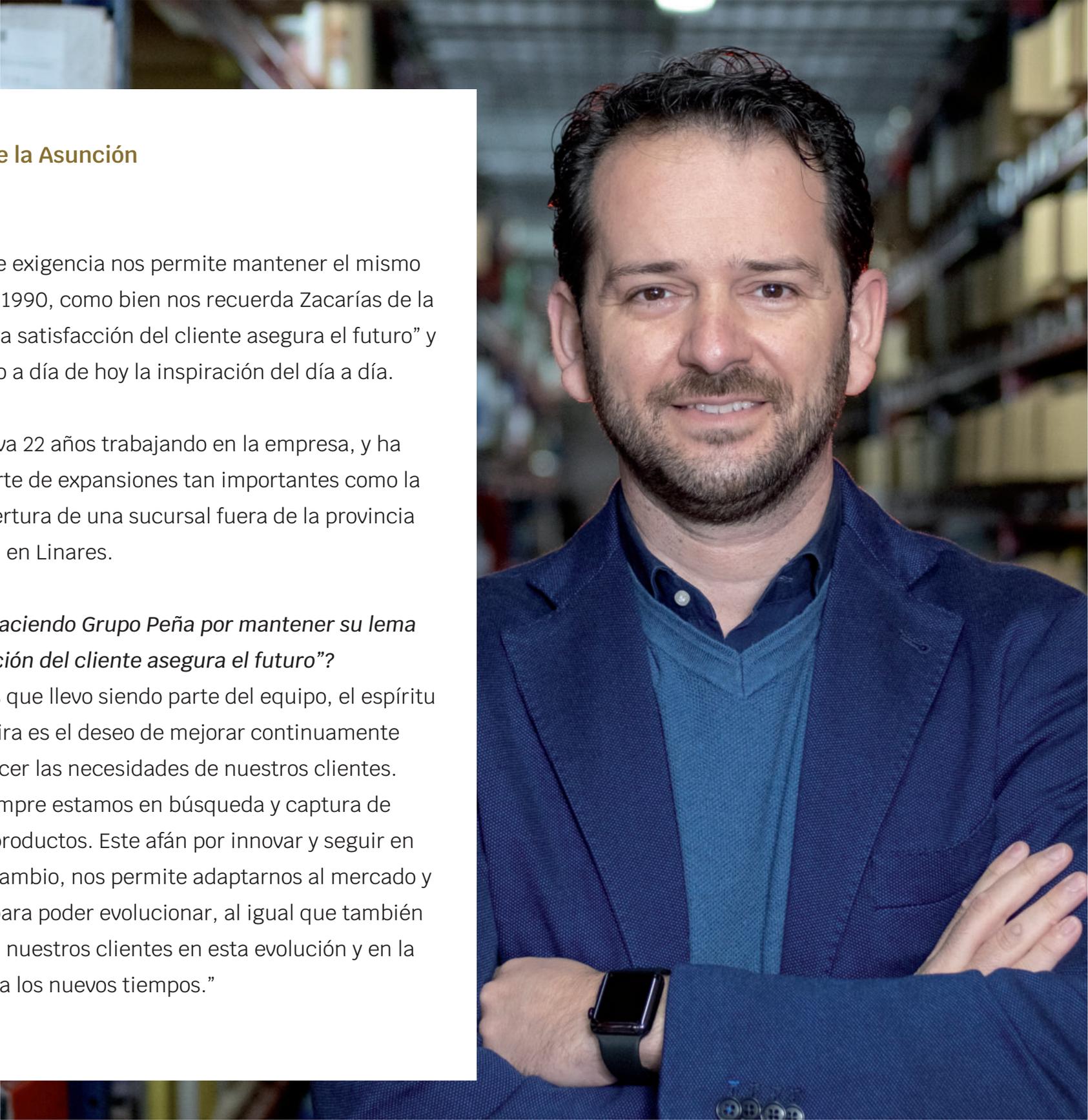
y tiene carácter propio que se ha transmitido de una generación a otra, inculcando en todos los que forman parte de esta gran familia los valores que nos diferencian como hombres y mujeres Peña.

También destacaría el compañerismo, ya que quitando algún roce, que siempre los hay, todos los compañeros con los que he trabajado me han ayudado. De la misma manera, siempre trato de ayudar a mis compañeros en todo lo que pueda.”

¿Qué destacarías de la personalidad de Grupo Peña?

“El alto nivel de exigencia que existe en todos los niveles de la empresa. Pero no es un nivel que nos tenga acobardados, sino que nos anima a que nuestro objetivo siempre sea mejorar y dar lo mejor de cada uno.”





Zacarías de la Asunción

Este nivel de exigencia nos permite mantener el mismo lema desde 1990, como bien nos recuerda Zacarías de la Asunción, “la satisfacción del cliente asegura el futuro” y sigue siendo a día de hoy la inspiración del día a día.

Zacarías lleva 22 años trabajando en la empresa, y ha formado parte de expansiones tan importantes como la primera apertura de una sucursal fuera de la provincia de Córdoba, en Linares.

¿Qué está haciendo Grupo Peña por mantener su lema “la satisfacción del cliente asegura el futuro”?

“En los años que llevo siendo parte del equipo, el espíritu que se respira es el deseo de mejorar continuamente para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Por eso, siempre estamos en búsqueda y captura de diferentes productos. Este afán por innovar y seguir en constante cambio, nos permite adaptarnos al mercado y al entorno para poder evolucionar, al igual que también ayudamos a nuestros clientes en esta evolución y en la adaptación a los nuevos tiempos.”

Rafael Aguilera

Con el fin de evolucionar, expandirnos por el territorio andaluz y ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes, en el año 2009 Grupo Peña compra la empresa Auto Sport Andalucía. Con el fin de ayudar a la gestión del capital humano, principalmente, contamos con la ayuda de un hombre Peña desde el año 1989: Rafael Aguilera.

Rafael, ¿qué supuso para Grupo Peña esta adquisición?

“La compra de Auto Sport significó un gran reto para nuestra organización. En primer lugar, por la cantidad de procesos de coordinación entre ambas empresas, que se solucionaron con cambios informáticos en tiempo récord, muchas veces en el mismo día. Muy pocas empresas son capaces de hacer este cambio sin quedar unas semanas parados. También vivimos grandes desarrollos logísticos con la inauguración de dos centros a la vez en un mismo día en el Puerto de Santa María y Chiclana.

En segundo lugar, supuso la incorporación a la empresa de más de 90 personas que tenían que afrontar un cambio en la filosofía de trabajo. Pero sin duda, si echamos la vista atrás, vemos el fruto del esfuerzo siempre guiados por el Equipo Directivo de Grupo Peña”.





Manuel Molina

“Para mí también es muy importante saber cómo nos mostramos de cara al cliente, al proveedor y, en general, a todos. Dar una imagen de empresa seria y que se hace respetar por todos ellos, y teniendo una visión futurista y una inquietud que, pese a la magnitud de Grupo Peña, nunca nos conformamos y siempre seguimos avanzando buscando nuevas metas.”

Nos comenta Manuel Molina, jefe de la sucursal de Quemadas. Él lleva en la empresa 29 años y cuenta con entusiasmo y emoción lo increíble que es ver la evolución de la empresa y de las personas que la conforman.

Faustino Molina

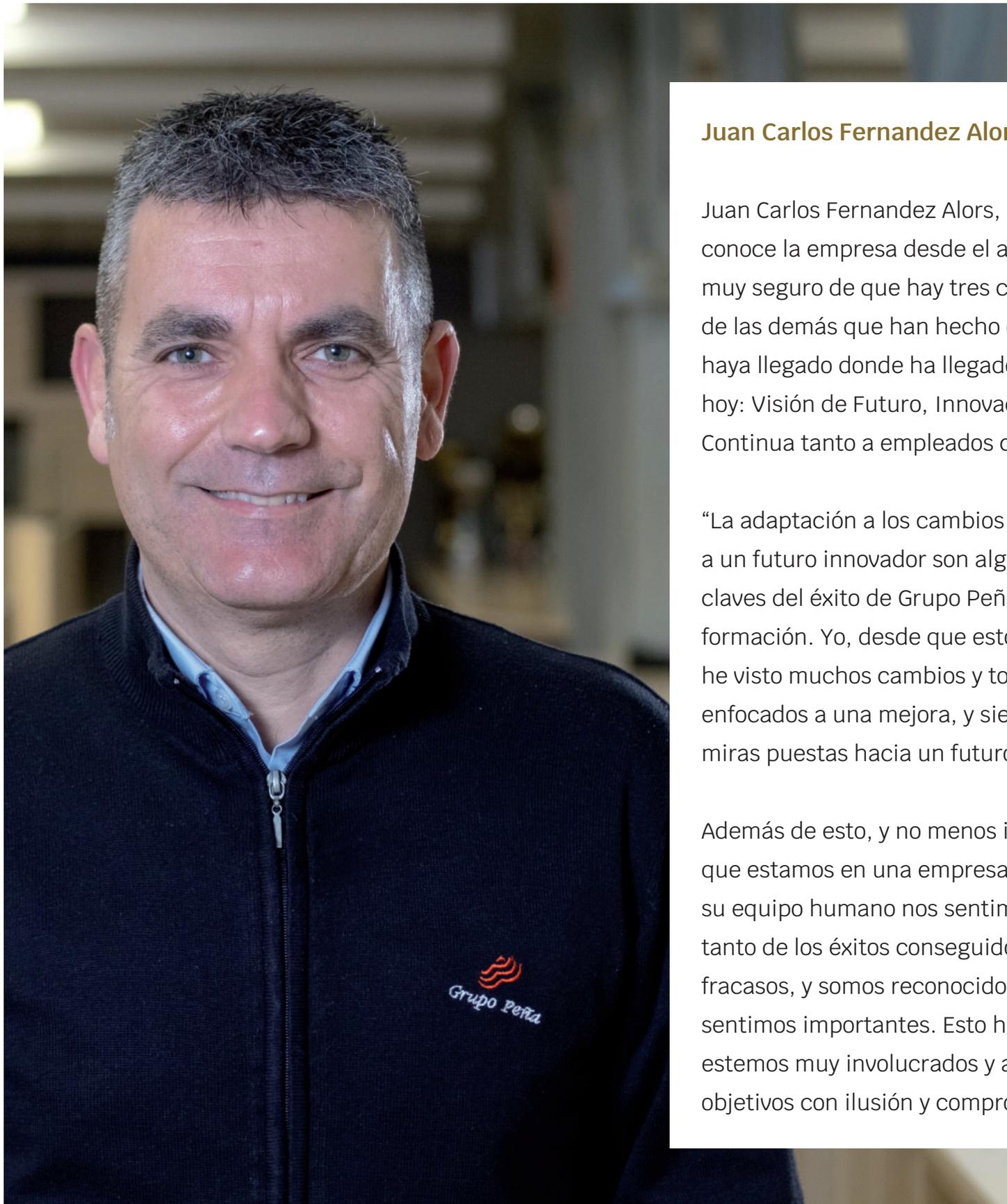
Su hermano, Faustino Molina, también lleva desde el año 1988 en Grupo Peña y, actualmente coordina las sucursales de Córdoba como Responsable de Multicentro. Ha podido comprobar con sus propios ojos y con su trabajo lo que significa estar en una empresa que evoluciona día a día.

Faustino, ¿Qué es un RMC?

“Desde la dirección general siempre están estudiando y dando forma a la organización de la empresa. Se basan en un modelo de delegación de tareas con el objetivo de estar más cerca del cliente.

Con la expansión de la empresa, se vio la necesidad de crear una figura que fuera el nexo de unión entre la dirección y las nuevas sucursales que adquirimos de otras empresas. Esta figura es la del Responsable de Multicentro o RMC. También tenemos el objetivo de saber, de primera mano, lo que necesita el cliente. Por eso los visitamos muchos días en sus propios talleres.”





Juan Carlos Fernandez Alors

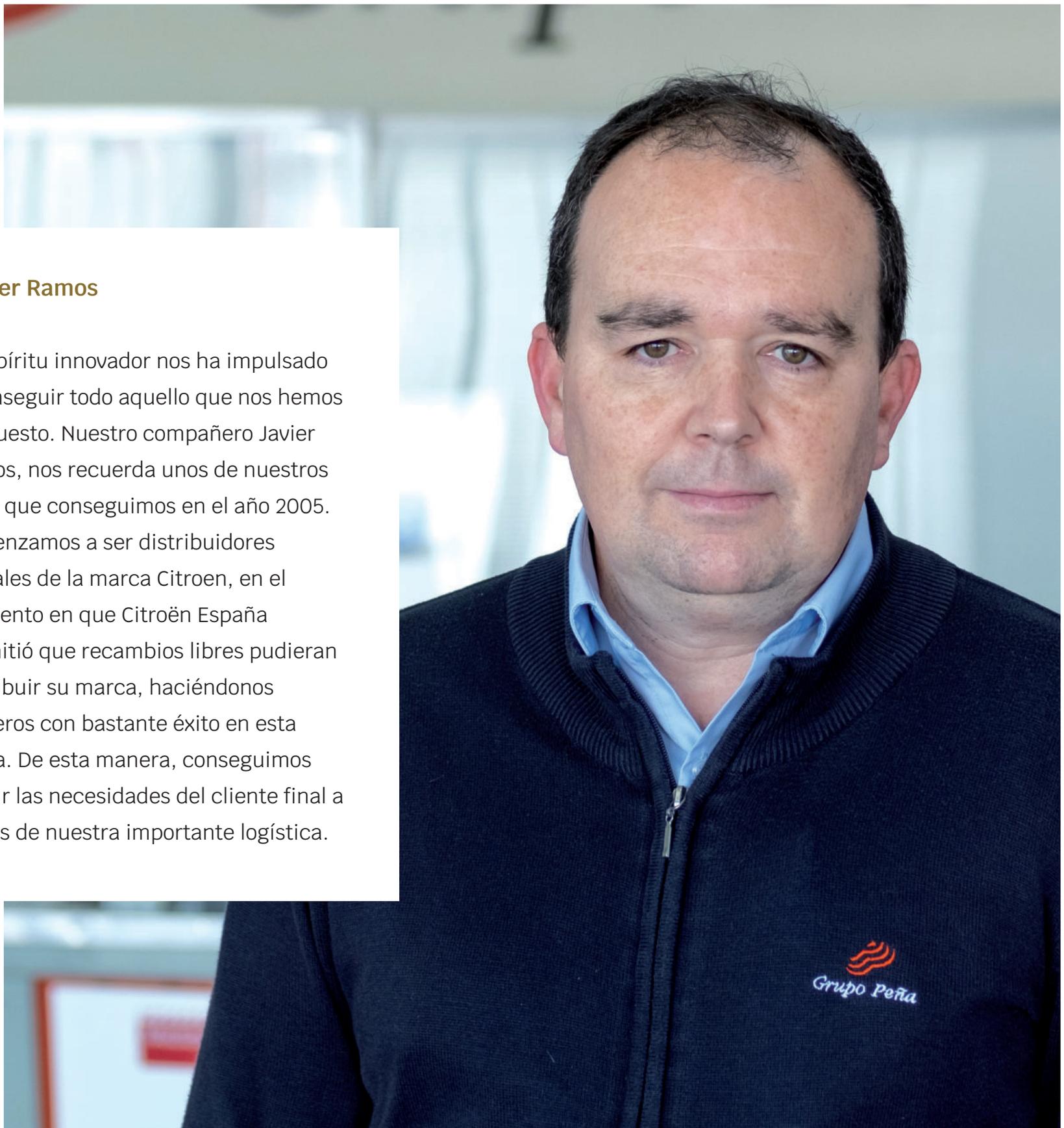
Juan Carlos Fernandez Alors, quien también conoce la empresa desde el año 1997, está muy seguro de que hay tres cosas por encima de las demás que han hecho que la empresa haya llegado donde ha llegado y ser lo que es hoy: Visión de Futuro, Innovación y Formación Continua tanto a empleados como a clientes.

“La adaptación a los cambios y mirar siempre a un futuro innovador son algunas de las claves del éxito de Grupo Peña, además de la formación. Yo, desde que estoy en la empresa, he visto muchos cambios y todos siempre enfocados a una mejora, y siempre con las miras puestas hacia un futuro innovador.

Además de esto, y no menos importante, es que estamos en una empresa donde todo su equipo humano nos sentimos partícipes tanto de los éxitos conseguidos como de los fracasos, y somos reconocidos. Todos nos sentimos importantes. Esto hace que todos estemos muy involucrados y afrontemos los objetivos con ilusión y compromiso.”

Javier Ramos

El espíritu innovador nos ha impulsado a conseguir todo aquello que nos hemos propuesto. Nuestro compañero Javier Ramos, nos recuerda unos de nuestros hitos que conseguimos en el año 2005. Comenzamos a ser distribuidores oficiales de la marca Citroen, en el momento en que Citroën España permitió que recambios libres pudieran distribuir su marca, haciéndonos pioneros con bastante éxito en esta etapa. De esta manera, conseguimos cubrir las necesidades del cliente final a través de nuestra importante logística.



Jerónimo Garcia

¿Cómo podemos resumir 50 años de historia que dan como resultado lo que Grupo Peña es hoy?

Jerónimo Garcia, responsable en Logística, lo tiene muy claro.

“Grupo Peña es una empresa con ideas de negocio muy claras, que sabe el entorno en el que se mueve y es consciente de que el mercado es cambiante. Cuando entré a la empresa en el año 2000, se le daba mucha importancia a atender al cliente “cara a cara” en el mostrador. Pero luego nos dimos cuenta que debíamos estar más cerca del cliente para saber cuáles son sus preferencias y necesidades.

Se trata de ofrecerle al cliente un valor añadido: ser su compañero de viaje y hacer más rentable su negocio. En cuanto a logística, que es de lo que mejor puedo hablar, nuestro objetivo es aumentar el nivel de servicio. Trabajamos para conseguir un stock cercano al cliente, nuevas rutas o más salidas en reparto, nuevos sistemas de preparación de pedidos, trabajo sin papel a través de sistemas online y, mejora de la trazabilidad y las disponibilidad de los artículos. Todos estos factores unidos tienen como resultado que el cliente pueda recibir su pedido en apenas unas horas y, a su vez, éste le dé el mejor servicio al cliente que lleva su coche al taller”.





Valoramos mucho todas estas palabras que nacen de los sentimientos que durante tantos años han crecido dentro de cada uno de nuestros compañeros. Además, estos comentarios nos confirman que nuestro lema, “Creciendo en Valores” nos hace seguir trabajando con la mejora continua como objetivo, esforzándonos por alcanzar la excelencia en nuestro trabajo, innovando constantemente en nuestros procedimientos.

Nuestros empleados son los cimientos de Grupo Peña, quienes realizan las funciones que hacen que la empresa produzca, crezca y se consolide en el mercado. A fin de cuentas, una empresa sin trabajadores no es nada.

!!!Muchas gracias equipo!!!

Jose Luis Montes

A finales de 1985, Repuestos Peña ya estaba consolidada como una empresa puntera en el sector del recambio multimarca y empieza a ver los adelantos tecnológicos como instrumentos necesarios para reforzar la eficacia de su gestión administrativa y comercial.

En ese tiempo eran muy pocas las empresas que tuvieran “informática” interna en sus instalaciones, siendo lo habitual entregar los datos a asesores externos quienes procesaban la información.

Es en este escenario cuando me incorporo a la empresa como administrativo, con el objetivo de poner en marcha un “sistema informático” adquirido recientemente. Mi labor en ese momento fue la de mecanizar la empresa, es decir, básicamente es montar la contabilidad en un ordenador propio y, a partir de ahí, ir incorporando gestiones de almacén y otras tareas administrativas.

Así que mis comienzos en Repuestos Peña fueron en un escenario donde conocí a una empresa con visión de futuro y una clara vocación emprendedora, una empresa externa con una gran capacidad de

desarrollo informático (DyBJSoftware), sumándole la experiencia que yo pudiera aportar en este campo.

A lo largo de los pasados treinta y cuatro años he vivido la aventura que ha supuesto participar en el nacimiento de un proyecto de innovación en la gestión hasta lo que hoy ha resultado. Y sigue siendo una apasionante historia de desarrollo empresarial, experiencia absolutamente enriquecedora a nivel personal y profesional.

Resumiendo muchísimo la parte de la historia de Grupo Peña que he vivido, y hablando desde mi perspectiva personal, prefiero focalizar mis pensamientos a lo que me resulta más importante y significativo, esto es, la experiencia que ha supuesto compartir con mis compañeros el día a día, durante literalmente la mitad de mi vida, tantas vivencias, ilusiones y aprendizaje.

Y, sobre todo, sentir que el esfuerzo y el trabajo realizado está mereciendo la pena porque me siento arropado dentro de una empresa que me permite tener la estabilidad emocional que disfruto y que también percibo en mis compañeros.



Pablo Peña

Me incorporé en el año 1981 a la compañía, por lo cual en 2021 cumpla 40 años de dedicación plena, tanto en lo profesional como en lo emocional. Pensar en esos números me dan vértigo, pues tantísimos años dan para mucho en todos los sentidos. A lo largo de estas décadas, he visto crecer la organización con fuerza y de forma estructurada.

Mi desarrollo profesional creció desde la nada, viendo como año tras año la empresa se expandía y crecía. En paralelo, personalmente también me he sentido muy realizado con el desempeño o tareas de las que he sido responsable.

Las aportaciones que he recibido de la empresa han sido muchas. Pero sobre todo, destaco cómo siempre me han proporcionado formación basada en el día a día y en la experiencia, adaptándonos a las circunstancias y necesidades de la demanda de los clientes en aquellos momentos.

¿Qué puedo comentar de toda una vida dedicada por y para la empresa que ya es mayor de edad y este año cumple 50 años? Saber que, con mi trabajo, ilusión y aportación, he colaborado con granitos de arena para poder ver realizada y proyectada esta gran empresa a la que me debo y pertenezco.



José Antonio Roda

“Empecé mi carrera profesional en Grupo Peña en 2003, de prácticas durante un año. En agosto de 2004 firmé mi contrato laboral con la empresa en el departamento de administración y proveedores. Mis primeras funciones eran muy sencillas, pero como en esta empresa puedes llegar a donde te propongas, hoy día me siento muy contento en la labor Comercial.

De los valores de la empresa destaco la profesionalidad, unida con la fuerza de una familia que trabaja codo con codo con la plantilla de la empresa, del valioso cuidado de la cantera y, el trato muy cercano de los propietarios y el equipo directivo con los empleados. Además, una apuesta por modernizar la empresa actualizando las metodologías al entorno digital que estamos viviendo.”



A portrait of Elisa Jiménez, a woman with long, wavy brown hair, wearing red-rimmed glasses and a grey top. She is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a light blue wall with vertical lines.

Elisa Jiménez

Desarrollar mi trabajo en Grupo Peña me ha permitido crecer tanto personal como profesionalmente, dos aspectos que van unidos en el día a día. Recordar lo que imaginaba que quería ser mientras estudiaba, lograr una carrera profesional, seguir formándome y aprendiendo, asumir nuevas funciones y responsabilidades, y afrontar situaciones complicadas como la actual, te hacen mirar atrás y ver todo lo que has logrado y, a su vez, mirar hacia delante con motivación para continuar ese camino.

Mi trayectoria, desde que comencé hasta hoy, ha sido progresiva durante estos doce años. Comencé haciendo las tareas propias en el Departamento Financiero y actualmente desarrollo funciones de Controller, formando parte del equipo de dirección y participando con los demás directivos en las decisiones que marcan el desarrollo de la empresa en cuanto a la actividad diaria.

En una empresa, tradicionalmente, masculina, ha sido un reto y, a la vez, una satisfacción, ser la primera mujer en llegar hasta aquí y que confíen en mí como persona y como profesional. Estamos en la dirección correcta para incluir a la mujer en todos los ámbitos de la empresa, no sólo administrativo, sino también en logística y comercial. Considero que lo importante es la suma del trabajo en equipo, de hombres y mujeres que, finalmente, aporten valor a la empresa.



Francis Peña Álvarez

¿Qué piensas sobre el trabajo que realizaron tu abuelo, tu padre y tu tío?

Cuando pienso en el trabajo realizado por mi abuelo, mi padre y mi tío con sus equipos, siento un profundo orgullo y una grandísima admiración.

Han superado innumerables crisis y han seguido emprendiendo. Hay que tener mucho coraje y mucha valentía para actuar así durante 50 años. Siempre han jugado a largo plazo, sabiendo construir relaciones muy sólidas con clientes y proveedores basadas en valores como la integridad y la lealtad. Son un verdadero modelo de visión, compromiso y humildad para todos nosotros.

¿Qué has aprendido de ellos?

De su forma de actuar he aprendido lecciones muy valiosas. La más importante tiene que ver con las personas, concretamente con cuidar a tu equipo en todos los sentidos.

Desde pequeño también me han enseñado, con su ejemplo, la enorme importancia que tienen la cultura del emprendimiento, de la perseverancia y del esfuerzo.

¿Cuál quieres que sea tu aportación para el futuro de la empresa?

Mi mayor aportación sería cumplir los 75 años de Grupo Peña, y poder hacerlo en la misma situación de fortaleza y unidad que vivimos actualmente en la familia y en la empresa. Todo lo demás tiene muy poca importancia.

Sergio Peña Álvarez

¿Qué piensas sobre el trabajo que realizaron tu abuelo, tu padre y tu tío?

El trabajo de los tres es el reflejo de lo que hoy es la empresa. Para mí, son ejemplos de constancia, esfuerzo y, sobre todo, de mucho valor. Hace 50 años no se montaba una empresa porque sí, ni con todas las facilidades que podemos tener ahora, y el abuelo se atrevió con todo. También tuvo la facilidad de tener dos hijos a los que enseñar el oficio, y ellos lo siguieron después, haciéndolo igual de bien que él y consiguiendo que la empresa sea hoy un referente. Los tres han vivido para su trabajo... y eso es algo muy importante que seguramente a día de hoy cuesta mucho encontrar.

¿Qué has aprendido de ellos?

Como hombre joven, admiro la forma en la que los tres han llevado sus dos familias: la que eligieron formar y la otra familia que es la empresa. En el ámbito laboral, cada uno de ellos tiene algo que los hace ser diferentes. Del abuelo me quedo con el valor que tuvo y que

siguió teniendo en toda su andadura y, también, con su condición de comercial, lo que hizo que fuera reconocido por clientes y proveedores y lo vieran como una persona excepcional.

De mi tío Antonio, me quedo con su capacidad de liderar y, más si cabe, durante tantos años. También hay una cosa que personalmente me encanta y es la sabiduría de hacer las cosas solamente si se hacen bien, si no, mejor quedarse quieto.

A mi padre lo admiro por muchas cosas, pero destacaría la seriedad para el trabajo, su empresa y su familia.

¿Cuál quieres que sea tu aportación para el futuro de la empresa?

Espero que sea cualquiera que la empresa necesite en cada momento. Lo más importante para mí sería ver que la empresa, sin ellos, sigue adelante sin ningún problema y durante muchos años más. Ojalá pueda ver a una cuarta generación incorporada...



Abigail Peña Díaz

Sin ninguna duda, los cimientos de esta empresa se han construido sobre el esfuerzo de Francisco, Paco y Antonio. Por eso, solo puedo tener admiración hacia sus trayectorias. Mi principal admiración es hacia nuestro abuelo, por ser un valiente visionario y emprendedor, por querer dar un futuro de éxito a su familia. Trabajador incansable, arriesgado en ocasiones, y, sobre todo, muy bien valorado por los que lo han rodeado siempre, lo que demuestra lo gran profesional que fue.

Sus hijos también han sabido poner en alza el proyecto que su padre comenzó y han sabido adaptarse con éxito a cada época empresarial. Con esfuerzo mutuo, han conseguido poner a Grupo Peña en el lugar que hoy está, ni más ni menos cumpliendo 50 años de actividad impecable.

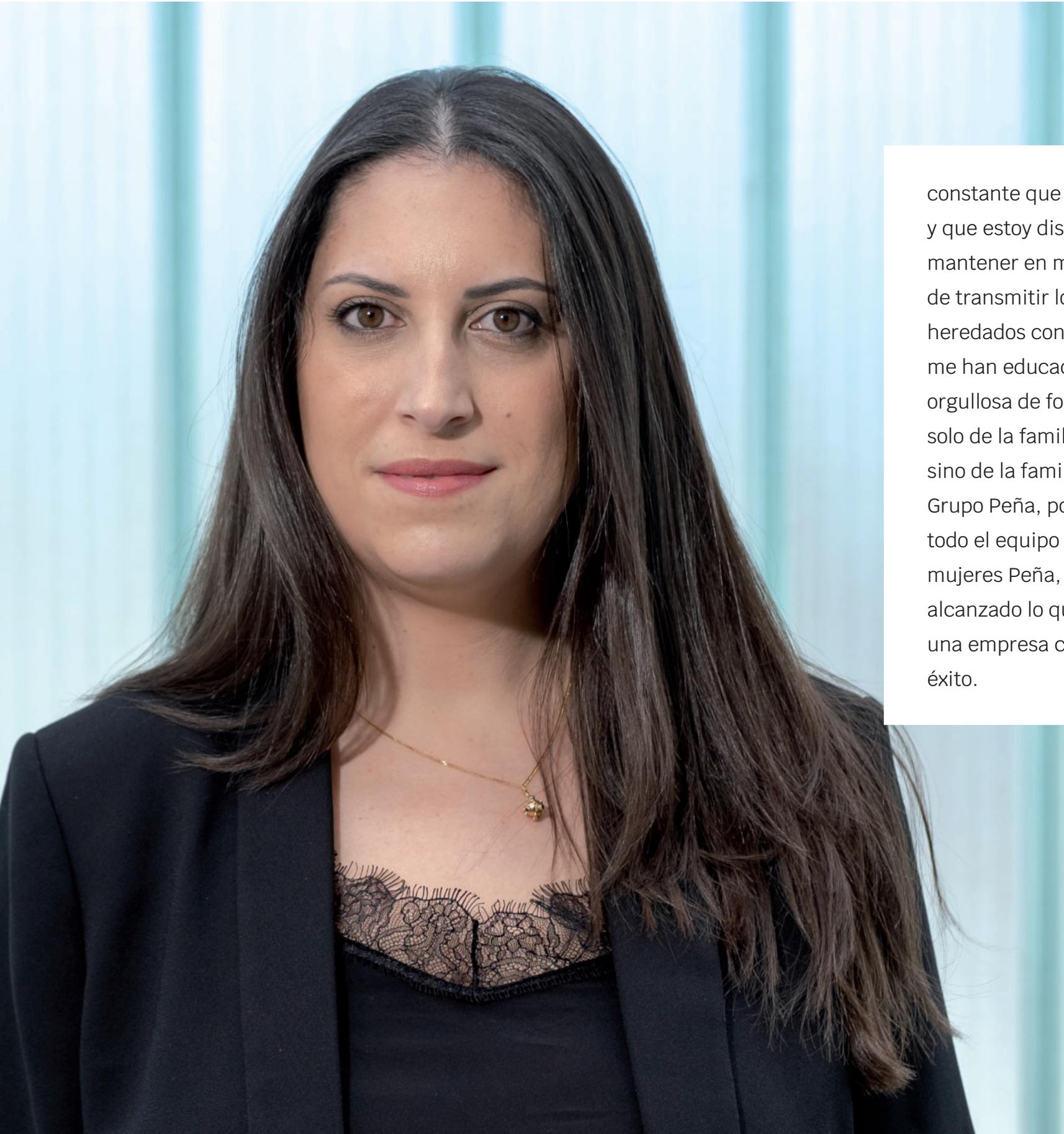
Los tres han sido un pilar importante dentro de nuestra vida, y tienen cualidades que la tercera generación debemos imitar. De mi abuelo me quedo con que fue una persona muy respetada, una clara evidencia de que era un hombre que cumplía su palabra, algo que en los negocios es lo

más importante, además de poseer una gran visión del negocio muy adelantada a su época y de la cual debemos aprender sin duda.

De mi tío Paco, me quedo con toda la sabiduría adquirida por su experiencia, que desde el principio siempre ha estado unido a mi abuelo, y eso le ha hecho ser un magnífico comerciante y un gran ejemplo en la gestión del negocio agrícola.

De mi padre me quedo con su abnegación, su constancia durante tantos años por dirigir la empresa, siempre yendo un paso por delante de los demás, buscando la excelencia en cualquier cosa, pero, sobre todo, siempre con la mirada puesta en dar el mejor servicio al cliente. Es una persona cercana, que no tiene problemas en remangarse y ponerse a trabajar hombro a hombro junto al equipo para que un proyecto salga adelante.

La primera y la segunda generación nos han dejado el listón muy alto. Por eso, afronto con respeto, pero con ganas, el desafío que supone mantener intachable este legado, consciente del esfuerzo



constante que esto requiere y que estoy dispuesta a mantener en mi deseo de transmitir los valores heredados con los que se me han educado. Me siento orgullosa de formar parte, no solo de la familia de sangre, sino de la familia empresarial Grupo Peña, porque sin todo el equipo de hombres y mujeres Peña, no habiéramos alcanzado lo que hoy somos, una empresa con 50 años de éxito.



Marina I. Peña Díaz

Desde pequeña siempre soñaba con trabajar en la empresa familiar, me parecía un privilegio poder continuar el legado que mi abuelo empezó, con tanto esfuerzo, hace ahora 50 años. Ahora que este sueño de la infancia empieza a hacerse realidad, tengo ilusión a la par que emoción por dar todo lo posible de mí para esta empresa.

El abuelo era todo sabiduría empresarial y comercial, solo unas horas con él te enseñaban tanto como un Máster. Todos lo echamos de menos, pero por suerte, dejó un buen ejemplo a mi padre Antonio y a mi tío Paco, los cuales han sabido coger el relevo de la dirección de forma ejemplar.

De mi padre me quedo con la perseverancia y la innovación, dos cualidades que podrían no ir de la mano, pero que cuando se unen llevan a la empresa al punto donde está ahora. Es un hombre con valores que enriquecen a todo el que está junto a él, y, sin duda, es un padre excelente del que mi hermana y yo podemos sentirnos orgullosas de haber recibido educación.

Mi tío Paco vivió de primera mano las primeras andaduras comerciales del abuelo, sentando las bases de esta empresa, lo que le ha permitido tener esa personalidad tan comercial que caracteriza a la familia Peña.

En Grupo Peña contamos con un equipo de profesionales que, cuanto más conozco, más admiro y más me enseñan. Desde fuera, no se puede cuantificar la grandeza de las personas con las que cuenta Grupo Peña y los numerosos proyectos innovadores que llevamos a cabo, pero eso es algo que la tercera generación debemos aprender a transmitir, siempre con el espíritu humilde que nos dejan como herencia las generaciones anteriores.

Me gustaría que mi huella en esta empresa permanezca en el tiempo, como la ayuda a la transformación digital, llevando a cabo proyectos en web, venta online o formación con GPAcademy. Pero sin duda, nunca dejaré de formarme para cubrir las necesidades que Grupo Peña requiera.



Abrio Blanco,
Pablo



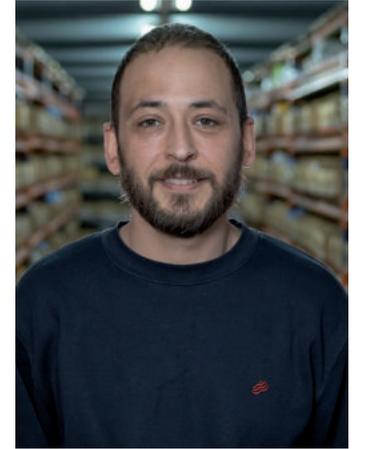
Aguilar Medina,
David



Aguilar Rodríguez,
Francisco Miguel



Aguilera Caballero,
José Manuel



Aguilera Dorador,
Raúl



Aguilera Morales,
Marcos



Aguilera Rodríguez,
Manuel Rafael



Aguilera Vera,
Rafael



Aibangbee,
Austin



Alba Rivera,
Virginia



Alias Collado,
Miguel



Álvarez Martínez,
Pedro Antonio



Álvarez Moleón,
Jairo



Alors Fernández,
Álvaro



Amor Díaz,
Felipe



Anato Gutiérrez,
Juan Matías



Aparicio Criado,
David



Aranda Mármol,
Alberto



Arcos Ramos,
Sergio



Arenas Rubio,
José Manuel



Arévalo Aguilera,
Francisco Jesús



Arévalo Fernández,
Francisco Javier



Arévalo Redondo,
Vidal



Ariza Cañero,
Alfonso



Armellones Olmedo,
Francisco Jesús



Armenteros Beneito,
Sergio



Arriaga Díaz,
Miguel



Barceló Montes,
Juan Francisco



Barea Duarte,
Álvaro



Beato Rosales,
Gregorio



Bejarano García,
David



Benítez Crespo,
David



Bernal Muñoz,
Francisco Javier



Biedma Berral,
Daniel



Blánquez Carreño,
José María



Bravo Gómez,
Carmelo



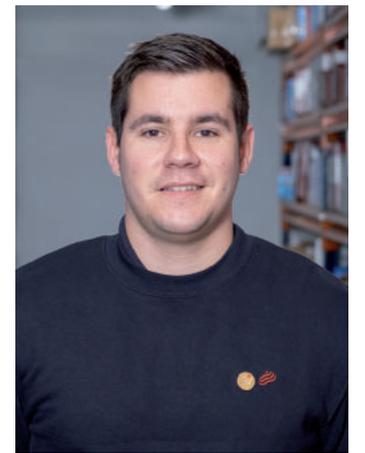
Briz Orube,
Nicolás



Bueno Patricio,
Juan José



Bueno Villegas,
Daniel



Burgos Ramírez,
Diego



Caballero Torrico,
Juan



Cabrera Santiago,
Manuel



Calderón Almagro,
Rafael



Calero Montes,
Carlos



Calero Sepúlveda,
Antonio



Calero Velázquez,
Carlos



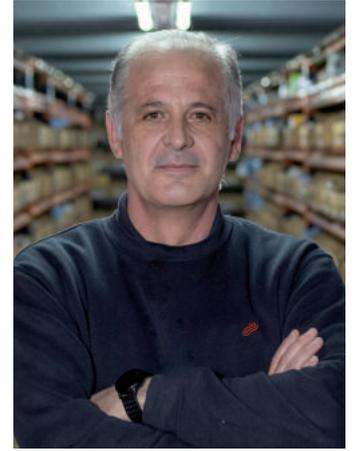
Camacho García,
Juan Carlos



Cantos Jurado,
Raúl



Carmona Gómez,
Rafael Julián



Carmona Rodríguez,
Francisco



Carneros Ramos,
Ana Cristina



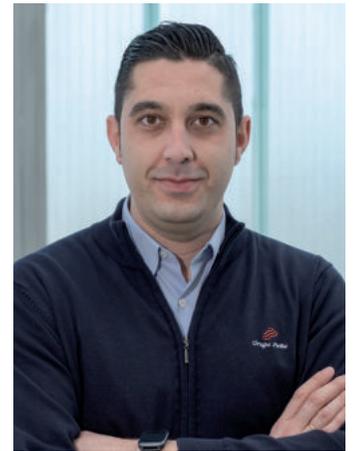
Carpio Pérez,
Álvaro



Castellano Romero,
Manuel Alejandro



Castillo Cámara,
Julio



Castillo Cañero,
José María



Castillo Dionisio,
Juan Manuel



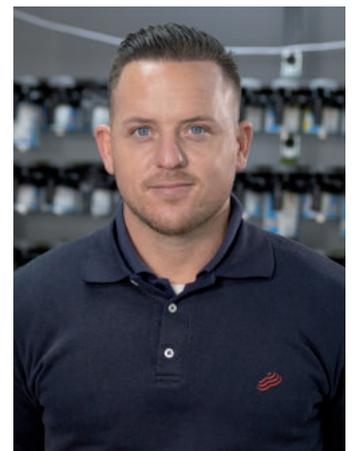
Castillo Marín,
Jacinto



Castro Díaz,
Jesús



Castro Pertínez,
Antonio



Centella García,
Tomás



Cerezo Ramírez,
Manuel



Cerezo Torrado,
Juan



César Navas,
Antonio



Chacón Arribas,
María



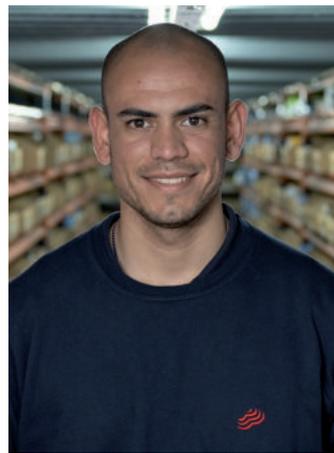
Chacón González,
Jesús Ángel



Chaves Repullo,
Manuel



Cobacho Bravo,
Francisco Manuel



Cobos Urbano,
Samuel Jesús



Compañía Prieto,
Francisco Javier



Córdoba Garrido,
Juan Manuel



Cordón Gómez,
José Manuel



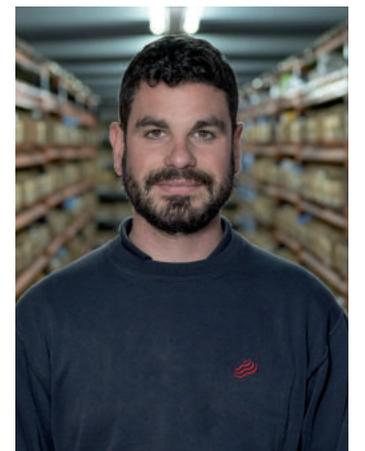
Cornejo Ganfornina,
Manuel



Corral Barrios,
Luis



Costales Ramos,
Rufino



Criado Ruiz,
Manuel



Cruz García,
Jesús



Cruz Martínez,
Luis Carlos



Cuenca Díaz,
Carlos



Cutilla Cabrera,
Jose Antonio



De Haro Martín,
José



De la Asunción Igeño,
Zacarías



De la Rica Moya,
Yonatan



Del Pozo Yuste,
Javier



Del Valle Estévez,
José David



Delgado Cintas,
Christian



Delgado Delgado,
Jesús



Delgado Pedrera,
José Ramón



Díaz Fernández,
Pablo Manuel



Díaz Gómez,
Pedro Nolasco



Domínguez Machuca,
David



Durán Benítez,
Marcos



Espejo Gómez,
Francisco



Espejo Montilla,
Rafael



Espinosa Campos,
Rafael



Espinosa Palomares,
Rafael



Esteban Llorens,
Alejandro



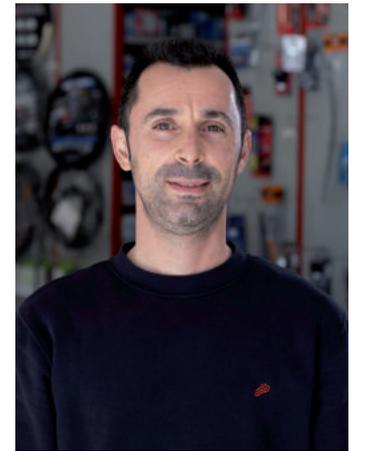
Estepa Chaparro,
José Manuel



Expósito Maldonado,
Victor Manuel



Expósito Priego,
Daniel



Félix Gutiérrez,
José



Fernández Alors,
Juan Carlos



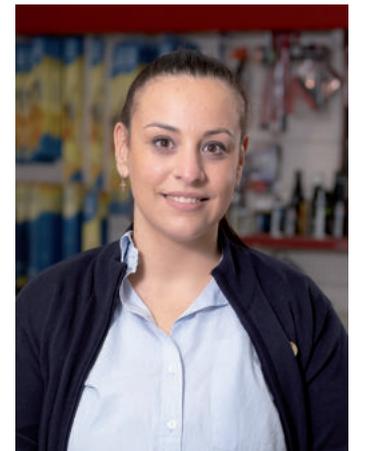
Fernández del Hierro,
Sergio



Fernández García,
Jesús



Fernández Gonzalo,
Rafael Ángel



Fernández Márquez,
Begoña



Fernández Mendoza,
Alejandro



Fernández Moraleda,
Emilio



Fernández Moreno,
Martín



Fernández Moro,
Rafael



Fernández Muñoz,
Alejandro



Fernández Pacheco,
Manuel



Fernández Pérez,
Antonio



Fernández Pérez,
José María



Fernández Rubio,
Cecilio



Fernández Rubio,
María Ángeles



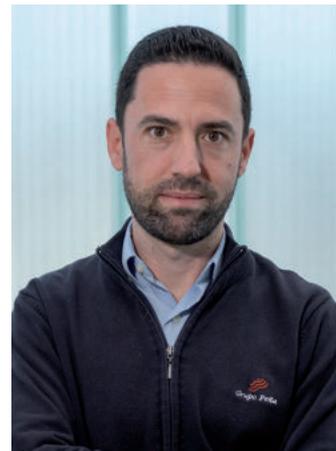
Fernández Ruíz,
Miguel Ángel



Fernández Sánchez,
José Luís



Ferreira Rodríguez,
Daniel



Fuentes Algaba,
Miguel Angel



Fuentes Jurado,
Jonathan



Gabriel Ramírez,
Adrián



Galán Moreno,
Francisco



Galán Peña,
Francisco Javier



Galiot Cuesta,
Francisco



Galisteo Moreno,
José Carlos



Gallardo Prados,
Miguel Angel



Gálvez Briega,
Miguel Ángel



Gámez García,
Ángel Francisco



García Atencia,
Clemente Jesús



García Benítez,,
Manuel



García Canales,
Francisco de Asís



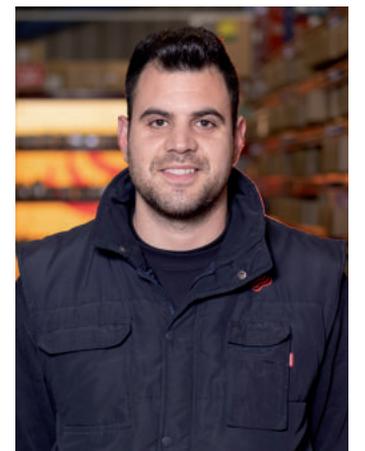
García Carmona,
Marco Antonio



García García,
José Manuel



García Gil,
Jerónimo



García Gómez,
Jaime



García González,
Francisco Javier



García Marcos,
Jonathan



García Marín,
Abel



García Ponce,
Guillermo



García Rochel,
Juan José



García Ruíz,
José



Garrido García,
Pedro Luís



Garrido Muñoz,
Juan Manuel



Gil Baena,
Rafael



Gil López-Cozar,
Francisco Manuel



Gómez Gómez,
José Antonio



Gómez Herráez,
Jesús Salvador



Gómez Huertas,
Vicente Antonio



Gómez Serrano,
Pedro Luís



González Cano,
Samuel



González Mata,
Ángel



González Serrano,
Daniel



González Vilaseca,
Javier



Granadino Rueda,
Alfonso José



Guijarro Moreno,
Francisco José



Gutierrez Guillén,
José María



Heredia Troncha,
Miguel



Hernández Ibáñez,
Javier



Hidalgo Vichi,
Alejandro



Hinojo Reina,
José Iván



Hornero Bujalance,
Javier



Huertes Puntas,
Rafael



Hurtado de la Vega,
Rafael



Ibáñez Adamuz,
Jesús



Iglesias López,
Rafael



Izquierdo Morente,
Laura



Jiménez Bejarano,
Alejandro



Jiménez Domínguez,
Ángel



Jiménez Domínguez,
Elisa



Jiménez Durán,
Sergio



Jiménez Gutiérrez,
José



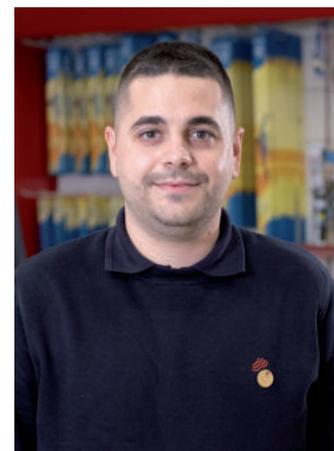
Juan Serrano,
Iván



Junco Sánchez,
José Miguel



Junquera Benitez Marcos,
Antonio



Jurado Fargallo,
Sergio



Jurado Valverde,
Daniel



Lanzas Bedmar,
Luis



Lara Gómez,
José Antonio



Leiva Espino,
Miguel



León Canas,
José Antonio



León Serena,
José Antonio



Ligeró García,
Jonatán



Llamas Calvillo,
Rafael



Lomeña Santaolalla,
Juan Antonio



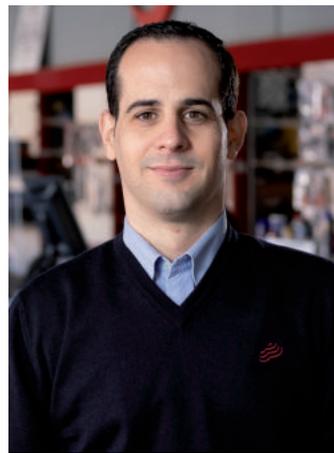
López Contreras,
Alfonso Manuel



López Gallego,
Abraham



López López,
Samuel



López Roldán,
Alfonso



Lora Murillo,
Rafael



Lorenzo Alba,
Sergio José



Lozano Ávila,
Bartolomé



Lozano Romero,
Magdalena



Lunar Peinado,
José Carlos



Luque Mohedano,
José Francisco



Luque Núñez,
Marcos David



Luque Torrejimen,
Rafael



Macías Sánchez,
Juan Diego



Macías Valle,
Alberto



Marín Beneito,
Ángel Jesús



Marín García,
Dolores



Mariscal Cubero,
Alejandro



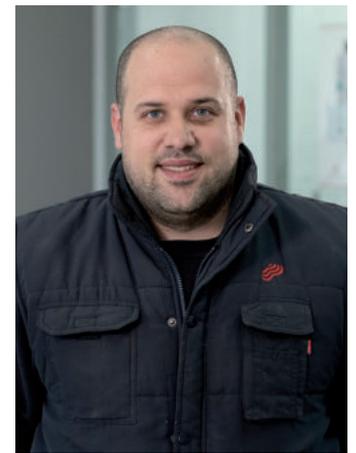
Marquez Martinez,
Alfonso



Márquez Pérez,
Antonio Jesús



Marquez Zafra,
Jesús



Martín Castro,
Ismael



Martín Domínguez,
Antonio Joaquín



Martín Rando,
Adrián



Martínez González,
José Manuel



Martínez Martínez,
José



Mate Lozano,
Alberto



Maya Calderón,
Manuel Jesús



Maya Cubero,
Luís Manuel



Mejías Villa,
Adrián



Mena Alcázar,
Jesús



Mena Alcázar,
Juan Carlos



Merino Heredia,
Mónica



Millán España,
Israel



Molina Cruz,
Faustino



Molina Cruz,
Manuel



Molina García,
Alejandro Javier



Molina Méndez,
Telesforo



Molina Morejón,
Javier



Molina Rodríguez,
Javier



Mondéjar Sánchez,
Jesús Manuel



Montegudo Mena,
Manuel



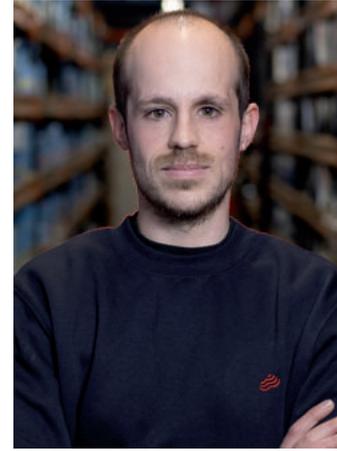
Montero Romero,
Sergio



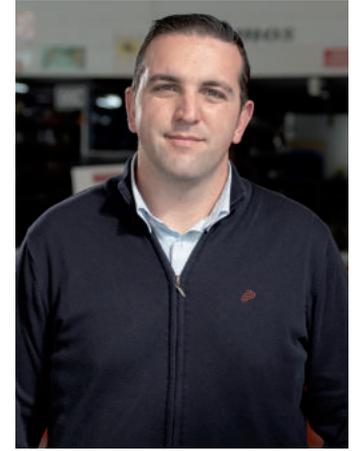
Montes Prieto,
José Luis



Moraleda del Ojo,
Sergio



Morales Gutiérrez,
Víctor Manuel



Morales López,
Manuel



Morales Pérez,
Rafael



Moraño Fernández,
Antonio



Moreno Moreno,
Iván



Moreno Pérez,
Francisco Javier



Moreno Solís,
Pedro



Moya Dieguez,
Andrés Leopoldo



Muñoz Bergillos,
Iván



Muñoz Cambero,
Miguel Ángel



Muñoz Fernández,
Sergio



Muñoz González,
Pedro Rafael



Muñoz Montoya,
Fernando



Muñoz Moyano,
José Antonio



Muñoz Romero,
Christian



Muñoz Sancho,
Manuel



Muñoz Varo,
Jorge



Nadales Sojo,
Francisco Javier



Navarro Arévalo,
Antonio José



Navarro Castro,
Antonio José



Navarro Valero,
Fernando



Navas Frutos,
Miguel Ángel



Negrillo Ramiro,
Francisco Ángel



Nieto Carnerero,
Cristóbal



Nuevo Casado,
Antonio



Núñez López,
Samuel



Ortega Gómez,
Jesús



Ortíz de Galisteo,
Marchán José Miguel



Otero Vera,
Alfonso



Pacheco López,
Jorge



Páez Mora,
Rafael



Palomo Jiménez,
José María



Pantoja González,
Luis Miguel



Parra Jiménez,
Antonio



Pavón Ladrón de Guevara,
José Antonio



Peña Álvarez,
Francisco



Peña Álvarez,
Sergio



Peña Díaz,
Abigail



Peña Díaz,
Marina Isabel



Peña Gómez,
Pablo



Peña Jiménez,
Antonio



Peña Olivencia,
Enrique



Peña Ortiz,
Antonio



Pérez de Lastra Ligeró,
Antonio Jesús



Pérez Girón,
Fernando



Pérez Martín,
Lorenzo



Pérez Martínez,
José Miguel



Pérez Ortega,
Manuel



Pérez Páez,
Francisco Javier



Pérez Picadillo,
Rafael



Pérez Vargas,
Adrián



Pineda Ruíz,
José Manuel



Ponferrada González,
José



Portellano Merchán,
Pedro



Priego Márquez,
Francisco Javier



Puerto Pérez,
Francisco



Puya Morillas,
Javier



Quesada García,
Sergio



Ramírez Gómez,
Miguel Ángel



Ramírez Mancheño,
Daniel



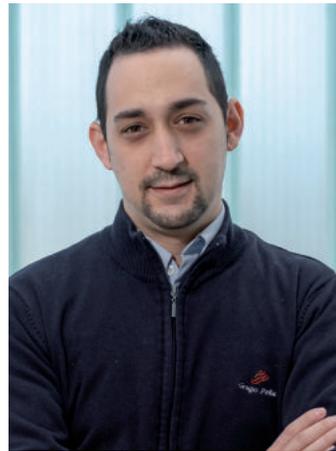
Ramírez Morales,
Antonio



Ramírez Plaza,
Antonio



Ramos Expósito,
Javier



Ramos Mármol,
Fernando Cristian



Raya Tamajón,
Javier



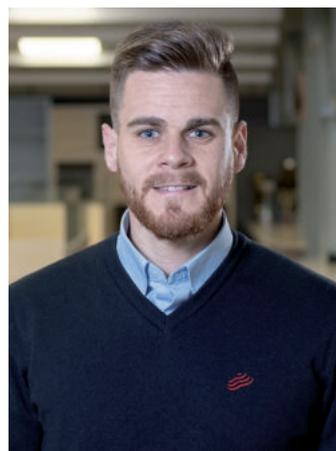
Recio Luque,
Manuel



Redondo Álamos,
Antonio



Reinaldo Esteban,
Juan Jesús



Relaño Serna,
Isaac Francisco



Rey Moya,
Salvador



Reyes Santaella,
Bonifacio



Rivas Rivas,
Héctor Manuel



Roda López,
Enrique



Roda López,
José Antonio



Rodríguez - Espinar Oliver,
Óscar



Rodríguez Beltrán,
Rafael



Rodríguez Contreras,
José Manuel



Rodríguez Gómez,
José María



Rodríguez Rodríguez,
Álvaro



Rodríguez Romero,
Francisco José



Rodríguez Vela,
Rafael



Rojas Rivilla,
Daniel



Roldán Cosano,
José Antonio



Romero Carvajal,
Jerónimo



Romero Cobos,
César



Romero García,
Juan Antonio



Romero Gutiérrez,
José María



Romero Herrera,
José Carlos



Romero Jurado,
Rafael



Romero López,
Francisco Javier



Romero López,
Francisco



Romero Luján,
Francisco



Romero Ruiz,
Lucas



Rosa García,
Darío



Rueda Olmo,
Javier



Ruíz Chacón,
Benito



Ruiz Chamizo,
Juan José



Ruíz Galisteo,
Pedro Antonio



Ruíz Leo,
José Antonio



Ruso Balsera,
Alejandro



Sabariego Usero,
Roberto



Salazar Barba,
Manuel



Saldaña Clemente,
José Antonio



Salmerón Muñoz,
Carlos Antonio



Sánchez Bujalance,
David



Sanchez Castaño,
Juan Jose



Sánchez Fernández,
Manuel



Sánchez García,
Sergio



Sánchez Laguna,
Óscar



Sánchez Martínez,
Antonio



Sánchez Silos,
Pablo



Saucedo Amado,
Alberto



Serna García -Villaraco,
Rubén



Sojo Carmona,
Rafael



Soler Prieto,
Juan Antonio



Tejero Guerra,
Francisco José



Tejero López,
Rafael



Tirado González,
Ana María



Torrero Gómez,
David



Torres López,
Joaquín



Torres Martos,
Alejandro



Torres Romera,
Francisco



Torru Martos,
Antonio



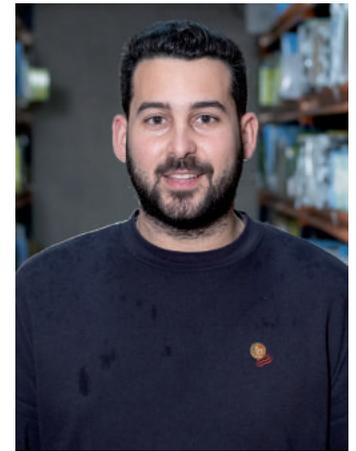
Troncoso Lanzarote
Javier



Valero Blanco,
Bartolomé



Vargas Cano,
Miguel Ángel



Vargas Salado,
Francisco Javier



Vega Jiménez,
Antonio Jesús



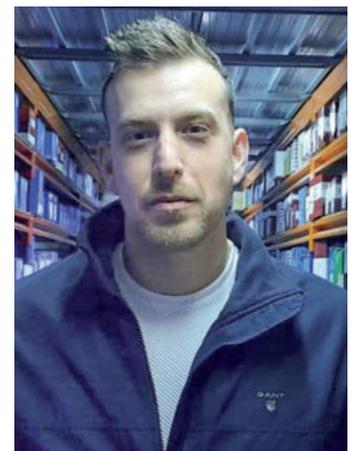
Velasco Santamaría,
Francisco



Vicedo Maillo,
Guillermo



Vico Martínez,
Javier



Villatoro Vega,
Luis



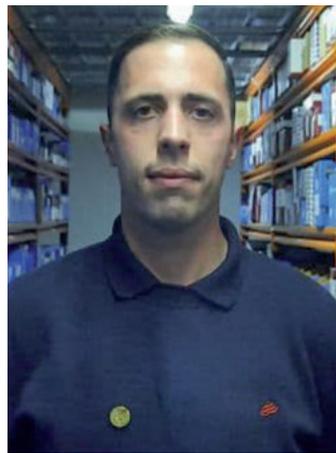
Villén Aguado,
Álvaro



Zuasti Sánchez,
Jesús



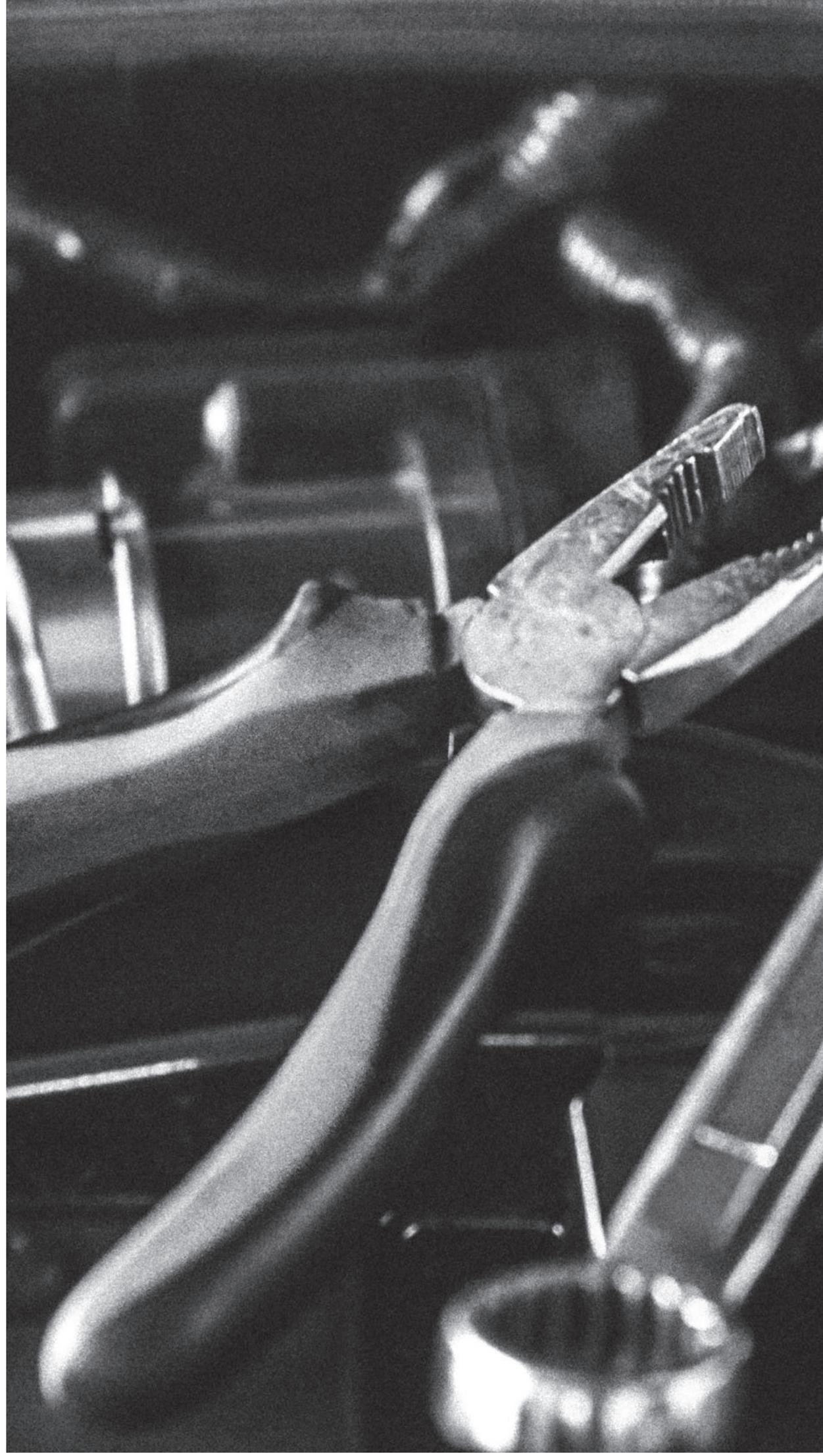
Villodres Rama,
José Gabriel

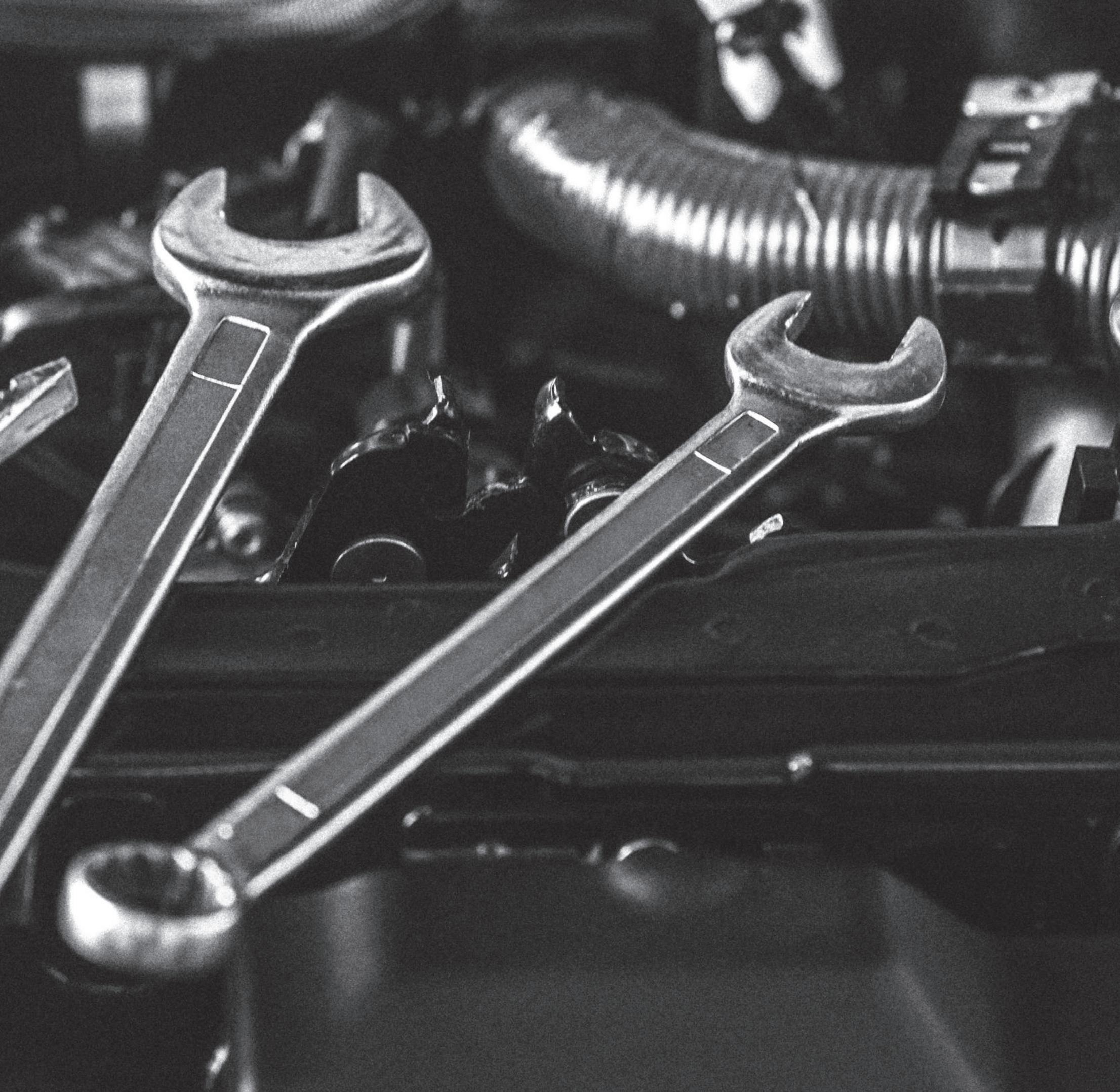


Zurita Santana,
Rafael Jesús



Zambrana Santana,
Javier





| 2.4 |

Nuestros Proveedores

Una relación de simbiosis

La gestión de una empresa implica mucho más que la mera venta de producto. Hay importantes factores en juego como la administración, la logística, el marketing, la gestión del stock o la relación con los proveedores. Este último punto es decisivo, pues los proveedores son el principal sustento de una empresa, porque nos proporcionan la “materia prima” de calidad que ofrecemos a los clientes.

En Grupo Peña siempre hemos considerado a los proveedores como nuestro sustento y creadores de sinergias que favorezcan los intereses de nuestros clientes. Siempre nos hemos sentido orgullosos de trabajar con los mejores, con el compromiso de ofrecer solo primeras marcas.

Para agradecer el esfuerzo de los proveedores en 1995 creamos el Premio Cervatillo, un reconocimiento público que se otorga de forma anual a los proveedores que colaboran estrechamente con Grupo Peña. De esta forma, consolidamos la relación comercial, y también emocional, de ambas empresas.

El Premio Cervatillo, en sus 25 ediciones, simboliza la manera en la que Grupo Peña entiende la relación y los negocios con quienes nos rodean, en especial con los proveedores, destacando factores tan importantes como la distribución, el respeto, el cumplimiento de plazos, la calidad, la aportación de valor o el impulso de las nuevas tecnologías.

En el sector no existen muchos reconocimientos como este, así que para nosotros es un evento muy importante, siendo un valor diferencial entre Grupo Peña y otras empresas.

PETRONAS LUBRICANTS SPAIN, S.L.U.

Grupo Peña tiene un equilibrio que me atrevo a llamar “curioso” en nuestro sector, pues combina de forma excepcional la calidez de una empresa familiar, con el rigor y profesionalidad de sus empleados, con un claro organigrama y definición de funciones, etc. Combinar ambos aspectos no es fácil, y, desde luego, no es lo habitual en este sector.

Sin duda, Grupo Peña es uno de los principales distribuidores de Petronas en España. Su implantación en Andalucía, en diferentes áreas de negocio (vehículo ligero, pesado y agrícola), nos permiten tener un partner (socio) excepcional y con una visión de relación a largo plazo por ambas partes.

En general, y aunque no nos guste escucharlo, el sector del aftermarket (mercado de accesorios) suele ser un sector maduro, conservador... poco proclive a los cambios. Como proveedor, a veces



cuesta trasladar a nuestros distribuidores mensajes de planificación, necesidad de innovación, etc. Es una lucha constante contra las costumbres, la forma de trabajar tradicional... Sin embargo, en el caso de Grupo Peña, la sensación es diferente. Es un reto “seguir el ritmo” a Peña: plan de negocio, digitalización, nuevas vías de comunicación y orientación comercial. Es gratificante sentir que, en casos como el de Grupo Peña, nos tenemos que poner las pilas para estar a la altura como proveedor. Esto nos enriquece a todos, y al sector.

Esther Pertegaz
Sales Manager
Open Market



SCHAEFFLER IBERIA

¿Cuándo comenzaste a colaborar con la familia Peña?

Nuestra relación con Grupo Peña se remonta al año 1995. Inicialmente, esta relación empezó con la incorporación del Volante Bimasa (LuK DMF) en su gama de productos, pero pronto se unieron otras familias y, desde entonces, no ha dejado de crecer. Progresivamente, Grupo Peña ha ido incluyendo las distintas líneas de producto de turismo, vehículo comercial e industrial.



¿Cómo te sientes al colaborar con una empresa que tiene una gran trayectoria de crecimiento como es la de la familia Peña?

Estamos muy compenetrados a todos los niveles. Nuestra progresión y crecimiento han sido muy





similares. En muchos aspectos hemos crecido juntos permitiendo construir con gran facilidad un proyecto en común. Contar con una organización como Grupo Peña representa una ventaja en muchos aspectos como, por ejemplo, la transformación digital que estamos atravesando, que con la coyuntura actual se ha convertido en una necesidad.

¿Qué beneficios os ha reportado colaborar con nosotros?

¡Muchos! Gracias a nuestra colaboración con Peña llevamos años implantando con éxito nuestras gamas de producto en su zona de actuación. Además, obtenemos un importante beneficio mutuo participando en todas las iniciativas que tanto Peña como Schaeffler llevamos a cabo, como el Forum Conocimiento. Aula Schaeffler o las formaciones

técnicas son punto de encuentro con los talleres y donde han surgido muchas anécdotas. Una de ellas fue cuando un mecánico se reencontró con uno de nuestros técnicos, habían coincidido en la época en que ellos trabajaban en Alemania. ¡Qué pequeño es el mundo!

¿Qué destacarías de Grupo Peña desde tu perspectiva como vuestro colaborador?

Sin duda las personas. Cuenta con profesionales con una gran visión. Gracias a su labor, Grupo Peña destaca sobre todo por ser una empresa con un gran futuro. Para Schaeffler es muy importante participar en este camino, por eso sentimos un gran orgullo al recibir reconocimientos como el Cervatillo del Recambio al mejor proveedor.

Gustavo González
Director Comercial, Schaeffler Iberia AAM



SOGEFI FILTRATION SPAIN

Nuestra colaboración se remonta a hace más de 20 años, cuando Peña era uno de los principales clientes de PBR. Desde aquel entonces y hasta ahora, es muy satisfactorio y enriquecedor ser un colaborador de Grupo Peña, pues juntos trabajamos unidos para lograr los objetivos que siempre nos hemos fijado.

La amplia experiencia que Grupo Peña tiene en el sector nos ha reportado el beneficio de aprender a trabajar unidos, aprender de su profesionalidad, del compromiso con el cliente, la seriedad y rigor.





Grupo Peña es una empresa que destaca en el mercado por su calidad humana y su extraordinario trato hacia sus proveedores y clientes. La constancia, la dedicación, el esfuerzo y el respeto han sido valores fundamentales de Grupo Peña, que se reflejan en todos sus empleados y marcan la diferencia.

Ricardo Albi
Sales Director South Europe

TAB SPAIN

Empezamos a colaborar con Grupo Peña hace 17 años, en el año 2004, y nos sentimos afortunados de formar parte, en cierta manera, de la familia Peña. Cuando Grupo Peña decidió apostar por TAB, el conocimiento de nuestra marca en el mercado español era mínimo; ¡Ni siquiera existíamos todavía como TAB Spain! Pero a medida que nuestras baterías fueron apareciendo en los distintos puntos de venta que Grupo Peña tenía, nuestra marca ganó reconocimiento.

Premio Cervatillo
2010





Algo que nos gusta recordar es que, cuando nuestro director comercial Federico Martínez acudió a la primera reunión con Grupo Peña, se encontró con que el objetivo era encontrar el modo de comprar las baterías a un precio más bajo. Parecía un acuerdo imposible pero, a los pocos meses, Grupo Peña se había convertido en el principal distribuidor de nuestra marca en España.

Desde nuestra perspectiva como colaborador, resulta difícil describir a una empresa como Grupo Peña sin caer en el elogio fácil, pero lo cierto es que construir una empresa de distribución y lograr una cuota de mercado como la que ostentan, no se alcanza por casualidad.

El trato familiar con las personas que forman parte del equipo traspasa las fronteras de la propia empresa y se transmite a todos aquellos que, de un modo u otro, colaboramos con ellos. Una empresa

andaluza que hace suyo un refrán catalán de antaño: “Poc a poc i bona lletra”, que se entiende: “Poco a poco y buena letra”.

Peña y TAB hemos crecido juntos. Tuvimos el honor de recibir el cervatillo de plata precisamente en el año del 40 aniversario de Grupo Peña. Hemos compartido ferias, viajes, celebraciones de unos y otros; hemos vivido momentos brillantes y hemos hecho frente a adversidades que han puesto a prueba nuestra relación comercial. Todo eso nos ha llevado hasta hoy, en que, una vez más, podemos compartir un nuevo logro de esta empresa, nada más y nada menos que 50 años de existencia.

¡Enhorabuena por estos primeros 50 años y por otros tantos!... como mínimo.

Joan Alcaraz
TAB Spain Director General



MICHELIN ESPAÑA PORTUGAL

Nuestra colaboración empezó a finales de 2002. ¡Hace casi 20 años! En ese momento, la familia Peña y Michelin decidieron afrontar un nuevo reto. Para Michelin, el canal recambista era desconocido y, a su vez, para la familia Peña, el mundo del neumático también lo era. Trabajando juntos conseguimos superar el reto y alcanzar nuestros objetivos, aunque todavía nos queda mucho camino por recorrer juntos.

Es anecdótico, pero Michelin es una empresa familiar también, en cuyo ADN siempre ha estado el cliente en el centro de todas nuestras prioridades. Desde ese ángulo,



ver como una empresa también familiar como Grupo Peña, ha sido capaz de convertirse en una referencia, nos llena de orgullo. Aprovechamos para desearles todos los éxitos en el futuro. Esperamos seguir trabajando de la mano muchos años más.

A nosotros nos ha permitido empezar a trabajar con el canal recambista, que era desconocido para nosotros hasta que empezamos juntos la andadura. Un canal del que se abastecen especialmente los talleres. Cada día más consumidores deciden cambiar sus neumáticos en los talleres mecánicos, un canal que es cliente natural de empresas como Grupo Peña. Trabajar juntos nos ha permitido llegar como fabricante a este canal, aportando valor, gracias a hacerlo en colaboración con un pionero.

Nos gustaría destacar de Grupo Peña varios rasgos:

- En primer lugar, las Personas: su implicación, perseverancia y honestidad, en esta relación mantenida durante todos estos años
- En segundo lugar, la Profesionalidad: su afán de superación, su implicación con la formación, y su capacidad para adelantarse a los tiempos.
- Por último, esa implicación con el grupo Michelin. Estamos muy orgullosos de pertenecer a esta familia Peña.

Antonio Crespo

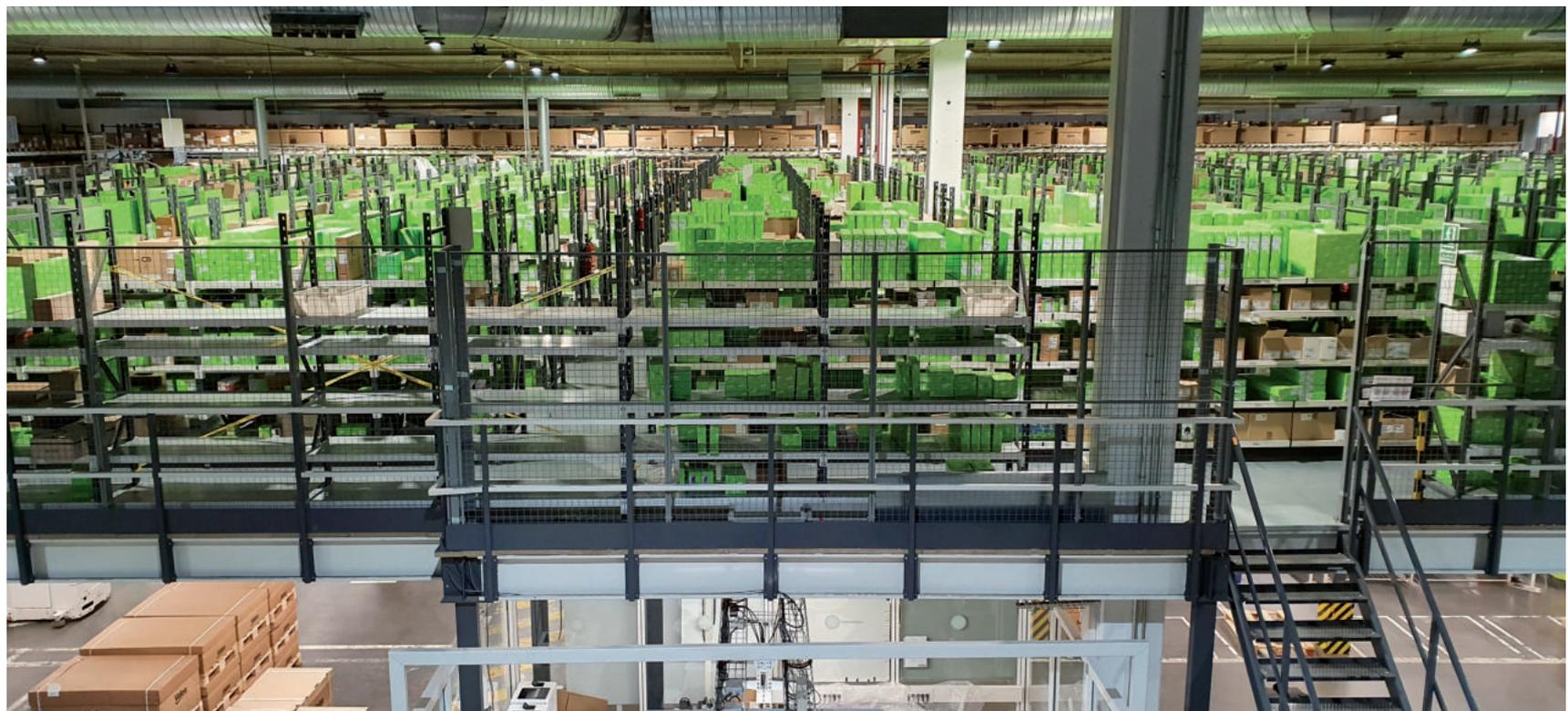
Director Comercial Michelin España y Portugal





VALEO

Para saber cuánto tiempo llevamos colaborando con Grupo Peña he tenido que preguntar a gente que ya no está en Valeo, pues para los que estamos en activo, y algunos llevamos muchos años, no conocíamos los inicios de la relación empresarial. La primera venta data de los años 70 y fue un pedido de filtros de la Marca Faessa. Más adelante, como Valeo Distribución, fue en los años 80. Paco Taguas fue quien dio de alta a Grupo Peña como cliente en Valeo.





Nos sentimos tranquilos de saber que colaboramos con una empresa que trata nuestras marcas como algo suyo, las defienden y las hacen crecer. Sabemos que la relación es de largo plazo y siempre trabajamos juntos con el fin de llegar a un beneficio común en perfecta sintonía de ser partners.

Como decía antes, el beneficio es común, Grupo Peña distribuye nuestros productos en su zona de influencia y venden los productos que de una manera u otra el mercado demanda.

Cabe destacar de Grupo Peña su constante inquietud por mejorar, proponiendo nuevos retos y formas de trabajar, de una forma seria y profesional, pero con la cercanía de una empresa familiar en principios.

Una actitud que también queda reflejada en el mimo con el que tratan a sus clientes, proveedores y colaboradores en todos los grandes eventos que organizan.

También es de destacar el sumo cuidado que ponen en todos los detalles y su constante evolución, no sólo con la apertura de nuevas zonas, sino en proyectos revolucionarios en aspectos tan importantes como la logística o la formación con Forum Conocimiento. Queremos destacar y agradecer que hayamos podido participar en muchos de ellos. Su afán de mejora continua es lo que hace que una empresa siga cumpliendo años.

Jose Antonio Tercero
General Manager



ROBERT BOSCH ESPAÑA SLU

La relación entre Grupo Peña y Robert Bosch viene de muchos años atrás. Por vuestra casa han pasado muchos colaboradores de Bosch y, en este caso, yo soy el “último afortunado” en estar más cerca de vosotros.

En estos años de relación empresarial puedo destacar la profesionalidad con la que trabajáis, siempre a la vanguardia y adelantados en todo momento al tiempo en que nos toca vivir.

Hemos podido conocer de primera mano vuestras tiendas y clientes, en visitas y horas de coche, con vuestra fuerza de ventas. En estas visitas hemos percibido y reafirmado que sois una empresa modélica en el mercado de recambios y talleres a nivel andaluz.





Siempre os hemos tenido como un referente en nuestro sector por vuestra agilidad ante los cambios y las innovaciones, así como, por el reconocimiento, cercanía e influencia entre los talleres de la geografía andaluza.

Sois pioneros en procesos, en muchos casos los primeros en instaurar conceptos y maneras de trabajar, que después serán la forma habitual de actuar para todo el sector.

Pero sobre todo, sois una gran empresa, formada por “buena gente” y muy profesional, en la cual, por la

confianza depositada en nosotros y la colaboración que hemos recibido por vuestra parte, uno se siente como en casa.

Muchas gracias por compartir estos años con nosotros, y con la confianza y el deseo de seguir haciéndolo otros 50 años más, y con la seguridad de que Grupo Peña volverá a celebrar sus éxitos.

Jose Carlos Iborra
“Sales District Manager” (Jefe de Ventas Regional)



SHELL

Shell empezó a colaborar con Grupo Peña hacia el año 1999. A partir de entonces, y debido al gran trabajo en equipo, nuestras relaciones comerciales se consolidaron de forma definitiva en el año 2012 y, muy especialmente, en los últimos cuatro años en los que hemos trabajado prácticamente como un solo equipo.





De hecho, tanto en el aspecto profesional como en el personal, el grupo Shell se siente muy orgulloso de estar participando en los éxitos de una compañía que, aun siendo familiar, tiene una mentalidad y estrategia sin nada que envidiar a una gran multinacional, lo que la ha llevado a ser una de las referentes en el mercado del recambio en España. Y esto ha supuesto un beneficio evidente, pues para Shell es clave trabajar con Grupo Peña, tanto para seguir aumentando el conocimiento del mercado, como en la forma de desarrollar la distribución en Andalucía.

Algo a destacar en Grupo Peña es la excelente combinación de veteranía y juventud permitiendo que el equipo de trabajo demuestre un alto nivel profesional, facilitando la exitosa relación con el grupo Shell, sin olvidarnos del alto valor humano

demostrado a lo largo de estos años por su organización.

De entre las innumerables ocasiones en las que hemos estado trabajando juntos en convenciones, procesos de formación o desarrollo de proyectos propios de Grupo Peña, guardamos un especial y cariñoso recuerdo de la convención en la que se nos otorgó el premio Cervatillo como mejor proveedor del año 2017, recibiendo un exquisito y elegante trato por parte de toda la familia y el equipo de Grupo Peña.

José Luis Montes

Responsable Distribuidores y Recambistas

José Luis Palazon

Director comercial Nacional indirecto - Distribución



MANN+HUMMEL IBERICA, S.A

La colaboración entre la entonces conocida como FILTROS MANN y la familia PEÑA se remonta décadas atrás. Ninguno de los que actualmente trabajamos en el equipo estábamos en la empresa cuando se inició la relación comercial, y que vino dirigida por el entonces representante de FILTROS MANN, D. Sebaldo Pérez Cambil. El crecimiento de las familias PEÑA, por un lado, y MANN+HUMMEL por otro, está unido y conforma dos trayectorias de éxito. Los valores de ambas compañías entroncan con una



visión humanista en la que las personas son parte fundamental. Ello genera en mí, un sentimiento de cercanía, colaboración, trabajo y muchos aspectos positivos.

El principal beneficio obtenido por MANN+HUMMEL ha venido de diferentes ámbitos:

GRUPO PEÑA ha sido, de siempre, una empresa con enfoque multisectorial. Con la diversidad de ámbitos en los que trabaja: Turismo, Agrícola, Vehículo Industrial, Industria, etc, hemos podido atender las necesidades en materia de filtración

La imagen que siempre ha proporcionado GRUPO PEÑA como distribuidor de marcas premium, con calidad original, ofrece al taller una serie de servicios y productos difícilmente igualables, de la que sus marcas proveedoras también se han visto beneficiadas.

La expansión de GRUPO PEÑA también ha producido la consecuente llegada de sus productos y marcas a muchos lugares.

Gracias a la cercanía con los clientes y con el personal de GRUPO PEÑA, podemos “saltar un escalón” y obtener información de primera mano de los verdaderos prescriptores de nuestro producto.



El carácter emprendedor, sus procesos innovadores, su propia expansión y su capacidad de crecimiento hacen de GRUPO PEÑA una de las empresas más importantes de nuestro sector. Pero si hay algo remarcable es la cercanía y, en general, todo lo que aportan las personas de GRUPO PEÑA, comenzando por su director general Antonio Peña.

Una marca premium como MANN-FILTER, necesita distribuidores premium como GRUPO PEÑA y si, además, están dirigidos por personas premium, la combinación es imbatible.

Ricardo Peris
Director Comercial



PPG IBERICA SALES & SERVICES S.L.

Vamos en camino a 15 años de colaboración, en los que siempre que nos hemos reunido, nos han tratado de una manera exquisita y nos han planteado retos de crecimiento, independientemente de la coyuntura del momento, con peticiones de cambios, que normalmente sorprenden, pero que llevan a innovar y con una línea muy clara. Eso a nivel personal y profesional es muy de agradecer en un mundo tan convulso como el actual.

Ambos sabemos lo que esperamos el uno del otro y que cumpliremos lo comprometido, y, aunque suene fácil decirlo, por experiencia propia puedo afirmar que no es nada sencillo. Por eso, ha sido fácil entendernos en el momento de planificar y desarrollar proyectos comunes de crecimiento en un mercado cada vez más competitivo.

Los interlocutores siempre han sido personas que han crecido personal, profesional y jerárquicamente en la empresa. Es destacable que son personas muy comprometidas, que han dado la talla en todos los niveles y que le han dado un sello muy propio



a “Grupo Peña”. Eso ha permitido que la relación haya sido muy franca y alineada en el esfuerzo. Y ese tipo de relaciones nos enriquece como persona, nos sube el nivel de autoexigencia y permite la creación de una autocrítica constructiva en ambas partes, que al final repercute en un crecimiento sostenido, y finalmente supone un premio al esfuerzo.

Cuando pienso en Grupo Peña, me vienen a la mente dos palabras: ilusión y tenacidad. Ilusión por crecer, por aprender, por explorar, por estar ahí. Y tenacidad al desarrollar sus proyectos, que por más que pasen los años, no deja de asombrarme.

En definitiva, si hay algo que he aprendido durante todos estos años, es que “Si las personas que forman Grupo Peña, se proponen algo que les ilusione, con respeto y determinación, tardarán más o menos, será más fácil o más difícil... pero lo lograrán”.

Sería casi imperdonable no recordar que es la dirección de Grupo Peña la que ha sido la responsable de crear este clima de trabajo y confianza muy propio de Peña.

Domènec Rubio
Director Regional de Ventas



VARTA

El inicio de las intensas y fructíferas relaciones comerciales entre GRUPO PEÑA y DAISA se produjo en junio del año 2013. Desde entonces, creemos que ambas empresas pueden sentirse muy orgullosas de la evolución del negocio común. Era y es, sin duda, muy importante para Grupo Peña trabajar con la marca del primer fabricante y principal proveedor del primer equipo. Así como era y es vital para DAISA que, una empresa tan puntera en el mercado de After Market como es Grupo Peña, sea distribuidor de referencia en la marca VARTA en su ámbito territorial.

Tanto es así que es una enorme satisfacción para DAISA poder colaborar con Grupo Peña, no solo por su gran trayectoria de crecimiento, sino por su magnífica participación y protagonismo en la profesionalización del sector, como demuestran todas sus iniciativas y su permanente interés por mejorar la formación de todos los protagonistas del mercado.

De manera que los beneficios de nuestra colaboración son, aparte de una evidente mejora de nuestra conjunta penetración de mercado, que las iniciativas de Grupo Peña han confluído perfectamente con nuestras propias iniciativas referentes a aspectos tan importantes y, a menudo tan descuidados, como resaltar los valores añadidos que conlleva priorizar la venta de la primera marca VARTA y tratar de subsanar las enormes deficiencias formativas que padece el sector.

Si tuviera que destacar algo, sin ningún tipo de duda, es su equipo humano. Todos hacen de Grupo Peña una gran familia. He tenido la suerte de conocer a prácticamente todo el equipo y, siempre he recibido una sonrisa y un gesto amable. Se respira un ambiente de seriedad,



negocio y fuerza. ¡Ver crecer un negocio de esta dimensión es un chute de energía y positividad!

La ilusión con la que hacen el trabajo, permite comprender y acompañar el nivel de exigencia con el que se hace negocio. A su vez, se recibe ayuda, se escucha, se aporta, se agradece... siempre.

Formar parte del universo de Grupo Peña suma tanto

a nivel personal como profesional. Ojalá pudiera plasmar en este escrito una gran SONRISA que es lo que se me antoja para todo el equipo.

¡Enhorabuena por estos 50 años, y que sean 50 más!

Miguel Timermans
Director Comercial General



DELPHI TECHNOLOGIES

La colaboración entre Delphi Technologies y Grupo Peña tiene un recorrido de más de 20 años. Con la actual marca de Delphi, se empezó a trabajar a principios de los años 2000, cuando nació el nuevo concepto de Delphi Aftermarket. Desde entonces, ambas empresas han ido creciendo de la mano.

Es un orgullo para Delphi Technologies Aftermarket poder colaborar con un referente en el mercado del automóvil como Grupo Peña y poder comprobar





cómo, año tras año, la colaboración mutua ha traído resultados tan positivos.

Para Delphi Technologies Aftermarket la colaboración conjunta con Grupo Peña ha significado un trabajo con beneficios mutuos para ambas partes, que también ha conllevado un aumento de prestigio. Asimismo, dicha colaboración ha permitido poder ampliar nuestra presencia en este mercado tan dinámico y competitivo como es el del Aftermarket independiente.

Por último, de Grupo Peña podría destacar cómo transmiten valores de honestidad, respeto y cooperación que se reflejan en todos sus empleados, colaboradores y proveedores.



David Zapata Clemot
Country Director Spain and Portugal



ZF

Grupo Peña siempre se ha encontrado entre nuestros clientes destacados. Existe una larguísima trayectoria de colaboración que se remonta prácticamente a los orígenes de Grupo Peña. La relación continúa hasta el día de hoy con la evolución hacia la marca TRW, de la que Peña es bandera en Andalucía.

Para nosotros es un auténtico orgullo colaborar tan intensamente con un gran referente del sector. Tenemos que destacar el privilegio que supone trabajar con una plantilla que dispone de grandes profesionales, siempre formándose y preparándose para atender las últimas necesidades y exigencias del sector. Dentro de ZF les llamamos “Hombres y Mujeres Peña”.





En ZF siempre hemos tomado a Grupo Peña como un ejemplo en su modelo de servicio, así como por su política dirigida al taller profesional, ofreciendo continuamente recursos y formación para estar siempre en vanguardia con las últimas tecnologías.

Trabajar con ellos nos ha aportado una auténtica ventana al mercado de recambios de la que hemos aprendido y que nos ha permitido en varias ocasiones anticiparnos a situaciones complejas del sector.

Además, en Grupo Peña hay grandes profesionales del marketing y la comunicación, con grandes ideas, siempre buscando el crecimiento mutuo.

Aunque desde su inicio Grupo Peña ha sido una empresa muy familiar, hay que destacar el histórico equilibrio entre ese trato personalizado y una gestión profesional. Cada día disfrutamos de un enorme entendimiento que facilita cualquier colaboración. Contar con ellos en nuestra base de clientes es sentir la tranquilidad de que nuestros productos están bien cuidados por un compañero de confianza, durante este largo viaje.

Hector López-Brea
Director IAM España y Portugal
ZF Aftermarket

SKF

Premio Cervatillo
2001 / 2013



Apenas hacía un año que había estrenado mi nuevo cargo como Delegado Comercial de SKF, sobre 1998 creo recordar, cuando viajé a Córdoba a mantener una reunión con el responsable de compras de una empresa llamada Auto Frenos Sur. Me atendió Pablo Peña en una tienda, un tanto destartalada y que, a todas luces, se les había quedado pequeña. Cajas de material por todos sitios, chicos que entraban y salían con sus cascos de moto para suministrar material, personal de tienda y almacén pululando. El caso es que Pablo y yo conectamos, le gustó nuestro producto y comenzamos nuestra andadura. Al poco tiempo comencé a trabajar con Antonio en unas instalaciones que poco o nada tenían que ver con la pequeña tienda de Auto Frenos Sur. La imagen que proyectaban era la de una empresa dedicada a la automoción en toda la extensión de la palabra: recambios, logística, formación, red de talleres, marketing...





1 Juan Carlos Torrent recibió el Premio Cervatillo en nombre de SKF.

Desde entonces han pasado muchos años, hemos ido perdiendo pelo (unos menos que otros), hemos cogido algún kilo de más (unos más que otros) pero Grupo Peña Automoción sigue con el mismo impulso y dinamismo que al principio.

Personalmente, haber mantenido el contacto con su equipo comercial me ha servido para acercarme a los problemas que se les presentan diariamente y que, desde una multinacional, estamos tan lejos. Nunca tuvo más sentido la frase de que “las empresas las

forman personas” y el equipo comercial es una pieza clave, incluso la columna vertebral.

Por mi parte, las negociaciones con una empresa de esta magnitud suponen un reto, aporta experiencia, conocimientos y te obliga a ser imaginativo en la respuesta.

Al hilo de esto, me viene a la cabeza una anécdota. En una de las negociaciones con Rafael, me comenta que próximamente comenzarán la comercialización de aceite. Yo pensé: “Vais tarde, ¿con todos los productos que tenéis y aún no habéis introducido el aceite?” ... El caso es que a las pocas semanas recibo en mi oficina una botella de cortesía, ¿de aceite de oliva?! Cogí el teléfono y llamé a Rafael y le dije que no entendía nada, ¿cómo se dedicaban al aceite de oliva si aún no distribuían aceite para el motor del coche? Las risas aún las sigo oyendo.

Muchas felicidades por este 50 Aniversario y a todo el equipo de Grupo Peña Automoción que no se ve pero que, sin ellos, seguro que la empresa no funcionaría como lo hace.

Jesús Ramos Ontiveros
District Manager - South Area
Heavy Duty Coordinator
SKF / VSM Automotive & Aerospace



SANDO

En el año 2011 tuvimos nuestra primera reunión con Rafael Morales y, después de tantos años, estoy seguro que él se acordará de aquellas reuniones y sentirá la misma nostalgia que yo. Podemos resumir que, desde entonces, nuestra relación es “UNA HISTORIA QUE DEMUESTRA NUESTRO COMPROMISO MUTUO”.

Personalmente, me siento orgulloso de haber podido emprender esta bonita colaboración y, puedo añadir que, estoy doblemente orgulloso, porque, al inicio, fue difícil convencer a Grupo Peña de lo que la empresa CASCO con la marca SANDO podía aportar. Pero, finalmente, confiaron en nosotros, y esa trayectoria de crecimiento está afianzada por ambas partes y confiamos que seguirá siendo así por mucho tiempo.

Además del obvio beneficio “financiero” que supone una relación comercial entre dos empresas, esta colaboración nos ha aportado muchas satisfacciones desde el punto de vista relacional, de amistad, humano, proyecto...

Grupo Peña es una empresa que NUNCA se rinde, que apuesta por el futuro y que innova. La prueba está con el desarrollo en modo virtual de PEÑA PROFESIONAL. Destacamos los eventos PEÑA PROFESIONAL en general, y en particular este año en modo virtual, pero también las aperturas de Jaén y Sevilla.

José López
Product & Marketing

Sando & Grupo Peña
UN VALOR SEGURO

ALTERNADORES Y MOTORES DE ARRANQUE
8000 REF. + 2500 REF. DE COMPONENTES

INTERRUPTORES ELEVALLUNAS
800 REF.

CONMUTADORES
1800 REF.

TURBOS Y CARTUCHOS
1000 REF.

GAMA LIMPIA-PARABRISAS
1200 REF.

GAMA DIRECCIONES
1300 REF.

GAMA TERMICA
2000 REF.

www.gpautomocion.com

CAUTEX

Hace ya más de 15 años que el destino unió los caminos de la familia Peña y Grupo Cautex, momento en el que se inició la forja de una relación de colaboración sincera y sólida entre ambas partes.



Para Grupo Cautex es un orgullo poder compartir su camino con una empresa como Grupo Peña. Gracias a nuestra relación, hemos conseguido, a través de dos de sus pilares fundamentales como son el servicio y la proximidad con el cliente, acercarnos cada vez más a todos los clientes de Andalucía. Con un servicio y asesoramiento impecables, Grupo Peña ha demostrado ser un socio extraordinario para conseguir llevar, no sólo nuestras piezas, sino también nuestro saber hacer, hasta todos sus clientes de manera puntual y eficaz.

Su indiscutible orientación hacia el cliente, el alto valor humano del equipo de Grupo Peña, su pasión por lo que hacen y una contrastada metodología de trabajo, contribuyen cada día a fortalecer nuestra marca y hacer tangibles nuestros esfuerzos en la búsqueda de la excelencia y la proximidad con los clientes.

Jorge Campos
Responsable Comercial

IADA

Nuestra relación con Grupo Peña empezó hace más de 20 años y la inició un querido amigo, buena persona y compañero de ambas empresas, Dionisio Benitez. Hasta el día de hoy, seguimos trabajando de forma ininterrumpida.

Al ser proveedor y un estrecho colaborador nos ha permitido crecer como empresa en paralelo con Grupo Peña. Nos da prestigio a nuestra marca, pues al ser un fabricante nacional como nosotros, nos ofrece una carta de presentación que nos ha abierto otras puertas. Esta colaboración nos ha generado una gran visibilidad de nuestra marca en todas sus zonas de influencia, algo muy importante, sobre todo, en nuestros principios, cuando éramos una empresa pequeña en crecimiento y necesitada de clientes potentes que nos dieran imagen y presencia en el mercado. Todo esto ha sido posible gracias a la seriedad, fiabilidad, estabilidad y la relación personal que te ofrece Grupo Peña como cliente.



Javier Sargatal
Director Comercial



WOLF

Llevamos colaborando con Grupo Peña desde el verano de 2015, pronto hará 6 años. Hay al menos dos sentimientos que se tienen cuando se empieza un camino de colaboración con un socio de tanto valor. Cuando empiezas sientes que tus productos merecen mucho la pena y que lo has debido hacer muy bien para que una empresa de este tipo te requiera. Cuando llevas un tiempo y los conoces, comprendes que cuentas con un socio que tiene un “plan” donde cada año le gana al anterior, y eso te hace crecer.

Cada profesional que trabaja en Grupo Peña tiene la posibilidad de oír algo acerca de nuestra marca. Hoy en día, Grupo Peña tiene una cartera muy importante de clientes en muchas provincias de la zona sur de España. Por nuestra parte, ayudar a tantos clientes es muchas veces dado por una estupenda gestión de muchos años. Obviamente nuestra imagen de marca se beneficia de vuestra gestión.

De Grupo Peña destacaría bastantes cosas, pero para mí, podría ser una mezcla de todo lo dicho anteriormente; sería como una escalera de 4 peldaños donde desde un plan perfectamente fijado llegan año tras año al éxito: Plan, Gestión, Partners – Socios y Éxito.

Salvador Llombart
Director de Ventas



Lechler Coatings Ibérica

En Lechler llevamos colaborando con Grupo Peña casi 23 años. De hecho, Grupo Peña fue una de las primeras distribuciones con las que iniciamos nuestro negocio tras la fundación de nuestra filial ibérica, y hemos crecido conjuntamente a lo largo de los años, hasta convertirnos en los “Partner” que somos hoy en día.

Sin duda, desde Lechler nos sentimos encantados de colaborar con Grupo Peña y de sentirnos integrados en la familia que Peña ha formado. Hemos ido creciendo de la mano a lo largo y ancho de la zona sur de nuestro país, y estamos enfocados en continuar creciendo juntos en áreas tan importantes como Sevilla, Córdoba,... Estamos convencidos que tenemos al compañero de viaje idóneo para conseguirlo.

Consideramos que la imagen de seriedad y profesionalidad de Grupo Peña ha beneficiado a nuestra marca en el territorio que compartimos. Su innegable capacidad logística y comercial, así como su mentalidad innovadora, son claves en el desarrollo positivo de nuestra imagen y nuestro negocio en la zona.

Algo que destacaría de Grupo Peña es la cercanía al cliente, la seriedad, el buen hacer de todo su equipo y, la cordialidad que siempre ha presidido nuestras





colaboraciones. Pero, sin temor a equivocarme, si tuviera que destacar una cualidad por encima de todas, esta sería su visión de futuro y su capacidad de anticipar los cambios en el mercado. Esto convierte a Grupo Peña, y a su alianza con Lechler, en potenciales ganadores en la zona que ocupamos conjuntamente.

Por todos los motivos apenas expuestos, desde Lechler deseamos a Grupo Peña un feliz 50 aniversario y, ¡esperamos poder celebrar muchos aniversarios más juntos!

Oscar Sánchez
Director Ventas & Marketing Iberia

WEBASTO

La relación comercial de Webasto con Grupo Peña Automoción comenzó en el año 2000. En aquella época, nuestra empresa, entonces Diavia Aire, S.A., era parte de la multinacional Delphi y, estaba iniciando su andadura en la distribución de recambios en el mercado de la posventa independiente

Desde que el mercado posventa del recambio de aire acondicionado comenzó su crecimiento en España, Grupo Peña supo ver la importancia que iba a adquirir con los años y eligió como proveedor a Webasto, relación que continúa a día de hoy, tras más de 20 años, llenándonos de satisfacción.

Para Webasto es un orgullo colaborar con una empresa como Grupo Peña, que es un referente de la distribución independiente en España, no solo por su buena imagen y larga historia, sino también por su constante inversión para el crecimiento y la mejora del servicio al cliente.

Trabajar con Grupo Peña Automoción ha reportado a Webasto numerosos beneficios, entre los cuales podemos señalar:

Imagen de una marca de calidad que aporta seguridad y rentabilidad a sus clientes.

Conocimiento del mercado que nos ayuda a adaptarnos día a día a las necesidades del mercado y clientes.

Crecimiento que es posible por el buen entendimiento de la particularidad de un producto tan técnico como la climatización, y por su gran cobertura geográfica.





Desde nuestro punto de vista como colaborador de Grupo Peña, podemos destacar la gran profesionalidad con la que desarrollan la distribución de nuestros productos. Esta profesionalidad incluye una gran inversión en sistemas, almacenes y vehículos que aseguran una atención excelente al cliente, y el continuo desarrollo de iniciativas de formación y marketing que ayudan al taller a realizar su labor con el mayor nivel de calidad y rentabilidad.

Finalmente, e igual de importante, es la humildad y cercanía de Grupo Peña en el trato al taller, al que procura hacer partícipe de un proyecto familiar. Trato que sin duda ayuda mucho en la percepción del valor añadido aportado por el grupo a sus clientes.

Jose Miguel Ramirez
Responsable de Postventa
Webasto Group

KYB

Comenzamos a colaborar con Grupo Peña en Octubre de 2009. Aunque en realidad ya habíamos empezado unos meses atrás, porque ese año se celebraba una edición de Peña Profesional. No habíamos cerrado aún ningún acuerdo, estábamos de conversaciones casi a diario. Entonces, en una reunión con Rafael Morales y Pablo Peña, nos sugirieron que apostásemos por Peña Profesional y estuviéramos presentes con un Stand en esa edición. No lo dudamos, en ese momento sabíamos que ya pertenecíamos a la familia Peña.

A partir de ahí todo vino rodado -qué fácil se ve todo desde la lejanía del tiempo-, fuimos creciendo de la mano de Grupo Peña, y Grupo Peña fue creciendo de la mano de KYB. Nos entendíamos y nos seguimos entendiendo a la perfección.

Evidentemente, además de aportar negocio nos proporciona una imagen en el mercado muy en la línea de la que supone ser un proveedor preferente de Groupauto Unión Ibérica, una imagen premium, una imagen de calidad y de seriedad.

Y es que Grupo Peña nos ha sumado muchas cosas. Destacaríamos que es uno de los principales “culpables” de nuestro volumen de ventas. Pero sobre todo

Premio Cervatillo
2014



destacaríamos que gracias a Grupo Peña, quien se ha encargado de fomentarlo y demostrarlo sin descanso, KYB goza de una imagen inmejorable en el taller.

Nos gustaría destacar la seriedad, confianza, empatía y cercanía de Grupo Peña. PROFESIONALIDAD creo que define y resume lo que he contado



anteriormente. Te conectan directamente con el taller y esto es fundamental para nosotros y, por supuesto, una de las claves del éxito.

Desde KYB quisiéramos destacar de manera muy especial cuando fuimos galardonados con el Cervatillo de Plata. Un reconocimiento que no solo se queda en el ámbito de Grupo Peña – KYB, sino que te otorga una imagen muy notoria de prestigio en el mercado. Sin temor a equivocarnos, el ser reconocidos de esta forma por Grupo Peña, fue para KYB un impulso extra para seguir creciendo en el mercado español.

Marco Blanes
Director Comercial Iberia
KYB Europe

NRF

Desde hace muchos años, NRF ha sido proveedor de la familia Peña. No obstante, no fue hasta hace 3 años que dejamos de ser un proveedor más para convertirnos en un aliado estratégico.

Los beneficios destacables de la colaboración entre NRF y Grupo Peña son notables, pues hemos construido una buena relación que nos permite tener un contacto continuo y



cercano. Compartimos la misma visión del camino, y estamos adaptándonos a la nueva realidad de concentración, donde el mercado está cada vez menos fragmentado. Estamos seguros de que hemos encontrado en Grupo Peña el partner (socio) perfecto para anticiparnos a los desafíos futuros de la posventa: vehículos tecnológicamente más complejos, presión logística creciente y una dualidad del mercado automovilístico con coches muy nuevos y otros muy antiguos.

La realidad es que la distribución de recambios española comienza a protagonizar los primeros movimientos claros de concentración. Los recambistas son conscientes de que deben

transformarse para seguir siendo rentables en un nuevo escenario, más competitivo y exigente. Grupo Peña lleva trabajando en ello mucho tiempo y para NRF es un honor acompañarlos en este reto.

Sin ninguna duda, Grupo Peña es uno de los mayores distribuidores del mercado. Desde NRF destacamos la capacidad que tiene Grupo Peña de adaptarse continuamente a los cambios del mercado. Su

apuesta por “no preocuparse” sino por “ocuparse” en conocer cuáles son las tendencias del mercado y preparar a su empresa para los nuevos escenarios que se presentan, permiten mantener la confianza de sus clientes. Todo esto sumado se traduce en una sólida reputación de la empresa.

Eduardo Gijón Pérez
Director NRF Spain



DENSO AFTERMARKET IBERIA

En realidad, desde el inicio de mi carrera profesional en la Posventa independiente, siempre he colaborado con la familia Peña. Pero, sin duda, mi entrada en Denso en 2011 marcó un punto de inflexión en mi relación con ellos. Desde nuestros comienzos, encontramos en Grupo Peña una empresa que entendía la importancia del proyecto de Denso en España, y con la que siempre ha sido muy fácil encontrar puntos de desarrollo en común para crear una relación de socios que sigue consolidándose año a año.

Trabajar con la familia Peña nos transmite la tranquilidad de saber que estamos construyendo un futuro juntos. Todo lo que hacemos está basado en proyectos de desarrollo conjuntos con una empresa sólida, con una clara visión estratégica y que está tomando las medidas necesarias para afrontar el futuro en nuestro sector en las





mejores condiciones posibles. Compartimos la misma filosofía.

Grupo Peña transmite una imagen profesional en todo lo que hace, que lo convierte en la plataforma de distribución ideal para una marca Premium como la nuestra.

Además, su focalización en el cliente junto con todos los servicios de valor añadido que les ofrecen, les convierte en una extensión de nuestra empresa en el terreno, especialmente importante, del soporte técnico que en general nuestros productos necesitan para realizar una correcta diagnosis y posterior reparación.

Grupo Peña desarrolla, conjuntamente con GAUIb, herramientas y servicios vanguardistas a sus talleres de reparación, para que estos puedan afrontar los cambios que se están produciendo en los últimos años y los desafíos próximos a los que tendremos que enfrentarnos como sector. Esa vocación de adelantarse siempre al futuro, de ofrecer servicios de valor añadido y de estar siempre cerca de sus clientes, son las mayores fortalezas que, en mi opinión, tiene Grupo Peña.

Miguel Portolés
Country and Sales Manager

BASF - GLASURIT

En este año tan especial para Grupo Peña, justo cuando se celebran 50 años de su nacimiento, ¡en Glasurit también estamos de Aniversario!, pues hace exactamente 25 años que comenzó la andadura de Glasurit con Grupo Peña. Esta alianza ha sido de gran provecho para nuestra marca. Durante todos estos años de colaboración, hemos podido compartir muchas experiencias. Nos vienen a la memoria muchos viajes, reuniones, convenciones, encuentros, visitas con clientes, etc... Grandes recuerdos que quedan para siempre y que nos han fortalecido en los buenos momentos y nos han ayudado, como no, a superar los retos a los que nos hemos enfrentado.

No menos importante para nuestra marca, es que Grupo Peña comparte y promueve totalmente los valores estándar de BASF, que son la transmisión de seguridad, confianza y estabilidad para todos los proveedores y clientes con los que actuamos diariamente.

En cuanto a los beneficios de trabajar con Grupo Peña, destacaría el factor humano y la profesionalidad que les rodea. Sus valores como empresa van más allá de su organización y puedes sentir ese espíritu en cada una de las personas que forman Grupo Peña.



Otra de las ventajas de colaborar con Grupo Peña es que uno no deja de aprender nunca. Hemos tenido la suerte de poder acompañarlos en muchas de sus innovadoras acciones de fidelización. Su proactividad, empeño y compromiso son muy valoradas por sus clientes y han generado una gran confianza en los talleres a los que Grupo Peña distribuye nuestra pintura.

En resumen, Grupo Peña es para mí una Organización donde las personas que la forman se sienten orgullosas de pertenecer a la “Familia Peña”.



Adjetivos que os merecéis:

Equipo muy profesional.

Empresa grande: organizando eventos, ferias, formaciones, etc.

Empresa valiente: afrontando inversiones importantes, no achicándose ante grandes proyectos. La gestión se ve dirigida por un gran equipo directivo, liderada absolutamente por el Sr. Peña, que es sin duda el líder que predica con el ejemplo, gran carisma y gran gestor.

Empresa dinámica: sabe adaptarse a los tiempos, y afrontar el futuro con decisión.

Por último, queremos reiterar nuestra Felicitación a la Familia Peña y desearles el mayor de los éxitos para el futuro.

¡Esperamos poder seguir celebrando juntos otros muchos aniversarios y seguir fortaleciendo nuestra alianza!

Javier Centenera
Marketing Specialist Region Iberia



PHILIPS - LUMILEDS IBERIA

Llevamos muchos años de colaboración con Grupo Peña, aunque no podemos precisar con exactitud los comienzos. De lo que sí estamos seguros es que nos sentimos muy honrados de tener una relación tan fructífera durante tantos años, en lo profesional y en lo personal. Es una colaboración proactiva que da a nuestros productos una gran presencia en toda la zona de influencia de Grupo Peña, siempre con una gran voluntad de entendimiento y mejora.

Algo muy destacable de Grupo Peña es la voluntad de crecer y seguir progresando día a día como se demuestra en todas sus iniciativas: ferias, campañas, jornadas técnicas... Siempre con un claro perfil innovador.

Jorge Jiménez
Director General Lumileds Iberia





Nuestros Colaboradores

Chiloeches y Asociados - Asesoramiento y consultoría

Hoy, la montaña GRUPO PEÑA, empresa sólida de 50 años, es en el sector nacional un referente que goza de reconocido prestigio de la firma y del buen hacer de sus escaladores protagonistas. CHILOECHES, uno de los sherpas de apoyo que la observaron y acompañaron en su crecimiento y ascenso, ha compartido toda una escalonada montaña de experiencias comunes y ricas, difíciles de comprimir.

Como sherpas, y con el aval de perspectiva de 30 años escalando a su lado, nos salvaría para esta ocasión hacer un balance de logros dada nuestra condición de asesores económico-financieros. Pero balanceando así, estaríamos cojos al referirnos exclusivamente a los resultados del GRUPO empresarial y no a sus porqués, que son producto de su particular forma de hacer las cosas.



Fueron muchas las expediciones emprendidas en 50 años, entre las que no podemos olvidar la primera, al inicio de los años noventa. En ese momento, su primer escalador y emprendedor imprescindible, el Sr. Peña, había logrado llevar a la empresa hasta el campo base de salida de una expedición complicada y novedosa que exigía un mercado con rapidez. Asumir ese reto de cambio dando el protagonismo a sus hijos Francisco y Antonio Peña, fue la clave.

Y después de aquella primera, fueron muchas las expediciones compartidas. Así, y entre otras valiosas, tenemos que destacar:

Su forma de mostrar constante entusiasmo, impulso, ilusión y visión clara de crecimiento. Algo a valorar es la calidad humana y la confianza en la profesionalidad de una plantilla muy joven. Sin duda, dan importancia central a poseer toda la información desde todos los ángulos de la empresa. Grupo Peña es una empresa que no escatima medios y recursos

para optimizar y cambiar, y sus proyectos nunca están centrados en una sola cosa.

Por todo ello, fue un placer estar a vuestro lado.

Desde CHILOECHES, y para todos, el aplauso merecido y la enhorabuena por esta celebración.

M^a Paz Mena

Socia Chiloeches y Asociados



Groupauto Unión Ibérica

Por lo que a mí respecta, lo más destacable de Grupo Peña tiene que ver con una cualidad que está totalmente incorporada en vuestro ADN y es, ni más ni menos, vuestra capacidad de autocrítica. Puede que a los hombres y mujeres Peña les pase desapercibida esta enorme fortaleza de vuestra organización por cuanto ha sido completamente interiorizada por cada uno de vosotros, bien sea a través de la puesta en práctica desde hace mucho tiempo de los veteranos, o bien, porque los más recientes han sido formados y entrenados para asimilar como uno de los pilares de vuestra cultura empresarial.

La capacidad de autocrítica a la que me refiero es una actitud que considera que cualquier estrategia, iniciativa, proyecto, proceso o tarea es susceptible de ser permanentemente mejorada. He tenido la fortuna de compartir con los equipos de Grupo Peña una experiencia fantástica que consiste en poner en tela de juicio la forma de actuar, facilitando la imprescindible apertura mental para incluso volver a revisar mejoras recientemente introducidas. La consecuencia es la mejora continua que se ha demostrado como la forma más eficiente de hacer progresar a las organizaciones.

Juan Carlos Pérez Castellanos

Director General en Groupauto Unión Ibérica

Groupauto Unión Ibérica

Empecé a colaborar con Grupo Peña en 1992, con el propósito de negociar la incorporación de Peña Automoción a Grupo Unión de Recambistas Europeos y a Groupauto International. En estos casi 30 años de trabajo en conjunto, hemos creado una amistad muy bonita a nivel profesional y personal.

Trabajar con Grupo Peña ha supuesto una satisfacción para mí, pues he tenido la oportunidad, y tal vez algo de participación, en su enorme transformación de empresa cordobesa a empresa andaluza, incluyendo el tan importante desarrollo de las redes de talleres y, especialmente, de la red EuroTaller. De ellos, sobre todo, destaco su enorme humanidad e implicación profesional en todos sus desarrollos como empresa.

A nivel personal y profesional me he visto beneficiado de trabajar con ellos, ya que me ha aportado mucho su implicación en la implantación de Grupo Unión y las Redes de Talleres en España, así como su ayuda, con el ejemplo, para desarrollar EuroTaller en América Latina, el proyecto en el que me encuentro ahora mismo.

Fernando Pardo

Consejero Delegado de Groupauto América Latina



Correduría de Seguros Medel - Confluence Group

Desde la segunda etapa de nuestra empresa, CONFLUENCE GROUP, S.L. (antes Medel Correduría Técnica de Seguros, S.L.), allá por 1990, los caminos de Grupo Peña y el nuestro han viajado en paralelo.

Hemos visto desarrollarse una empresa familiar y consolidarse como uno de los grupos más importantes de su sector. Estas cosas no se consiguen por casualidad. Detrás de todo ello hay un duro trabajo, con sacrificio y aciertos, que dan el resultado final que hemos expresado.

Como características importantes destacaría que, cada uno en su etapa, ha sabido crecer con su mercado y ha aportado su buen hacer para la consecución del fin. Primero el padre, D. Francisco Peña, una persona muy trabajadora y dinámica que, de unos comienzos humildes, comenzó a arriesgar para crear una empresa. Desde el principio tuvo visión de empresa. Luego los hijos, Paco en la labor comercial y Antonio en la gestión.

Para mí, hay dos rasgos del grupo que lo han diferenciado de su competencia. El primero tiene que ver con la formación. Han tenido una filosofía

diferente a muchas empresas. Mientras que la mayoría piensan: “mira que si formo a esta persona y se va”, la dirección de Grupo Peña pensaba: “mira que si no la formo y se queda”. El segundo ha sido el asesoramiento. Grupo Peña ha sido siempre consciente de que un buen asesoramiento puede ayudarte a ver el negocio desde una perspectiva empresarial más amplia.

La dirección general ha sabido delegar, no ha caído en el llamado “síndrome del fundador”. A pesar de asumir muy joven la dirección de la empresa, Antonio Peña ha contribuido a su crecimiento y consolidación mediante su trabajo, su criterio empresarial, su deseo de crecer con seguridad en su mercado y buscando zonas diferentes para ensanchar sus horizontes.

Aún teniendo 50 años, es una empresa joven, dinámica, bien estructurada, con un excelente enfoque y experiencia. Nosotros ya estamos en la tercera generación y Grupo Peña ha dado entrada, también, a los que deberán suceder a la segunda generación. El listón que tienen es alto, pero estamos seguros que se mirarán en los espejos de su abuelo y padres e, igual que ellos, asumirán con diligencia su rol y seguirán haciendo a la empresa cada vez más grande.



¡Felicidades Grupo Peña! ¡A por otros 50 años!

José Luis Medel Jiménez
Director General

Javier Medel González
Director Financiero

José Luis Medel Carreras
Presidente del Consejo de Administración

Rafael Ángel Medel Carreras
Secretario del Consejo de Administración

Ediciones Deusto

La frase “solo primeras marcas”, eslogan entonces de GRUPO PEÑA, hace ya más de 25 años, no sólo sigue vigente, sino que ha sido superada en muchos otros aspectos a ese primer reclamo comercial que leí la primera vez que visité sus instalaciones.

Ahora, GRUPO PEÑA es todo un referente a nivel nacional en su sector, pero no solo en “primeras marcas”; lo es también en profesionales, objetivos cumplidos, excelente servicio y, fundamentalmente, en un gran equipo humano que trabaja unido y que, como es en mi caso, se lo pone fácil a todo el que colabora con él.

Año tras año, he ido viendo crecer a GRUPO PEÑA, a base de esfuerzo, de esa particular filosofía de trabajo, mejora continua, formación y un equipo humano incomparable, liderado por D. Antonio Peña y secundado por D. José Luis Montes. Además de esa profesionalidad, que se impregna en cada uno de sus trabajadores, destacaría la búsqueda constante de la calidad en sus productos y servicios, y sin olvidar el exquisito trato que tienen con sus proveedores, como ha sido mi caso durante más de 25 años.

Son muchos los momentos vividos junto a GRUPO PEÑA. Recuerdo muy gratamente, entre ellos, la



experiencia que para Ediciones Deusto supuso su invitación a los actos de celebración de su 40º aniversario, de la que conservo un entrañable recuerdo, añadida a la admiración por la magnífica organización de un acto tan importante.

Esa barca que yo conocí hace muchos años, se ha convertido hoy día en un gran barco que, al igual que en sus inicios, sigue remando en perfecta sincronía, bien dirigida hacia el éxito y con una tripulación igualmente motivada y alineada con los objetivos de la empresa.

En Ediciones Deusto estamos orgullosos de que ellos nos hayan elegido para colaborar en su camino y alcanzar sus metas. Desde Ediciones Deusto y, muy particularmente en mi nombre, agradecemos la confianza mostrada y el exquisito trato recibido durante todos estos años.

Nuestra más sincera enhorabuena.

Antonio Castro Ríos
*Gerente de Área de Andalucía,
Extremadura y Canarias*

Imprenta Luque

Recuerdo como si fuera ayer el primer momento en el que oí hablar de Francisco Peña y de su empresa. Transcurría el año 1980 y yo era un joven empresario recién embarcado en un proyecto de imprenta. La ilusión que había puesto en mi negocio se vio pronto recompensada con la confianza de Grupo Peña, que fue uno de mis primeros clientes.



Durante cuarenta de los cincuenta años de vida que ahora conmemora Grupo Peña, Imprenta Luque ha permanecido al lado de la compañía. Gracias al impulso y la tracción de clientes como Grupo Peña, se cimenta un avance sólido y sostenible en el tiempo.

Mucho ha llovido desde la creación de aquella pequeña tienda en el centro de Córdoba. Lo que comenzó como una relación exclusivamente profesional, se ha convertido, con el paso del tiempo, en un compromiso mutuo con los objetivos

empresariales de ambas compañías. Un compromiso basado en la confianza y la empatía que ha derivado, sin duda alguna, en una seguridad absoluta en el buen hacer del otro y en sus buenas prácticas.

De esa manera, para nosotros ha sido un honor y un placer colaborar en cada nueva aventura emprendida por los Peña, alguna de las cuales supuso un hito en nuestro propio crecimiento. En ese sentido, me viene a la mente la creación de EuroTaller e InterTaller, cuyos trabajos de impresión nos hicieron afrontar la necesidad de la adquisición de nueva maquinaria que modernizara nuestra producción. Con cada empresa que se creaba, se nos brindaba una oportunidad para seguir creciendo y ganándonos la confianza de la familia hasta convertirnos, o así quiero sentirlo, en una especie de asesor de confianza en temas de imagen e identidad corporativa.

La honradez y el comportamiento absolutamente impecable de los Peña ha sido siempre una de sus señas de identidad. Hasta tal punto que han llegado a recompensar colaboraciones que yo pretendía hacer desinteresadamente.

Orgulloso de ser uno de sus proveedores más antiguos y como máximo responsable de Imprenta Luque, quiero reiterar mi absoluto agradecimiento a Grupo Peña, por su lealtad y confianza en nuestros servicios.

No sé si lo que dice el tango es cierto y realmente “veinte años no son nada”, lo que sí sé es que, a fuerza de valores firmes y trabajo duro, Grupo Peña ha demostrado que en cincuenta años se puede forjar todo un referente para cualquier emprendedor.

¡Enhorabuena Grupo Peña!

Jesús Pérez de la Fuente
CEO Imprenta Luque S.L.

Juan Carlos Pérez de la Fuente
Jefe de Ventas

Jesús Pérez Toledano
Gerente

Arcángel Motor

Nosotros, como grupo, hemos celebrado el año pasado nuestro 25 aniversario de presencia, y esto me permite valorar de manera especial, tan memorable acontecimiento como el que pronto y merecidamente celebraréis.

Sólo con una trayectoria seria, plena en profesionalidad y dedicación, gestionada por personas con inquietud y espíritu emprendedor, y rodeada de un equipo capaz y dispuesto a afrontar los retos que estos años hemos vivido, se puede alcanzar este nivel de madurez, con una evolución admirable y que, evidentemente, denota la grandeza de este grupo.

No sólo sois un gran grupo referente en el sector y en el ámbito territorial donde os enmarcáis, sino que me consta que vuestro buen hacer no ha parado con el tiempo. Antes bien, os reinventáis constantemente en ese intento que compartimos por discernir el futuro con ambición, pero al mismo tiempo con humildad e ilusión.

Sólo puedo, en mi nombre y en el del grupo que represento, congratularme con vosotros, celebrando lo que sin duda os merecéis: un presente consolidado con vuestro gran trabajo y prestigio, y un futuro



prometedor que seguro afrontaréis con ese empuje y decisión que os caracteriza, y que os ha traído hasta aquí.

Para mí sois, no sólo un referente, sino un partner (socio) prioritario, un proveedor preferente y líder, incluso un cliente de primer nivel y, me vais a permitir que lo diga, un grupo de personas que, en términos que superan lo profesional, me han acompañado, forjando un vínculo más allá de lo puramente mercantil, prueba evidente de vuestra grandeza y excelencia.

¡Enhorabuena Grupo Peña!

Antonio Jesús Gil Márquez
Director General

Francisco Javier Moyano
Responsable Post Venta



DIBJ Software

Nuestra colaboración con Grupo Peña se remonta al año 1986 cuando se llamaban Repuestos Peña y, desde entonces, trabajamos en llevar a cabo las ideas y proyectos relacionados con la informática, comunicaciones y computación. Juntos hemos desarrollado un sistema informático propio que pensamos ha contribuido a que Grupo Peña pueda llegar a ser la empresa que es ahora.

Lo que más destacaría en Grupo Peña es la visión de apostar por nuevas tecnologías, materializándose

en importantes inversiones, tanto en medios físicos como en programación. A esto le uniría la relación que tenemos con ellos, basada en la ética profesional y la confianza mutua.

Para nosotros ha sido y sigue siendo, una relación simbiótica o mutualista que nos ha permitido avanzar en la actividad que desarrollamos y en adquirir experiencia, todo ello como resultado del trabajo y esfuerzo entre ambas empresas. Esta relación ha sido posible porque compartimos la misma forma de pensar con relación al inconformismo que nos motiva a buscar siempre la superación en lo que hacemos.

Desde el punto de vista técnico, estamos orgullosos por lo conseguido, ya que toda la estrategia de crecimiento de Grupo Peña ha girado en torno a nuestra propia capacidad de responder a las exigentes demandas de un cliente que tiene las ideas muy claras de cómo quiere las cosas.

Felizmente, miramos al horizonte con ilusión, con la expectativa segura de seguir apoyando, con nuestros medios, experiencia y saber hacer, a un grupo innovador que sin duda seguirá marcando un camino empresarial moderno, actual y de futuro con la transformación digital.

Jesús Morales
CEO de Desarrollos Informáticos BJ

Restaurante El Churrasco

Nosotros, como empresa que también acaba de cumplir los 50 años, sabemos el difícil camino que hay que recorrer para llegar a este momento. Este camino se hace más fácil si vas de la mano de empresas como Grupo Peña, que siempre ha estado a nuestro lado, apoyándonos y colaborando en todos los proyectos que han surgido entre ambas empresas.



Me gustaría destacar de Grupo Peña la empatía que siempre han mostrado con sus colaboradores, apoyándolos en los momentos de crisis más difíciles. También quisiéramos destacar su fidelidad hacia nuestra empresa como uno de los clientes más importantes, teniendo el enorme placer de haber podido prestar nuestro servicio en numerosas celebraciones empresariales de Grupo Peña. Queremos destacar el orgullo que es para nosotros que uno de nuestros más importantes proveedores,

con su excelente aceite virgen extra Peña de Baena, a la vez sea uno de nuestros más importantes clientes.

Solo puedo desear recorrer 50 años más juntos y celebrar el 100 Aniversario con la misma alegría que en estos momentos.

Rafael Carrillo
Director General

Bodegas Campos

En nombre de todos los miembros de Bodegas Campos queremos haceros llegar, al Grupo y a la familia Peña, nuestra más cariñosa enhorabuena. Es una gran satisfacción para Córdoba, y para el tejido empresarial español,

que vuestra empresa, señera en su sector, cumpla 50 años de andadura, contribuyendo, en todo momento, a la mejora de la economía de nuestra región y de nuestro país.

Son muchos los eventos que Bodegas Campos ha tenido la satisfacción y el honor de servir a Grupo Peña, no solo en Córdoba, sino también en Málaga, Cádiz y otras provincias, colaboraciones marcadas todas ellas por una total sintonía y por un mutuo afecto.

Por todo ello, nada nos es más grato que felicitaros al cumplir los 50 años de trayectoria profesional y, con admiración, daros nuestra más cariñosa ENHORABUENA.

Charo Sanchez de Puerta y Montse Montava
Departamento Comercial de Bodegas Campos



Restaurante El Caballo Rojo

Mi abuelo, José García Marín, siempre tuvo claro que Andalucía era tierra de promesas y hechos. Con este pensamiento como guía, apostó por su tierra y nunca perdió de vista que Córdoba era promesa, proyecto y consolidación de una cultura gastronómica que llevaría sus sabores a España y al resto del mundo. Con esta meta saltó océanos, tierras y fronteras. Y como embajador de una tierra muchas veces olvidada, o al menos relegada, recurrió a los productos que siempre fueron básicos en los fogones de su familia. Y cómo no, el aceite de oliva virgen extra tomaba su relevancia en cualquier elaboración.

En este peregrinaje, mi abuelo encuentra a Francisco y Antonio Peña y el Aceite Peña de Baena, un compañero de viaje con metas similares. Y ahí comienza su batalla conjunta para dar a conocer



Las tres generaciones. en el pie de foto poner - Las tres generaciones del Restaurante El Caballo Rojo: José García Marín, María García Ortiz y María Escribano García.

los productos de nuestra tierra y, en este caso el fundamental, al mundo entero.

Los momentos compartidos por nuestras familias han sido intensos, entrañables y felices, ya fueran en comidas empresariales o en reuniones familiares. Ambas han sido testigos de acontecimientos importantes en el devenir de la otra familia. Hasta los últimos momentos de vida de mi abuelo, nuestra colaboración ha sido una unidad que esperamos siga perdurando a pesar de los momentos que estamos viviendo.

Brindo por Grupo Peña, por sus 50 años y por los que vendrán.

María Escribano García

Grupo Puerta Sevilla

Honestidad. Grupo Peña destaca por su honestidad en la gestión empresarial y, también reflejada en su gran relación personal que tenemos con la familia. Es una empresa que traslada sus valores y sus principios a la relación comercial que hemos tenido con ellos desde el primer momento. Para Grupo Puerta Sevilla, es un ejemplo a seguir como empresa familiar, por la cercanía y transmisión de valores al resto de empleados y familia. No puede haber



crecimiento económico sino hay crecimiento moral, y Grupo Peña es un ejemplo de ello.

Una anécdota que recuerdo con mucho cariño es conocer la incorporación de nuevos miembros de la familia a Grupo Peña. Tengo un grato recuerdo, que cada vez que llamaba a la empresa, cambiaba el receptor de la llamada, siendo un miembro distinto de la familia, lo cual nos ha permitido conocer a distintas generaciones, conforme han visitado nuestros restaurantes.

Sin duda, es una empresa de referencia, que abordan nuevos métodos de producción, buscando una buena relación con sus proveedores siguiendo un modelo único. Han sabido diversificar y ser un referente en muchos campos de producción y servicios, configurándose como una empresa de referencia a nivel local, regional y nacional y en su compromiso con la sociedad cordobesa.

Llevamos trabajando juntos desde la fundación de la empresa Peña de Baena, y la experiencia en servicio y calidad siempre ha estado en cotas muy altas. La cercanía con las necesidades ha sido una

constante, incluso aportando otros productos que nos ha dado valor a nuestra empresa. Indudablemente, sus premios los avalan, los aceites son primeras marcas en el mercado nacional e internacional, y si un restaurante quiere estar a primer nivel gastronómico, tiene que llenar sus freidoras y poner en sus mesas este aceite sin parangón, pues es un producto esencial en las cocinas de los restaurantes, marcando la diferencia.

Alberto Rosales
Gerente del Grupo

Paco Rosales
Responsable de compras y de Taberna La viuda

Isabel Rosales
Responsable comercial y marketing y de La Posada del Caballo andaluz

La Ermita de la Candelaria

Para Restaurante Ermita de la Candelaria, poder servir para Grupo Peña es todo un orgullo. Contar con la confianza de esta empresa tan solvente y rigurosa de Córdoba produce satisfacción y exige un esfuerzo permanente para estar a la altura de la calidad requerida por un cliente de tal nivel.

En una de las convenciones servidas, hubo fuegos artificiales como colofón del acto.

Fueron requeridos los servicios especiales de Bomberos de Córdoba, como medida de precaución y seguridad.

En los servicios más reducidos e incluso familiares, el sentir de nuestro personal es reconocer la humanidad y el trato tan exquisito con el que nos dispensan trabajadores, directivos y la propia familia Peña.

Todo un ejemplo para una ciudad y provincia como Córdoba, tan necesitada de iniciativas empresariales como Grupo Peña, creadoras de valor, riqueza y empleo. La diversificación de actividades empresariales del Grupo, son motor de desarrollo para una tierra como la nuestra, que necesita mejorar sus índices económicos y de empleo, para poder ofrecer oportunidad de vida a las nuevas generaciones formadas, que terminan emigrando de Córdoba y provincia.



Por calidad, por confianza y servicio, trabajamos en nuestras cocinas con el aceite Peña de Baena. Y cuando podemos disponer del “Primera Prensa”, nos sentimos emocionados de la calidad del producto y, orgullosos como cordobeses de poder disfrutar de estos excelentes productos. Así se lo ofrecemos a nuestros clientes igualmente.

Javier Campos

Gerente de La Ermita de la Candelaria



ENA

QUIMADAS 000288-Quemadas

000287 Granada

PTES OCCIDENTAL

SACLOS

Grupo Peña



Berlino
www.gpautomocion.com

| 2.5 |

Nuestros clientes. Nuestros aliados

El cliente es el motor de transformación y la pieza clave para la subsistencia de cualquier empresa. Muchas de las decisiones y estrategias se toman pensando en los clientes, pues nuestra prioridad es cuidar de ellos. De hecho, está claro que sin clientes no hay ventas y sin ventas no hay negocio.

Huímos de ver a nuestros clientes como una fuente de ingresos, más bien, tratamos de sentirlos como compañeros de profesión. Por eso, nos convertimos en los socios del taller no solo para proporcionarles productos, sino para ayudarles en dar el mejor servicio a sus clientes.

Uno de nuestros objetivos es conocer más y mejor a nuestros clientes, detectar cuáles son sus hábitos de compra y sus necesidades inmediatas y futuras, y, si es posible sus deseos, teniendo en cuenta que cada uno tiene sus propias expectativas y características que lo diferencian.

Nuestra relación con los clientes se basa en hechos y no en promesas incumplidas, en darles un servicio de calidad, asesoramiento para su crecimiento y formación continua, específica y actual.

La satisfacción del cliente es responsabilidad de todo el equipo y no solo de aquellos perfiles orientados directamente al cliente. Queremos que nuestros clientes estén contentos y satisfechos con nosotros. Podemos decir, sin dudar, que los clientes son los mejores embajadores de nuestra empresa.

A continuación mostramos algunos comentarios en representación de nuestros clientes:



Talleres Mancha Automecánicas

Ficha técnica con información del cliente:

Mancha Automecánica S. L.
Calle Don Pedro de Madrazo, 1, 14014 , Córdoba.
Teléfono: 957251236.
Email: manchaautomecanica@hotmail.com
Nº empleados: 3.
Especialidad: Reparación en general del automóvil.

“Me gusta trabajar con Grupo Peña porque facilita mi trabajo. Sus profesionales siempre están al tanto de las novedades y pueden ayudarte fácilmente, para resolverte dudas o problemas. Se nota que siempre están a la vanguardia del recambio.

Mi taller nació hace casi 50 años de la mano de mi padre y ahora somos los hijos los que trabajamos en el negocio familiar. Grupo Peña nos ha acompañado desde el principio.

Además me ha proporcionado muchas vías para formarnos. A través de su catálogo online, GPCat, nos estamos transformando digitalmente, al ser una herramienta muy útil y fácil de usar.

Los congresos y ferias de muestras profesionales que organizan, nos han ayudado también de forma personal a conocer gente en el mundo recambio que son eminencias. De esta forma conocemos de primera mano a nuestros proveedores.

En cuanto a su servicio logístico estamos muy satisfechos. Hacen varios repartos al día, por lo que es muy cómodo y rápido. Pedimos una pieza y en una hora aproximadamente la tenemos aquí, lo que nos facilita no tener que dedicar espacio a almacenar producto. Con la aplicación telegram es muy rápido recibir la pieza en poco tiempo. Aunque las personas nos hemos hecho un poco exigentes, Grupo Peña nos ayuda a dar el servicio al cliente con la mayor prontitud y rapidez posible.”

Francisco Rodríguez, padre e hijo, y Carolina Rodríguez



Talleres José Mari

Ficha técnica con información del cliente:

Polígono Industrial de Pedroches,
Calle Alfareros nº 91, 14014, Córdoba
Teléfono: 957 045238.
Email: talleresjosemari11@hotmail.com
Nº empleados: 2
Especialidad: Reparación en general del automóvil.

“Confío en Grupo Peña como proveedor de piezas porque me ofrecen buena relación calidad - precio. De hecho, siempre lo recomiendo a compañeros mecánicos.

Su equipo humano transmite confianza y dan buen servicio.

Además siempre están disponibles para resolver cualquier problema, sobre todo por whatsapp, que es la herramienta más práctica y útil para mí. Todo el equipo está muy implicado en dar el mejor servicio y, a nivel logístico, se nota. Tienen buen stock, buen reparto y sabemos siempre en qué momento nos van a llegar las piezas.

Grupo Peña, a pesar de tener clientes mucho más grandes que mi taller, nos apoya en todo lo que está en su mano, dándonos herramientas para estar más actualizados, como el programa GPCat, que facilita mucho mi trabajo. Vemos que se preocupan por nosotros, proporcionándonos formación, congresos o ferias de muestras, ya que están en constante evolución y ven las necesidades del sector. Esto le hace diferente de los demás proveedores de piezas.”

José María Córdoba



Talleres Carrión

Ficha técnica con información del cliente:

Localización:	Avda. de Andalucía, 8 29580, Cártama - Málaga.
Teléfono:	952420200
Email:	info@tallerescarrion.com
Nº empleados:	5 empleados
Especialidad:	Electromecánica/Chapa y Pintura
Red a la que pertenece:	Eurotaller
Web:	www.tallerescarrion.com
Facebook:	Talleres.carrion
Twitter:	@tallerescarrion
Instagram:	@tallerescarrion

Jesús, ¿qué te aporta formar parte de una red de talleres?

Me aporta un servicio de calidad para mis clientes. Antes era un concesionario oficial y cuando decidí transformarme en una red de talleres buscaba seriedad y una imagen fuerte y consolidada. EuroTaller me ha aportado una imagen de marca fuerte para que el cliente venga con tranquilidad a mi taller.

¿Cómo te ha beneficiado la formación que te proporciona la red?

Considero que la formación es fundamental, sobre todo por la parte técnica y profesional de reparación de los coches. Cuando trabajas con productos multimarca pueden llegar averías que no sabríamos

afrontar sin el apoyo de la red y la formación que nos proporciona.

¿Por qué elegiste a Grupo Peña como tu distribuidor de recambio?

Empecé a trabajar cuando éramos un concesionario, pero luego nos animamos a formar parte de la red. Nos alegramos mucho de la decisión que tomamos. Vimos que su forma de trabajar era muy compatible con nosotros. Es una empresa que ha conseguido mi confianza y lealtad.

Además, tienen un equipo profesional muy cercano, desde el promotor digital con el que tratamos hasta la dirección general que nos ha visitado directamente en algunas ocasiones. Siempre nos han transmitido su apoyo, cariño, y ayuda. Trabajar con ellos ha supuesto un paso muy importante en nuestro negocio.

Jose, Juan y Jesús Carrión



Talleres Aranda

Ficha técnica con información del cliente:

Nombre: Talleres Aranda
Localización: C/ Ordesa, 2, 29570, Cártama, Málaga.
Teléfono: 952422670- 646466258
Email: talleresaranda@hotmail.com
Nº empleados: 2
Especialidad: ELECTROMECAÁNICA Y NEUMÁTICOS
Red de talleres: InterTaller

“Encuentro en Grupo Peña el mejor socio para mi taller porque me apoya en todo lo que necesito. Los considero un compañero de trabajo más y un amigo.

Son personas muy cercanas, que se preocupan por las necesidades de mi taller, vienen a proporcionar ayuda y me asesoran con sugerencias. Tienen buenos profesionales.

Compartimos el ímpetu por la digitalización y eso se nota porque tenemos un objetivo común. Su herramienta de catálogo online, GPCat, me ayuda en la administración y gestión de mi empresa. También me proporcionan formación necesaria y de calidad de la mano de InterTaller.”

Antonio Aranda Vargas



Talleres Antonio Muñoz

Ficha técnica con información del cliente:

Nombre: Talleres Antonio Muñoz S.L.
Localización: Calle Ferrocarril, 12
11401, Jerez de la Frontera, Cádiz
Teléfono: 956323471
Email: Taller@talleresanthoniomunoz.com
Nº empleados: 8
Especialidad: Mecánica y Carrocería
Red de talleres: Eurotaller
Web: www.talleresanthoniomunoz.com
Facebook: Talleres Antonio Muñoz SL

“Pienso que Grupo Peña es el mejor socio para mi taller porque está orientado al profesional. Destacaría que lo que les hace diferentes es su personal, desde la dirección, que es Antonio Peña, hasta el repartidor, pues recibo un trato muy cercano. Siempre que los necesitas están ahí, al pie del cañón.

Después de 40 años, he visto que hoy es tan importante ser un buen profesional como un buen empresario. Y en eso hay que felicitar a Grupo Peña porque trabaja mucho en ayudarnos a innovar y formarnos a nivel técnico y empresarial permitiéndonos estar al día. Por otro lado, formar parte de la red de talleres nos da fuerza para competir, ya que “la unión hace la fuerza” y solo no se llega a ningún sitio o no se llega bien.”

Antonio y Jesús Muñoz



Talleres Ruiz Ruiz

Ficha técnica con información del cliente:

Localización:	C/ Aragón, 1, Parque Empresarial 29200, Antequera, España
Teléfono:	653822936
Email:	talleresruiz2@gmail.com
Nº empleados:	3
Especialidad:	ELECTROMECAÁNICA Y NEUMÁTICOS
Red de taller:	Pro-Car
Facebook:	Talleres Ruiz 2

“El sector de la automoción ha cambiado mucho, los coches que había antes no tienen la misma tecnología que los modernos, y eso requiere estar al día. Para mí es muy importante que las personas en mi taller estén en continua formación.

Grupo Peña me aporta muchas cosas, como calidad, rapidez o servicio, pero sobre todo me da la tranquilidad de que mi taller va a estar muy actualizado por medio de formaciones. Mediante congresos o conferencias, nos ayudan a ponernos al día con las novedades del sector.

Además ha aportado la digitalización a mi taller, con nuevas formas de comunicación, de trabajar con el ordenador o programas como GPCat.

Esta empresa también es diferente por el servicio tan bueno que da. No todos los proveedores de piezas son tan rápidos como ellos y eso es muy importante en mi taller.”

Laura Olmedo y Jose Antonio Ruiz



Talleres Benito Ruíz e hijos

Ficha técnica con información del cliente:

Localización:	C/ Maravedí, Ciudad del Transporte 11400 Jerez de Frontera (Cádiz)
Teléfono:	956307199
Email:	talleresbenito_ruiz@benitoruiz.net
Nº empleados:	11
Especialidad:	Mecánica (Turismo y Agrícola)
Red de talleres:	EuroTaller y AgroTaller

“Este sector está en constante evolución, incorporando innovaciones tecnológicas continuamente. Mantener ese ritmo solo, es casi imposible. Ahí es donde Grupo Peña es el mejor socio para nuestro taller pues nos da buen servicio, excelente atención al cliente, formación actualizada, asesoramiento con las últimas tecnologías y ventajas en las compras y suministros, al pertenecer a un grupo de talleres. Todo esto me permite darme a conocer, ofrecer una imagen de marca confiable para nuestros clientes, aumentando nuestra rentabilidad y eficiencia.”

Paco, Jorge y Benito Ruíz



Arriaza Motor

Ficha técnica con información del cliente::

Localización:	Calle Las Ciencias. Conjunto Reina Sofía Nº 9 11407, Jerez de Frontera, Cádiz.
Teléfono:	856585004
Email:	arriazamotor@gmail.com
Nº empleados:	2
Especialidad:	Mecánica
Red de talleres:	Pro-Car
Facebook:	Arriazamotor

“Lo que destacaría de Grupo Peña es su apoyo a los pequeños negocios en formación, tecnología, consultoría, servicio, productos de primeras marcas y precios competitivos. Pone a disposición de los talleres un amplio abanico de posibilidades para que estemos siempre al día y trabajando al 100% generando el mayor rendimiento a nuestro negocio. Saber que es una empresa que se mantiene actualizada en muchos aspectos, da mucha seguridad y tranquilidad porque proyectan en los talleres de su red ese mismo espíritu, haciendo que nuestro negocio funcione correctamente.”

José A. Arriaza Cañas



Talleres Chico

Ficha técnica con información del cliente:

Localización:	Calle Segunda de Miraflores 25 27,14009, Córdoba (mecánica). Ctra. Madrid-Cádiz Km 405 14013, Córdoba (chapa y pintura)
Teléfonos:	Mecánica 957 421546 Chapa y Pintura 957 429836
Email:	tallerschico@eurotaller.com
Nº empleados:	9
Especialidad:	Electricidad, Aire Acondicionado, Inyección, Mecánica en General y, Chapa y Pintura
Red de talleres:	EuroTaller
Facebook:	Talleres Chiro Eurotaller

¿Por qué trabajas con Grupo Peña?

Algunos de los motivos por los que trabajo con Grupo Peña es por ser uno de los proveedores más fuertes, por su calidad, por su servicio de reparto rápido y de calidad, por su seriedad, por ser innovadores y pioneros en cualquier tarea que se propongan, por su fortaleza para mi trabajo del día a día, por su formación de calidad, por su respaldo, por su garantía y, desde luego, por su red de talleres. Todo esto me da tranquilidad, seguridad y apoyo suponiendo una mejora en mi negocio.

Antonio Salinas Luque



Talleres Angel González, S.L.

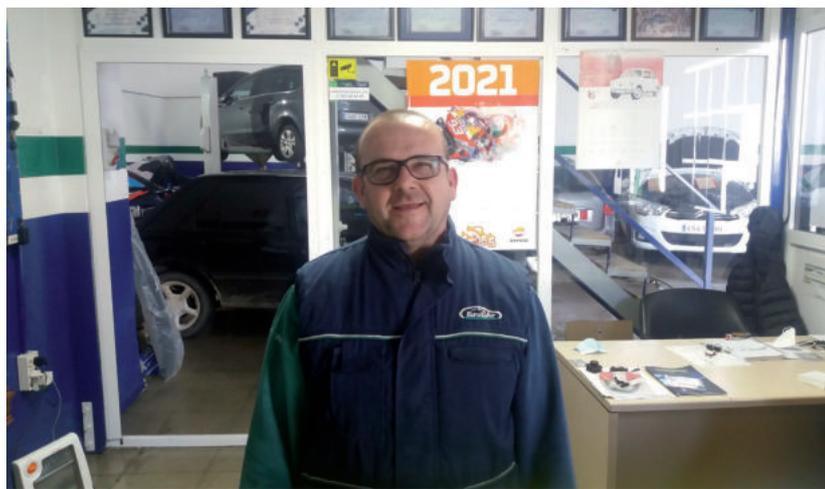
Ficha técnica con información del cliente:

Localización:	Avda. San Carlos de Chile, 19 14850, Baena (Córdoba)
Teléfono:	957691054
Email:	talleresangelgonzalez@gmail.com
Nº empleados:	3
Especialidad:	Electromecánica

“El apoyo que recibo de Grupo Peña se traduce en una rápida atención y servicio, aspecto primordial para dar respuesta inmediata al propietario de un vehículo que necesita una reparación. En Grupo Peña encuentro ese valor, ya que, hasta el día de hoy, todo cuanto he necesitado para mi taller me lo han proporcionado sin problema. Además, cuando una empresa ofrece productos de calidad siempre tiene que ir acompañado de un buen servicio. En este sector nos encontramos de todo y si se cumple esa relación de calidad-servicio, la venta está asegurada.

Todo lo que comento viene unificado con el mejor valor que actualmente tiene Grupo Peña: el equipo humano, formado por personas dispuestas a atender y buscar lo que necesitas siempre, transmitiendo tranquilidad ante cualquier adversidad. Y, por supuesto, la formación que recibo de Grupo Peña es muy necesaria para estar actualizado y con las mejores herramientas. El sector avanza cada vez más rápido y no nos podemos “dormir en los laureles.”

Angel González



Juan Camacho Sánchez

Ficha técnica con información del cliente:

Localización:	Camino de las Fontanillas, 15/17 14900, Lucena (Córdoba)
Teléfono:	639329894
Email:	tallerescamacho@eurotaller.com
Nº empleados:	3
Especialidad:	Electromecánica
Red de talleres:	EuroTaller

“Desde hace 27 años soy cliente de Grupo Peña y aún seguimos juntos avanzando hacia el futuro, intentando adaptarnos a esta transformación digital y siempre de su mano, pues nos ofrece herramientas y servicios para no quedar desfasados (GNM / GPAcademy / GPCat / Gestaller, etc...) y, comparando con los demás grupos de recambios, está a la altura o los mejora.

Formar parte de una red de talleres me aporta apoyo en todos los sentidos, tanto en la parte técnica como en la comercial y de gestión. Te ayuda a llegar más y mejor al cliente final con las campañas publicitarias, la formación y todo lo que abarca pertenecer a una red. Hoy día, hay que aliarse a algún grupo para no ir desencaminado y quedarse atrás.

Todo esto hace que mis clientes me elijan por el servicio que prestamos, por la seriedad, por la rapidez en las reparaciones y porque se da cuenta de nuestra formación, en la cual interviene Grupo Peña de manera sobresaliente.”

¿Qué ventajas tiene formar parte de una red de talleres de Grupo Peña?

Formación técnica
Acuerdo comercial anual
Campañas y promociones
La confianza que ofrece pertenecer a una red, cara al consumidor
La garantía nacional

¿Qué te ha aportado la formación facilitada por la red de la que formas parte?

Me ha aportado todo en mi andadura profesional, ya que llevo perteneciendo a la red desde que se fundó en Febrero 1998. Se han preocupado de que mi negocio perdure en el tiempo, de mantenernos formados y adaptados a cada momento que vamos viviendo.

Juan Camacho



Eduardo Bejarano

Ficha técnica con información del cliente:

Localización: Calle Romero Murube, 18
41610 Paradas, Sevilla
Teléfono: 696022088
Email: edubesu@gmail.com
Nº empleados: 1
Especialidad: Electromecánica y mecánica en general
Red de talleres: Pro-Car

“En Grupo Peña encuentro la confianza y seguridad tanto en el equipo humano cualificado y con experiencia que tiene, como en los productos de primeras marcas que ofrecen y en los servicios que da. Aportan soluciones en el trabajo del día a día, en piezas de recambio, así como en la tan imprescindible y fundamental formación. Todo esto me ayuda a crecer como profesional del sector.”

Eduardo Bejarano



Talleres VicMAN

Ficha técnica con información del cliente:

Localización: Calle Europa, Edificio Paris
23006, Jaén, España
Teléfono: 953250964 - 606597133
Email: mapvicman@gmail.com
Nº empleados: 2
Especialidad: Reparación electromecánica
y mecánica en general
Facebook: Talleres VicMan
Instagram: talleres.vicman

“Grupo Peña es una empresa que me aporta confianza, formación y programas de gestión que facilitan nuestro día a día. En mis inicios conté mucho con su apoyo. Ayudaron a establecer mi pequeño taller, pues siempre trataban de adaptarse a mis necesidades. Trato a diario con ellos para hacer los pedidos, y siempre obtengo un servicio competente y de calidad.”

Lorenzo Delgado Cruz



ReparAuto Olivares

Ficha técnica con información del cliente:

Localización:	Polígono Industrial Los Olivares Calle Begíjar, parcela 5, 23009, Jaén
Teléfono:	953100018
Email:	reparauto.olivares@gmail.com
Nº empleados:	8
Especialidad:	Chapa-pintura, mecánica y preparación 4x4
Red de talleres:	Pro-Car
Facebook:	ReparAuto Olivares SL

¿Cómo te ha ayudado Grupo Peña en la gestión y administración de tu taller?

Con su programa de gestión nos ayuda en la recepción de vehículos, haciendo la recogida de datos más fácil y simple. Así conseguimos ahorrar costos y tiempo de oficina, por lo que el cliente tiene que esperar menos tiempo.

¿Por qué creéis que vuestros clientes os eligen?

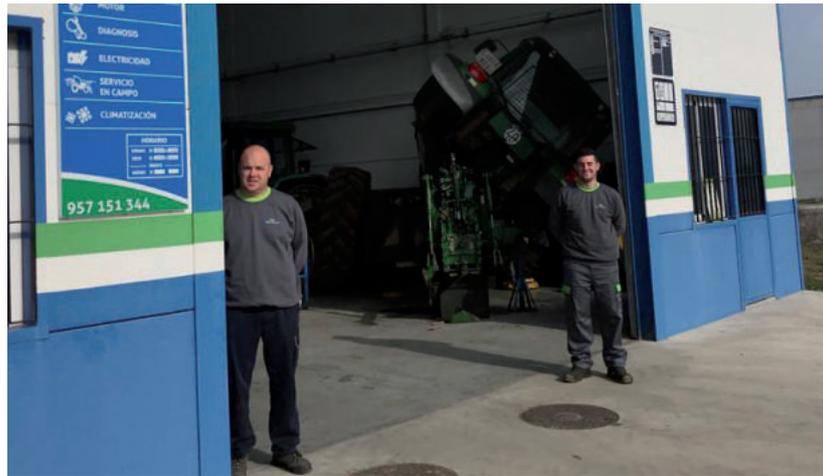
Considero que ofrecemos muy buena relación calidad - precio. Es cierto que no somos los más baratos, pero la calidad de nuestros productos y el servicio es excepcional.

Grupo Peña favorece que los clientes me elijan, porque me proporcionan primeras marcas y podemos dar un servicio en tiempo gracias a su servicio logístico y el fuerte stock que tienen. Esto me permite atender muy bien a mi cliente.

¿Qué destacarías del equipo de Grupo Peña?

Destacaría profesionalidad y el conocimiento que tienen del recambio del automóvil. No es fácil con la cantidad de productos que hay en el mercado que acierten siempre a la primera en lo que nosotros necesitamos. Es muy agradable trabajar con una empresa que siempre tiene un trato familiar, con caras amables y buenas soluciones en el problema del día a día.

Diego Jodar Peralta y Manuel Hidalgo Bautista



Agrotécnica Los Pedroches

Ficha técnica con información del cliente:

Localización:	Calle El casar, Parc. 116118 (Polígono Palomares), Añora, Córdoba.
Teléfono:	615374783 - 957-151344
Email:	sebastianruizrubioyotro@hotmail.com
Nº empleados:	3
Especialidad:	Agrícola
Red de talleres:	Agrotaller

¿Qué hace diferente a Grupo Peña?

Es una empresa muy completa, ofrece los servicios que un taller necesita y para nuestro día a día nos da mucho apoyo. Lo considero un buen socio de mi empresa.

Los conocí porque mi padre trabajaba con sus servicios y ya llevo casi 40 años trabajando con ellos. Mi relación con ellos es como de familia, la calidad humana y la cercanía que hay detrás de la empresa me aporta seguridad y confianza.

Al ser una empresa tan cercana, se preocupa mucho por nuestra formación y por aportarnos conocimiento. Yo no entiendo el taller de hoy sin formación o sin estar actualizado, y para ello voy con gusto a sus Ferias Profesionales, donde veo las novedades que presentan de primera mano los proveedores.

¿Qué te aporta formar parte de una red de talleres?

Fui uno de los primeros que empezó en la red agrícola AgroTaller. Recuerdo que antes de pertenecer a ella, traslade mi inquietud a Grupo Peña de la necesidad de una red para vehículos agrícolas. Aquí es donde se demuestra el resultado de una empresa que escucha a su cliente.

Si no hubiera redes de talleres, habría que crearlas, porque te brindan apoyo en aspectos tan esenciales como la formación, el marketing, información... Además del compañerismo que fomenta que otros talleres que, aunque podrían ser nuestra competencia, siempre están ahí para ayudar y consultarnos dudas.

Juan Ruíz Lorenzo



Talleres Banderas

Ficha técnica con información del cliente:

Localización:	Calle Empedrada, 186, Calzada de Calatrava, 13370, Ciudad Real
Teléfono:	926262138
Email:	talleresbanderas@intertaller.com
Nº empleados:	4
Especialidad:	Reparación de automóviles en general
Red de talleres:	InterTaller
Facebook:	alleres Banderas

“Formar parte de una red de talleres ha sido una decisión que ha beneficiado a mi taller. Para nosotros pertenecer a Intertaller ha supuesto encontrar un respaldo a nuestras necesidades o problemas, en forma de ayuda diaria, consultorías o formaciones.

Por su parte, Grupo Peña me da el mejor producto y servicio, a un precio muy competente. Si añadimos la calidad del equipo de profesionales que tratan conmigo y su involucración, tengo como resultado un socio excelente para mi taller.”

Sergio Sánchez del Amo



TOTALCAR

Ficha técnica con información del cliente:

Localización:	Avenida Asegra, Naves 46-48 18210, Peligros (Granada)
Teléfono:	958400154
Email:	info@totalcargranada.com
Nº empleados:	6
Especialidad:	Mecánica, electricidad, chapa y pintura
Red de talleres:	Eurotaller
Web:	www.totalcargranada.com
Instagram:	@totalcargranada

Formar parte de una red de talleres es muy ventajoso para un taller porque nos permite obtener formación continua, promociones y la uniformidad de la imagen de cara al cliente con el material corporativo, estar actualizado en los avances y disfrutar de garantía nacional. Estas ventajas son muy necesarias y recomendables porque el mercado evoluciona y, al final, el independiente desaparecerá y serán las grandes redes de talleres las que permanecerán con una fuerza similar a los concesionarios.

En el caso de formar parte de EuroTaller, donde nos da servicio Grupo Peña, además de lo anterior, también nos ofrece comunicación constante con nuestro proveedor habitual y clave, además de recibir ayuda y asistencia ante cualquier problema o mejora. Obtenemos acceso a la interesante plataforma

GPAcademy que nos permite disfrutar de formación online y cursos en cualquier momento y lugar. También me proporcionan la herramienta GPCat, que entiendo es el camino correcto hacia donde evoluciona el mercado, ya que es un sistema similar a Amazon que nos permite disponer de productos, recambios y materiales conociendo la disponibilidad, stock y precios, todo ello aunado al excelente y garantizado servicio de Grupo Peña

Nuestro objetivo es la digitalización total, es decir, eliminar el papel todo lo posible, utilizar la nube, firma digital del cliente, tener todos los archivos en formato digital bien clasificados y disponibles en la nube, y una web para gestionar citas y, por supuesto, tener una importante presencia en las redes sociales. Para todo esto, Grupo Peña es un socio ideal pues a través de GPCat, HaynesPro, GesTaller, y la formación por GPAcademy, tenemos las herramientas que contribuyen a la digitalización de la empresa.

José M. Solís

| Capítulo 3 |

El futuro... *un emocionante camino por descubrir*

[3]

El futuro... un emocionante camino por descubrir

Estrategias, marcando un camino estable

¿Cuáles son las estrategias e instrumentos que se han desarrollado pensando en la continuidad de Grupo Peña?
¿Cómo abordamos el desafío de pasar el peso de la dirección a la tercera generación?

En la actualidad, la segunda generación de la dirección de la empresa está dando paso a la tercera generación de la familia. Esta transición se está llevando a cabo, de forma sencilla y transparente, siguiendo el ejemplo que el fundador transmitió sobre la necesidad que tenía la familia de rodearse de excelentes profesionales. Esta estrategia de continuidad ha permitido que en el 2020 se haya comenzado la transición real y paulatina en la dirección, que basa su día a día en una estructura organizativa horizontal donde el trabajo en equipo es fundamental, cuyos papeles relevantes son la Dirección General y la Dirección Comercial.



Tras un recorrido apasionante de lo que ha sido la historia y desarrollo de la familia Peña desde la perspectiva familiar y de empresa, ahora conviene recordar que al hablar de la actual empresa, tenemos siempre presente que una de las grandes diferencias entre una empresa familiar y las que no lo son, estriba en su visión de futuro, siendo la CONTINUIDAD un concepto importante y siempre presente en nuestros planes y decisiones de futuro.



La dirección de empresa, experiencia y juventud

Concretamente, el órgano de dirección está formado por la dirección general de la segunda generación y su adjunto, y por quién será la dirección general de la tercera generación y el actual director comercial. Este equipo de cuatro personas trabaja hombro con hombro con el equipo de dirección operativo, formado por ocho miembros más. Todos ellos son profesionales que se han formado bajo la tutela de la segunda generación. A su vez, estas doce personas dirigen el siguiente grupo que llamamos el núcleo, haciendo referencia con este nombre a que son la base operativa sobre la que se cimenta toda la organización. Así facilitamos que la transición se realice de forma fluida y eficaz, de manera que, en poco tiempo, la

Organigrama Grupo Peña

El organigrama funcional real es de 31 efectivos

Nivel Dirección ►
4

Dirección General
Coordinador Equipo de Dirección
Director Comercial
Director Operaciones

Nivel Staff ►
9

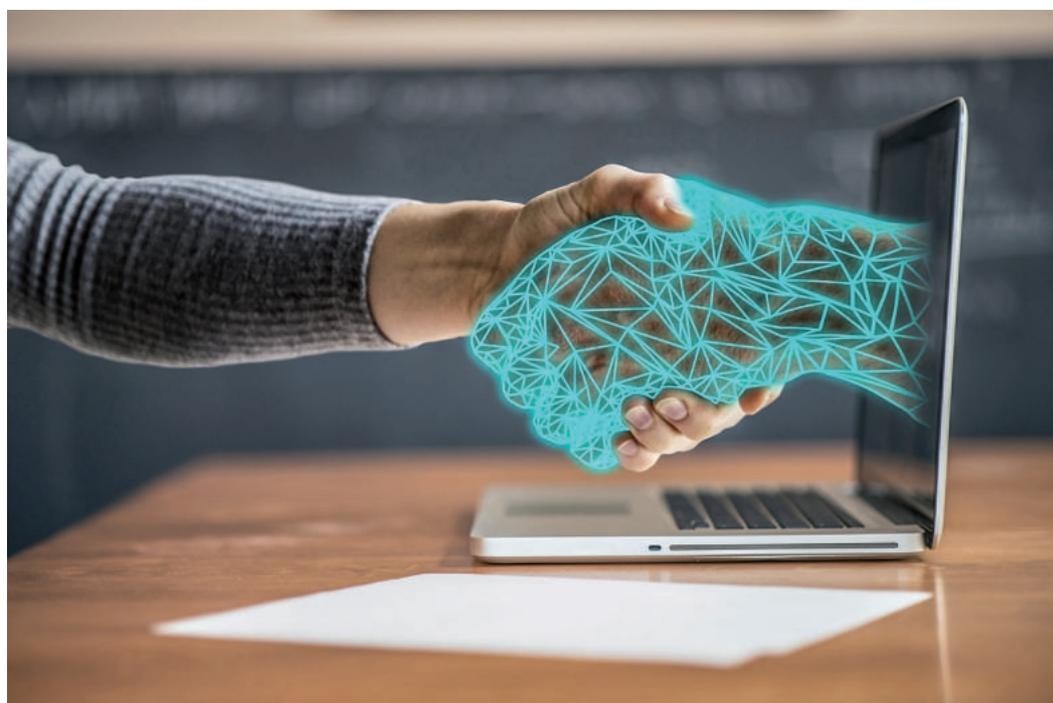
Responsable Compras
Controler Financiero
Responsable Financiero
Responsable GP Academy
Responsable Marketing
Responsable RRHH

Nivel Núcleo ►
18

Nivel Núcleo 18
Jefe Unidad Negocio
Soportes de Producto
Responsables Multicentro
Responsable Redes
Staff Jefe Unidad Negocio

tercera generación de la familia soporte el peso de la organización, fortalecidos por un grupo de profesionales totalmente identificados y comprometidos con el desarrollo y continuidad de Grupo Peña.

Abordamos el desafío que supone el paso de la dirección a la tercera generación con mucho ímpetu, pero conviene destacar que esto está requiriendo un importante ejercicio de modestia y generosidad por parte de los miembros de la familia. Sin embargo, cada uno de ellos demuestra en su personalidad las características fomentadas por el fundador y desarrolladas por la segunda generación, que los



lleva a desear compartir este desafío con no miembros de la familia. Pero a su vez son conscientes del privilegio que supone dirigir una empresa en constante desarrollo, teniendo siempre presente su responsabilidad con la propia familia y con la sociedad.

La transformación digital, desarrollando la versión 3.0

La tercera generación cuenta con una facilidad que empezó a implantar la segunda generación con fuerza: el exponencial

desarrollo de los sistemas digitales en todos sus niveles. En este aspecto nos sentimos orgullosos de que, desde 1986, Repuestos Peña fuera pionera en su sector con “la digitalización” en sus procesos operativos. Durante estos años, nuestro principal objetivo ha sido mantener un constante desarrollo de los instrumentos digitales en los que soportamos toda nuestra actividad. Como resultado, llevamos más de treinta y cinco años de desarrollo y mejora continua en nuestros procesos operativos que han marcado nuestro modelo de gestión.

Sin embargo, al hablar actualmente de “transformación digital” no nos referimos sólo a soportar nuestra gestión en Software y Hardware, sino que estamos hablando de una transformación cultural que está cambiando la forma en la que interactuamos con todos los interlocutores de nuestro entorno: proveedores, clientes y empleados. Conscientes de la necesidad de adecuar nuestra forma de pensar al nuevo entorno donde toda relación y comportamiento se basa en el uso de las tecnologías digitales, hemos incluido en nuestro modelo de mejora continua la formación necesaria que capacita a los miembros del grupo para desarrollar nuestro trabajo y nuestras relaciones profesionales en el entorno digital en el que ya hemos entrado.

La formación continua, la mejor inversión de futuro

Al pensar en la capacitación necesaria para enfrentarse a este gran cambio, hemos incluido a nuestros clientes como receptores de la formación necesaria y, por eso, hemos desarrollado diferentes fórmulas e instrumentos que van más allá de la simple gestión en el día a día. Uno de estos principales instrumentos es **GPAcademy**, que tiene como principal objetivo facilitar la formación necesaria para afrontar el futuro tanto a miembros internos de Grupo Peña como para sus clientes.

El futuro es continuidad al pensar, sentir y actuar

No podemos terminar este capítulo en el que hemos descrito nuestra visión y acción de futuro sin dedicar unas palabras para decir que en realidad abordamos el futuro como una continuidad de lo que hemos hecho en los últimos cincuenta años, es decir, basarnos en nuestros principios de “Pensar, sentir, actuar”. Y decimos esto porque toda nuestra actividad pasada, presente y futura se basa en pensar con ideas claras lo que queremos conseguir, sentir porque ponemos el corazón en lo que hacemos y actuar en consecuencia para seguir andando el camino que nuestro fundador emprendió hace cincuenta años.

El futuro
nuestro presente

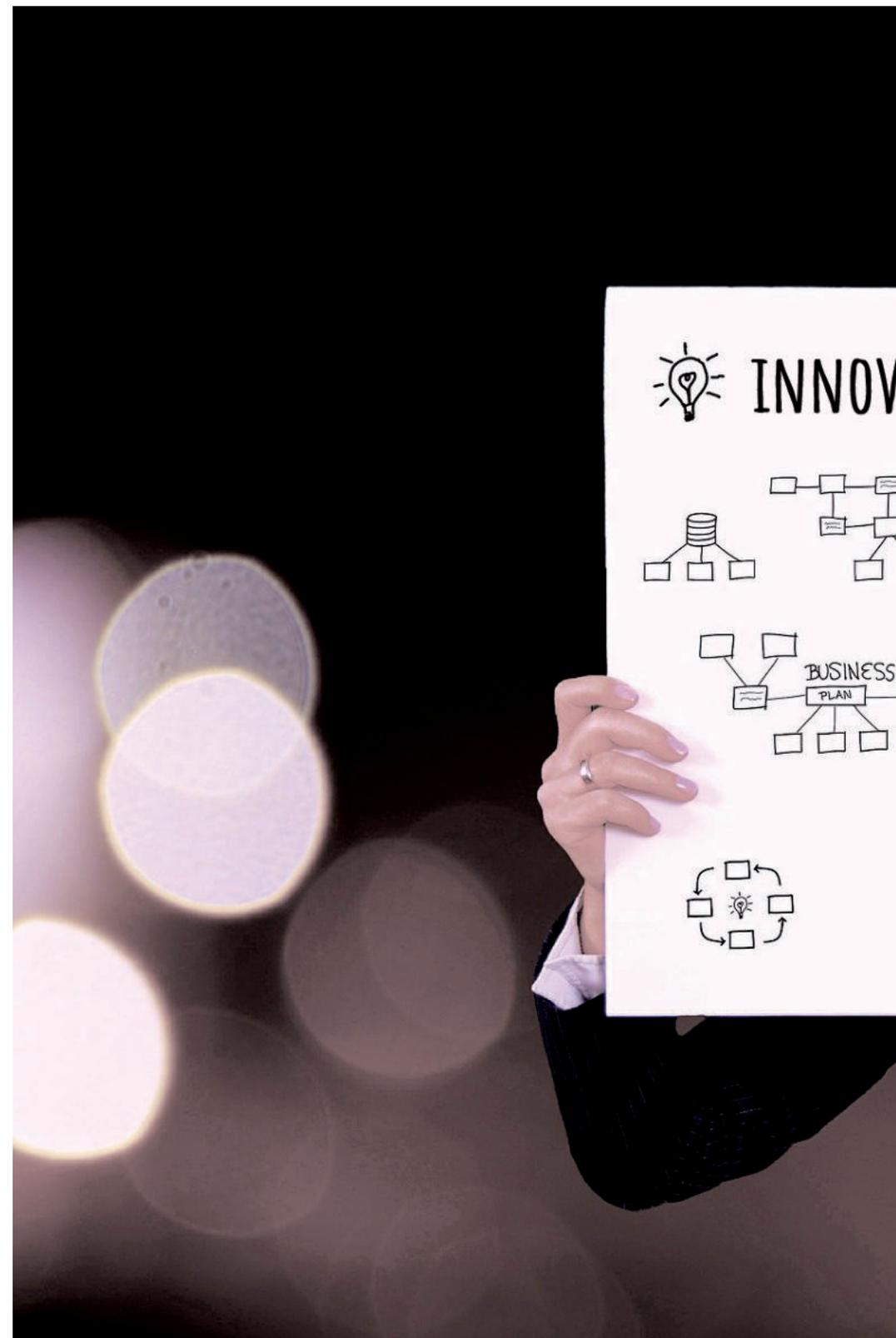


Nos sentimos orgullosos del equipo de personas que ahora mismo componen Grupo Peña, hombres y mujeres Peña que han escogido esta empresa donde pueden desarrollarse como excelentes profesionales. Son personas fieles y leales en quienes la familia Peña deposita toda su confianza.

Hemos conseguido un modelo de trabajo muy bien integrado, en el que desde los inicios de la empresa, la familia ha trabajado mano a mano con todos los equipos, escuchando las necesidades de compañeros y clientes, y buscando soluciones de forma proactiva.

“Mirar atrás para aprender y adelante para seguir viviendo felices”

También nos sentimos tranquilos y confiados en la tercera generación, que no solo se compone de los 4 miembros de la familia Peña que trabajan ahora mismo en la empresa familiar. De hecho, cuando pensamos en la tercera generación nos referimos a las personas relevantes en las que el equipo de dirección confía y se apoya diariamente, porque sin ellos cualquier proyecto que se quiera llevar a cabo sería imposible de sostener.





En este presente, un poco incierto por la situación mundial, tenemos la suerte de contar con un núcleo y un staff (empleados) de personas excelentes. Ellos, junto con todo el equipo de Grupo Peña, han demostrado que podemos salir con éxito de cualquier adversidad, y aunque no ganáramos, nunca perderíamos. Porque en esta gran familia nos apoyamos mucho en la frase de “Mirar atrás para aprender y adelante para seguir viviendo felices”, diciendo que miramos cincuenta años para atrás para aprender de los éxitos y, sobre todo de los fracasos, e inmediatamente dirigir nuestra atención hacia el futuro, cargados de sólida confianza en los miembros de la tercera generación Peña, de nuestros colaboradores internos y externos, y con una idea clara de continuidad tanto empresarial como familiar.

| Anexo |



Peña de Baena... *una empresa de profundas raíces en la tierra*

Francisco Expósito Extremera

Francisco Expósito Extremera es doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla tras defender la tesis “El artículo político en Fernando Vázquez Ocaña durante su etapa en Córdoba (1930-1934)”. Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, es máster en Dirección de Comunicación Corporativa por la Universidad de Barcelona y OBS y Experto en Información Económica por la Universidad de Zaragoza.

Cofundador del periódico *Cancionero* y primer director, ocupó la vicepresidencia de la Agrupación de Cofradías de Baena entre 1996 y 2004. En esa etapa coordinó el expediente para la declaración de la Semana Santa de Baena como Fiesta de Interés Turístico Nacional, reconocida en 2001. Fue miembro fundador de la Asociación El Olivo del Siglo XXI y del Grupo Cultural Amador de los Ríos, donde fue presidente y ha ocupado distintas responsabilidades en la directiva.



Autor de los libros *Semana Santa de Baena. Historia de una devoción popular* (1999), *Personajes baenenses del siglo XX. 10 años de cancionero* (2007) y *Momentos de la historia. Baena en el siglo XX* (2017), en 2009 coordinó la *Enciclopedia General de Córdoba* (10 vol.). Promovió la organización del pregón de exaltación del judío de Baena, que se celebra desde 2002. Es jefe de Economía, Agricultura y Medio Ambiente del *Diario Córdoba* y ha colaborado en otros medios de comunicación como *El Correo de Andalucía* y en la revista especializada en aceite de oliva *Mercacei*, además de dirigir el gabinete de prensa del Ayuntamiento de Baena y de los Seminarios Universitarios de Lucena.

Es miembro de la Asociación de Historiadores de la Comunicación y del grupo de investigación Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (Grehcco), de la Universidad de Sevilla.

[Anexo]

Peña de Baena

Cuando nació Francisco Peña Ocaña (Baena, 1930), un destacado notario baenense era uno de los mayores expertos en España sobre el aceite de oliva, “el privilegiado fruto del sol español”, como le llamaba Nicolás Alcalá Espinosa. Presidente de la Asociación Nacional de Olivareros de España, diputado entre 1933 y 1935,

Alcalá Espinosa abordó en profundidad el problema del aceite de oliva, las dificultades permanentes que tenía el zumo de la aceituna con los precios y la competencia desleal que provocaban las mezclas con otro tipo de grasas. Habitual en las tertulias de José Ortega y Gasset, este baenense decía en 1934: “El problema del aceite es uno de los problemas de la economía española, y no es de hoy ni de ayer: es de siempre. Es, como todo el problema del agro español, problema de organización. Así lo entendieron los Gobiernos de la República cuando legislaron sobre los casos concretos del vino y del arroz que, por su volumen, por su influencia en la balanza comercial de nuestro país, debían haber sido atendidos hace tiempo” (El Sol, 6-2-1934). “Problema de organización”. En esas tres palabras sintetizaba Alcalá Espinosa las dificultades eternas del aceite de oliva. Organización, precisamente, nunca le faltó a Francisco Peña Ocaña, que desde joven supo dirigir

ACEITE DE OLIVA
VIRGEN EXTRA

Peña de
Baena



PENA DE BAENA, S.L.
Ctra. Badajoz-Granada, Km. 323
Tel: 957 76 00 03
18550 BAENA (Córdoba)



5 LITROS

“El secreto pienso que está en realizar cada día el trabajo con ilusión, haciéndolo de una manera responsable, de forma que cualquier cliente que solicita cualquier producto en cualquiera de las tiendas de Grupo Peña, bien en persona o por teléfono, siempre encuentra a un profesional que desea hacer bien su trabajo, siendo cumplidor de lo que se ofrece”

su capacidad emprendedora y sus inquietudes empresariales para, de una pequeña tienda de repuestos de automoción en la calle Fray Luis de Granada, crear un gran grupo que tuvo en la diversificación una razón importante de su éxito, junto a su desarrollada estructura comercial. Quizás, lo habitual hubiera sido que los beneficios de su empresa los hubiera canalizado en la adquisición de una finca agraria, como solía hacerse en aquellos años en los que Francisco Peña decidió comprar la finca de El Duque. Pero detrás de esa decisión subyacía la inquietud emprendedora que nunca perdió. Era, también, un reencuentro con sus inicios en la actividad agraria, pues de joven se había dedicado al cuidado de la huerta familiar antes de marchar al servicio militar.

Como decía Alcalá Espinosa, la clave estaba también en la calidad y en la comercialización, y Francisco Peña tuvo claro desde el inicio de Peña de Baena dónde estaría el futuro de esta nueva sociedad creada en el año 2000, que debía hacer de la calidad de sus vírgenes extra y de una adecuada estructura comercial, bazas esenciales para sobrevivir en un competitivo mercado que peca de excesiva atomización.

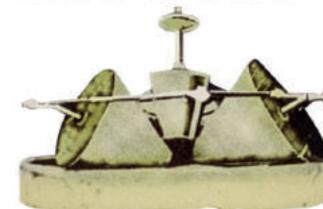
Desde el comienzo, Francisco Peña Ocaña trasladó también tres máximas a su trabajo: ilusión, responsabilidad y anticipación. Así lo decía en 2011

en el periódico 'Cancionero': "El secreto pienso que está en realizar cada día el trabajo con ilusión, haciéndolo de una manera responsable, de forma que cualquier cliente que solicita cualquier producto en cualquiera de las tiendas de Grupo Peña, bien en persona o por teléfono, siempre encuentra a un profesional que desea hacer bien su trabajo, siendo cumplidor de lo que se ofrece. Otro secreto ha sido tratar de tener una visión de por dónde caminan las necesidades de las empresas. Hemos intentado siempre estar conscientes de que el mejor camino para anticipar el futuro es comprender el presente".

La historia de Peña de Baena no se comprende de otra manera. A la búsqueda permanente de la calidad y el perfeccionamiento de la comercialización, hay que unir la ilusión de una empresa con veinte años de experiencia (medio siglo de Grupo Peña), la responsabilidad y la anticipación. Pero, ¿cómo surgió Peña de Baena?



*Molino
de
Izcar*



**Francisco Peña Ocaña
nunca abandonó sus
orígenes, como demuestra
su presencia empresarial
en su localidad natal.**

La vuelta al origen

“Los que conocen a la familia Peña saben que los orígenes de la familia están en la agricultura. En 1964, cuando Francisco Peña inicia su actividad empresarial, sale de Baena y decide hacer efectivos todos los recursos existentes en Baena, para invertirlos posteriormente en su actividad del recambio. Con el paso del tiempo devuelve a Baena parte de la inversión, al comprar la finca llamada El Duque, devolviendo así a los orígenes lo que era de la tierra”, explicaba la familia Peña en 2007. El retorno a la agricultura y la labranza del olivo se acentuó con la compra de la finca situada en Ízcar y la creación de una almazara con la que molturar el coupage multivarietal para extraer el mejor virgen extra bajo la denominación ‘Peña de Baena’. Francisco Peña Ortiz, actual gerente de Peña de Baena, asegura que hubo dos factores que motivaron la decisión de invertir en el olivar y promover la empresa: “La primera, el espíritu emprendedor de la familia, que no quería quedarse solo en el papel de agricultores, sino ensanchar







Peña de
Baena

su actividad agrícola completando el círculo del mundo del aceite, desarrollando los tres segmentos: el agrícola, el productor y el comercializador. La segunda, que la experiencia en gestión empresarial desarrollada durante treinta años en otros sectores facilitaba la puesta en marcha de Peña de Baena”.



La familia Peña había basado su medio de vida, de manera fundamental, en la labranza del olivo, aunque se quedaba en el proceso inicial y no llegaba a la etapa de molturación, pues entregaba su producción de aceituna a una industria aceitera. “Era evidente que se estaba participando poco en el ciclo del aceite y, al reflexionar sobre esto, quedaba claro que había que promover la participación en el circuito

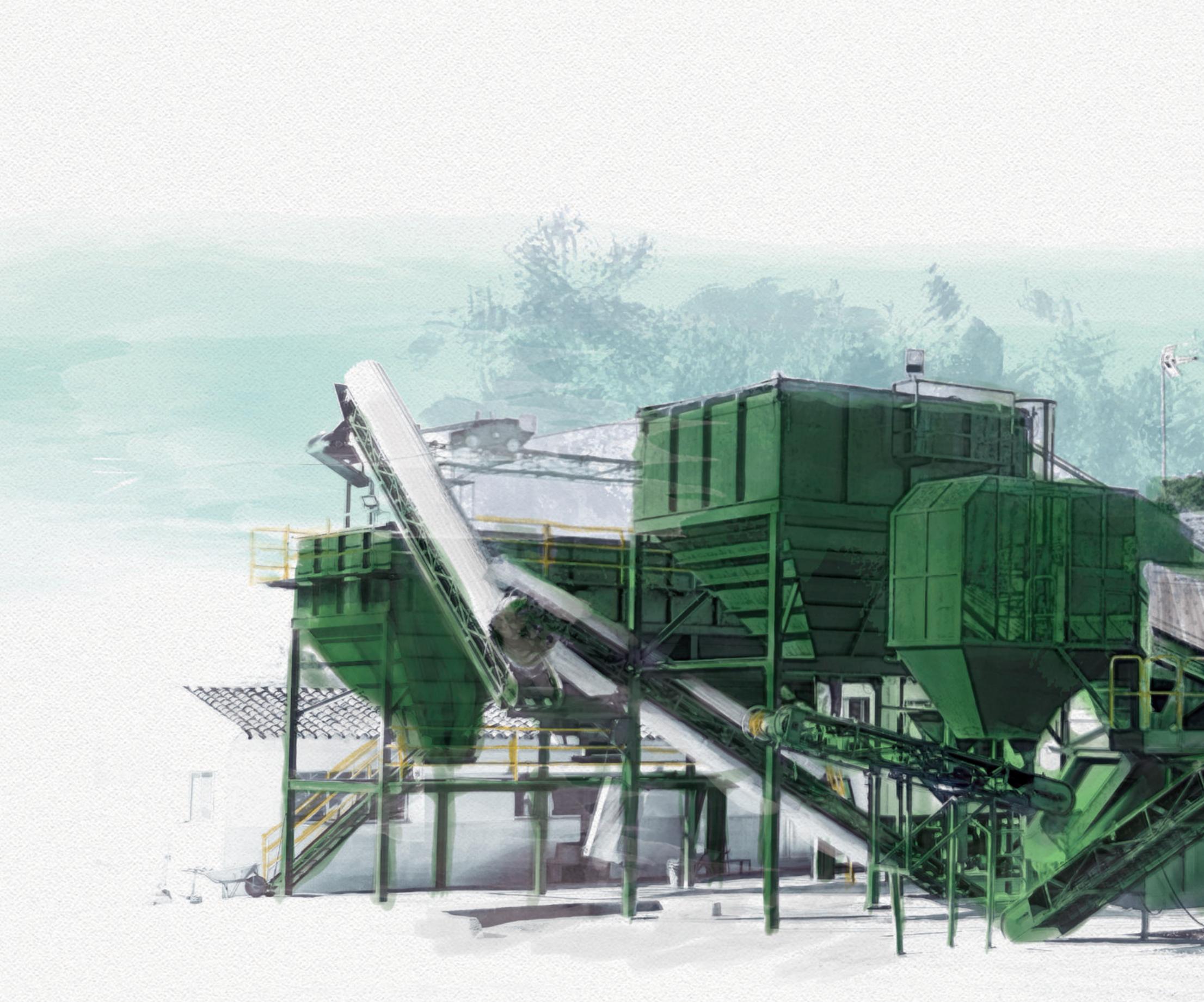


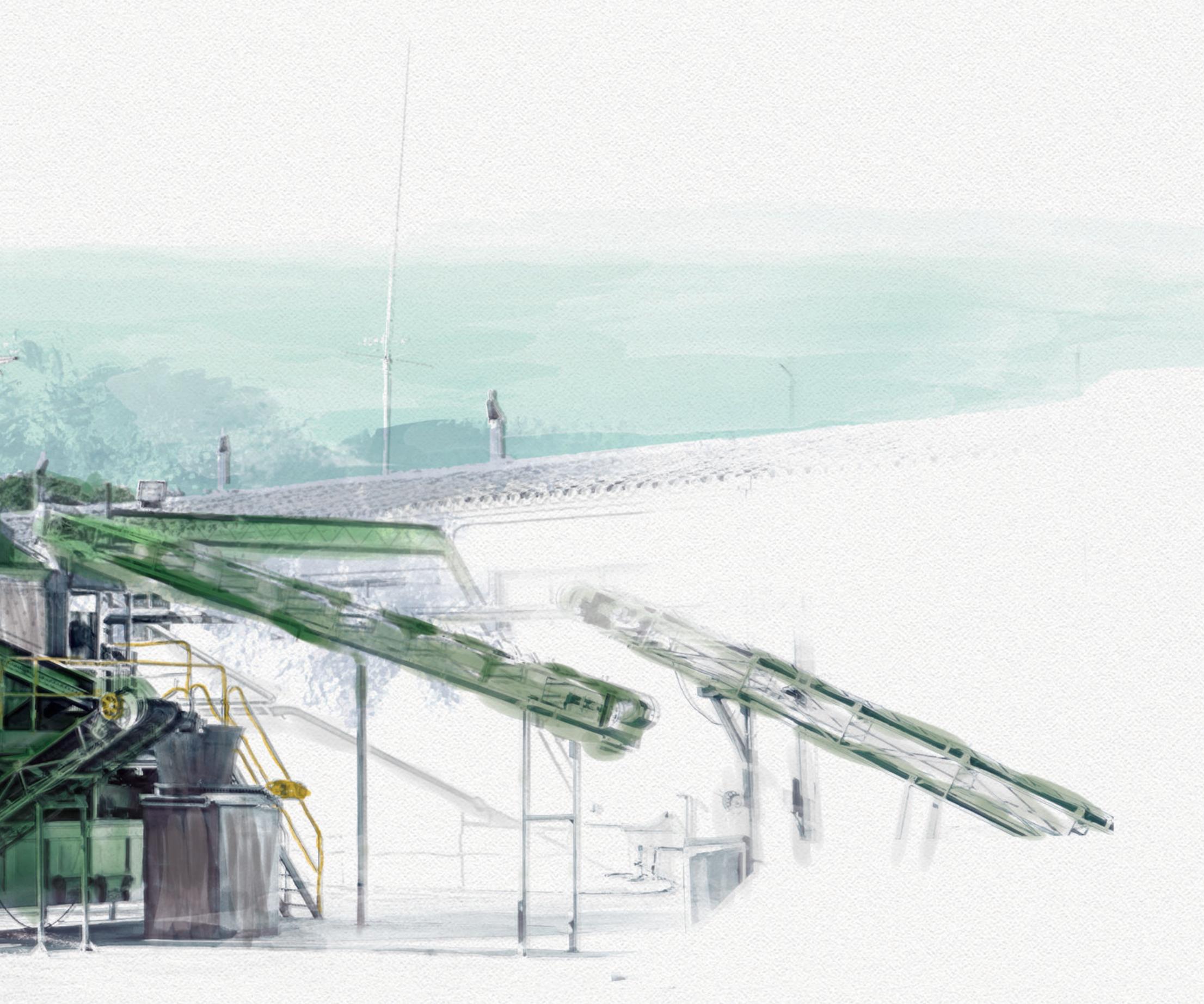
completo”, indicaba en 2007 la familia. Para ello, en el año 2000 pusieron en marcha una almazara y crearon Peña de Baena. A partir de entonces, la aceituna producida en sus fincas, se molturaba en su industria, en la que se encontraba como maestro molino Antonio Bonilla, para después continuar con el proceso de comercialización y distribución del zumo de la aceituna.

El catedrático emérito de la Universidad de Córdoba e hijo predilecto de Baena, José Javier Rodríguez Alcaide, destaca la decisión adoptada por Grupo Peña al considerar que la inversión que llevó a cabo “fue un modo de ampliar la diversificación económica de la actividad empresarial principal para aumentar el valor añadido del negocio, suavizar riesgos y disponer de cierto nivel de solvencia tangible”.



Francisco Peña con Antonio Cubillo, maestro molinero de experiencia que fue de gran valor para el sistema de la almazara.





Rodríguez Alcaide también destaca la vinculación de la familia Peña con Baena: “Pero creo que en el fondo de esta decisión hubo mucho de amistad social con Baena; amistad que nace de reflexión personal y de la contemplación de esta actividad, sentida desde la niñez en el pueblo. Para materializar esta diversificación empresarial, se tiene que haber vivido una actitud, es decir, una disposición del

alma no solo virtual sino actual. Imagino que en la mente de la familia Peña se desplegó un viejo afecto, escondido en la tramoya de su conciencia, basado constantemente en el amor al olivar”.

Esta decisión se produjo en un momento en el que la denominación de origen está plenamente consolidada, y Baena destaca en la provincia como



uno de los principales municipios olivareros de Andalucía, con dos históricas cooperativas -Nuestra Señora de Guadalupe y Germán Baena-, pero también con la importante proyección exterior de Núñez de Prado, que se convirtió en esos años en una de las almazaras más reconocidas en España. En la actualidad, junto a Peña de Baena, en el término de Baena, se encuentran una decena de almazaras

que convierten al municipio en el principal productor de aceite de oliva de Córdoba, mientras que la denominación de origen, que integra los olivares de Baena, Nueva Carteya, Luque, Doña Mencía, Zuheros, Castro del Río y Cabra, es la que comercializa más aceite de oliva virgen extra de España al representar el 23% de las ventas de todas las denominaciones protegidas en el país.



La importancia olivarera de Peña de Baena

Trazabilidad, calidad y seguridad alimentaria es una triada que, en la agricultura actual, es clave para llegar a los mercados más exigentes de todo el mundo.

En Córdoba y en Andalucía se encuentran algunos de los principales expertos de la cata y, un virgen extra de los que manan de la almazara de Peña de Baena, sin duda, es siempre candidato para cualquier gran paladar que sepa apreciar que un aceite de oliva es un auténtico zumo de aceituna que se ha cuidado esmeradamente durante los distintos procesos que discurren entre el campo y la comercialización.

Peña de Baena es una industria aceitera que mima las distintas etapas para obtener el mejor virgen extra. Toda la aceituna que se prensa en la almazara procede de fincas propias que se extienden sobre una superficie aproximada de 325 hectáreas y sus 50.000 olivos situados en el término municipal de Baena en la actualidad. Con anterioridad, Peña de Baena también poseía olivares en Castro del Río y en Nueva Carteya, pero en los últimos años se ha producido un proceso de concentración en Baena.



Impresionantes vistas de los olivares





Peña de
Baena



Como sucede en la denominación de origen, el aceite de oliva de Peña de Baena es el resultado de un 'coupage' de variedades principales, a las que se incorporan otras con menor protagonismo. En la aceitera baenense priman la aceituna picual, hojiblanca y picuda. A estas hay que unir lechín, chorrúo, torcío y otras denominadas "malas castas", calificación que se refiere a variedades menos conocidas, como explica Antonio Bonilla, el maestro molinero.

Peña de Baena envasa su virgen extra bajo tres marcas dirigidas a distintos mercados atendiendo a la fecha de recolección de la aceituna, que suele desarrollarse entre los meses de octubre y mediados

de enero. 'Corona de Baena', precisa Antonio Bonilla, es un aceite que proviene de las aceitunas recolectadas en los primeros días de recolección. "Suele ser de un frutado medio alto de aceituna verde, con un amargor y picor destacable pero equilibrado y con aromas a manzana, hierba verde, alloza, tomatera y alcachofa, entre



| Antonio Bonilla, el maestro del molino.



otras", indica. En 'Peña de Baena' el aceite procede de aceituna recolectada entre noviembre y mediados de diciembre y suele ser un virgen extra "con un frutado medio, con amargor y picor moderado; es un aceite que aparece dulce en boca y en el que destacan los aromas a manzana, almendra, plátano, hoja y otras hierbas que podemos encontrar al pasear por el campo". Por último, 'Molino de Ízcar' surge del prensado de aceitunas recogidas avanzada la



cosecha, son frutos más maduros que propician un aceite “donde el amargor y picor dan paso al dulce y en el que podemos encontrar frutados mucho más moderados y la higuera con mucha prevalencia”. En la actualidad, Peña de Baena obtiene una producción media de 350.000 kilogramos de aceite de oliva por campaña, encontrando sus principales mercados en España, pero también en otros países como Francia, Alemania, Bélgica o Italia. Su almazara

está preparada para molturar diariamente 120.000 kilos de aceituna y, en plena campaña el número de trabajadores que participan en los distintos procesos suele llegar al medio centenar. Su facturación alcanzó 1,12 millones de euros en 2020, aunque los ingresos de la empresa están muy sometidos a la variación de la producción de los olivos y a los altibajos de los precios del aceite de oliva.



La comercialización de Grupo Peña

Uno de los grandes problemas históricos del aceite de oliva en España ha sido su comercialización y los bajos precios que han causado crisis periódicas desde hace décadas. El periodista y economista baenense Antonio Bermúdez Cañete hacía, a finales de 1929, un análisis pormenorizado de la situación en un trabajo para la Revista Nacional de Economía. Bermúdez Cañete decía entonces: “El aceite de oliva no puede formar sus precios sino en función del mercado internacional, e inmediatamente en función de los precios de las grasas alimenticias e industriales. A ese mercado ha de acudir, por otra parte, como vimos, en la desventajosa situación que se desprende de sus altos costos de producción naturales y económicos, de la organización defectuosa de los productores y aún de la falta de preparación técnica de los elementos comerciales y



exportadores. Se impone, pues, una ordenación de la producción, de la explotación y del comercio, y una racionalización del régimen social de la producción. El arrendatario no será posible económicamente sino como empresario que aporte una función económica de tal, esto es, como organizador de la producción técnica y económicamente adecuada”. Como Nicolás Alcalá Espinosa, Peña de Baena coincidía en la necesidad de organización del sector del aceite de oliva, pero también destacaba la importancia del factor empresarial y de la comercialización.

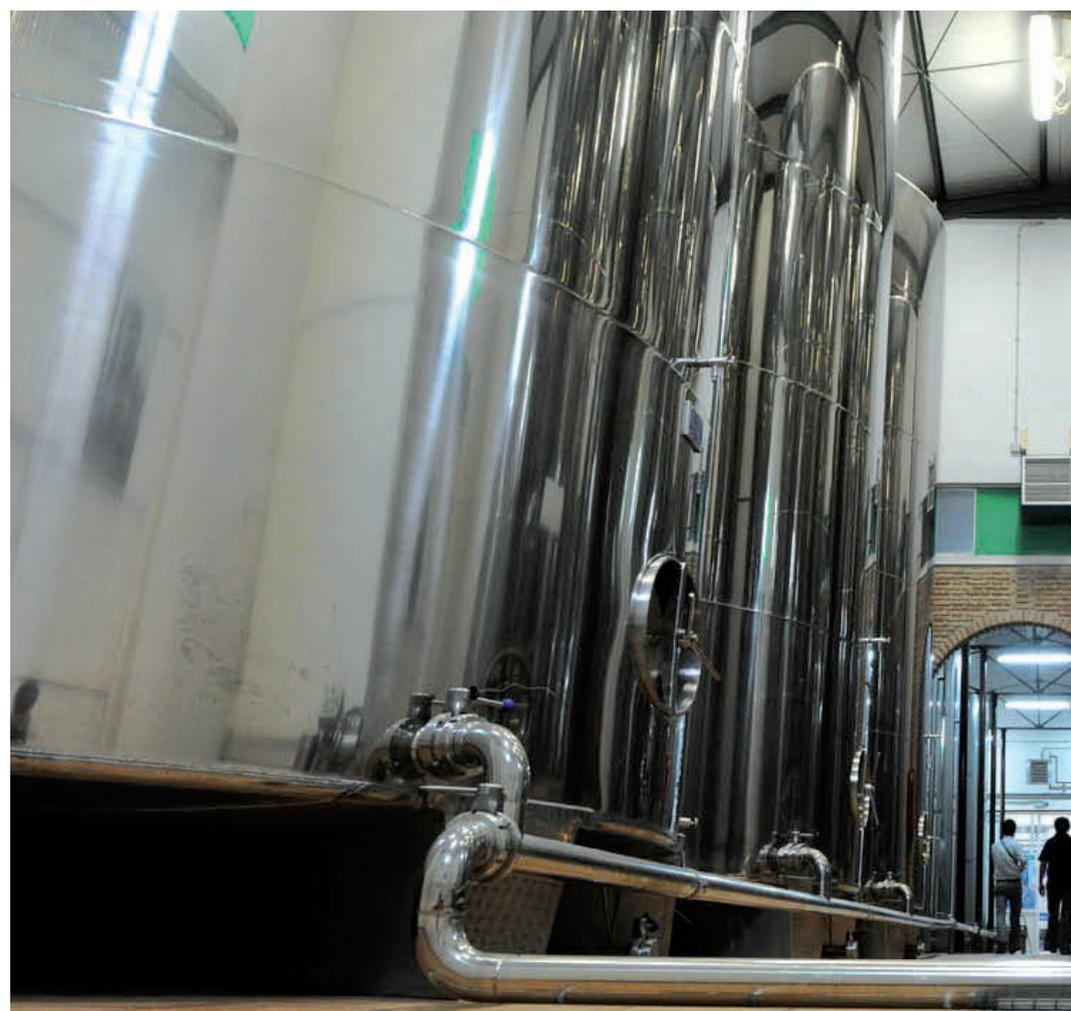
Solo hay que analizar el panorama nacional del mercado del aceite de oliva para darse cuenta pronto

de la excesiva atomización y de las dificultades que existen para comercializar aceite de oliva envasado. Las ventas a granel representan, hoy en día, un porcentaje mayoritario de las operaciones de las almazaras, definiendo una realidad huidiza del aprovechamiento del valor añadido y dependiente de las grandes oscilaciones de los precios y de la vecería.

En la campaña 2020/2021 había dadas de alta en España 1.822 almazaras, de las que 847 correspondían a Andalucía y 191 a la provincia de Córdoba. Esta fragmentación no ayuda a concentrar la oferta para incorporar el mayor valor añadido al

aceite de oliva, aunque hay empresas que, desde sus inicios, han optado por centrar sus esfuerzos en la comercialización del zumo de la aceituna envasado, buscando la diferencialidad de la calidad que aporta pertenecer a una denominación de origen. Ese camino es el que ha recorrido Peña de Baena, como otras almazaras de la denominación de origen Baena.

Para Peña de Baena, como para cualquier empresa que se adentra en el sector del aceite de oliva, no ha sido fácil. “El entrar en un mercado con una gran competencia, debido a la situación geográfica y la multitud de almazaras que existían, era todo un reto que se logró superar con la altísima calidad de nuestro producto y con una labor encomiable del responsable comercial de aquellos momentos”, explica Vicente Gómez, responsable comercial de Peña de Baena en la actualidad, que ha trabajado en este departamento junto a José Antonio Muñoz. Peña de Baena ha conseguido durante estas dos décadas, impulsada también por las sinergias incorporadas por Grupo Peña, acceder a nuevos mercados, alcanzar una gran implantación en Andalucía, en el centro y norte de España, según asegura la empresa, además de promover iniciativas para llegar a los mercados internacionales. “Actualmente estamos embarcados en un proyecto de internacionalización que ha logrado introducir nuestros productos en Alemania, Francia, Bélgica, Italia, Gran Bretaña y Suecia”, precisa Vicente Gómez.



En tiempos de la pandemia del COVID-19, la empresa ha potenciado las ventas a través de la tienda web, para lo que ofrece ventajas en los envíos. “Desde nuestros comienzos, la calidad y la producción propia han sido nuestros hechos diferenciales. Hay que tener en cuenta que desde el inicio al final, el cultivo, la molturación, el envasado y la comercialización la realizamos nosotros en nuestras explotaciones, almazara y envasadora, certificando una trazabilidad total del producto”, señala Peña de Baena. Además, el envasado se realiza diariamente sobre pedido, con lo que garantiza la mejor conservación del



virgen extra en depósitos climatizados. “Nuestro compromiso con la calidad y con la obtención del mejor AOVE (Aceituna de Oliva Virgen Extra), es lo que nos diferencia y nos lleva a obtener los máximos galardones de la Denominación de Origen Baena año tras año”, indica la empresa.

Vinculada a la denominación de origen Baena

“En el bosque plantado por el hombre más grande y bello del mundo, tener el clima y la geografía adecuada, la tecnología, el conocimiento y el estímulo del esfuerzo y de la perfección es el secreto para obtener un buen aceite de oliva”. Las palabras son de Francisco Núñez de Prado, uno de los grandes impulsores del aceite de oliva con denominación de origen Baena, una persona que recuperó la antigua almazara Núñez de Prado junto a sus hermanos y que, desde sus inicios, no dudó de la importancia de pertenecer a un distintivo de calidad. Tampoco lo hizo la familia Peña cuando emprendió el proyecto Peña de Baena, convirtiéndose en la actualidad en una de las 17 almazaras inscritas en la principal denominación de origen de aceite en España. En 1971, la denominación de origen Baena inició los trámites para su constitución, el mismo año en el que Francisco Peña Ocaña abrió la primera tienda de repuestos de automoción y motocultores en la calle Fray Luis Granada. La denominación de origen, que fue la primera que se aprobó en la provincia y la



segunda de España para proteger los aceites de oliva virgen extra, no sería reconocida oficialmente hasta 1981.

Peña de Baena pertenece a un distintivo de calidad que ampara los olivares de unas 60.000 hectáreas de siete términos municipales. Un marco en el que se incluyen 7,2 millones de olivos en una comarca en la que ya había aceituna en las culturas prerromanas, romana y árabe. Precisamente, el secretario general de la denominación de origen, José Manuel Bajo Prados, destaca de Peña de Baena su “dinamismo, una marcada visión comercial, su apuesta decidida por la calidad y la diferenciación, así como su incondicional compromiso con la denominación de origen Baena”. De otra manera no se entiende el hacer de la empresa baenense. “Desde el campo, en el que mantienen la original riqueza varietal existente en la zona, hasta la almazara, que cuenta con la última tecnología para obtener la mejor calidad. Todos sus procesos conducen a la elaboración del mejor y más genuino aceite de oliva virgen extra en la denominación de origen Baena, siendo prueba de ello la innumerable cantidad de premios obtenidos”, añade Bajo Prados.

Ese esmerado cuidado en los distintos procesos, desde el campo hasta la almazara, origina un aceite de oliva que es el fruto plurivarietal de las variedades picudo, picual y hojiblanco, remarca el



secretario general de la denominación de origen Baena, que describe así sus aceites: “Presentan frutados medio-intensos de aceituna, aromas a alloza, tomatera, hierbabuena, hierba recién cortada e hinojo, mostrándose en boca extraordinariamente persistentes, con un ligero toque de amargo y picante, que hacen las delicias de quien lo prueba”. Como asegura Peña de Baena, desde los inicios, la transformación de la empresa ha estado estimulada por la búsqueda de una mejora continua, tanto en



el olivar como en la almazara. Hoy, una gran parte de sus olivos cuentan con riego por goteo, lo que promueve una mayor regularidad y rendimiento de los árboles. Peña de Baena, que ha ido incorporando la más moderna tecnología desde su creación, también ha incrementado su capacidad de bodega. “Actualmente, Peña de Baena ofrece tres marcas identificadas con el sello de cosecha propia, ‘Peña de Baena’, ‘Corona de Baena’ y ‘Molino de Izcar’, marcas que representan la excelencia de un producto único

que llega al consumidor con la garantía del consejo regulador de la denominación origen Baena”, señala la firma aceitera, que remarca los objetivos logrados de sus inicios: “Como productores nos sentimos orgullosos de lo conseguido en dos décadas en las que nuestro aceite ha recibido diferentes menciones de calidad en años consecutivos de la denominación de origen Baena, así como de la Diputación Provincial de Córdoba”.

En el siglo XI, Abulcasis escribía: “Los mejores aceites son aquellos que tienen un aroma, un perfume y un gusto agradable y están exentos de acritud y acidez”. Maimónides advertía en el siglo XII: “Todas las enfermedades que sufre el hombre, o al menos la gran mayoría, son consecuencia de una alimentación deficiente o desmesurada”. Ese reconocimiento que alcanzó el aceite de oliva por sus valores saludables durante el periodo del esplendor omeya de Córdoba ha sido demostrado por la ciencia en nuestros días. De otra manera no se comprende el camino avanzado por Peña de Baena, una empresa que hunde ya profundas raíces en la tierra, sabedora de que el secreto del éxito se encuentra en soñar siempre con mantener la inquietud por mejorar, como ha hecho en las últimas dos décadas, vinculando su futuro al origen y a la calidad, pero también reconociendo la importancia que tiene para el futuro la promoción del aceite de oliva, unida a su protagonismo en la dieta mediterránea y a su potencial cardiosaludable.

Francisco Peña, Gerente de Peña de Baena

¿Cuándo se crea la empresa Peña de Baena?

En septiembre del año 2000, mientras que las tierras y la almazara se compran en julio de 2000.

¿Cómo fue la decisión de invertir en la agricultura y poner en marcha una almazara?

Son dos decisiones diferentes y en diferentes momentos. Invertir en agricultura tuvo su primer paso con la compra de la primera finca de olivos, El Duque, en enero de 1990. Con este paso Francisco Peña Ocaña dirigía su atención a sus orígenes en Baena. La puesta en marcha de la almazara era un deseo interno alimentado desde hacía tiempo, y que vio propicia su materialización cuando mi hermano Antonio y Jose Luis Montes, hicieron objeto de un trabajo académico de fin de máster, la puesta en marcha de una empresa aceitera. Este hecho y las ganas que teníamos de hacerlo dieron como resultado la creación de Peña de Baena.





“En la era de la digitalización es muy importante adaptarnos a los cambios”





Francisco Peña junto a sus hijos

¿De quién surgió la idea de invertir en la agricultura?

Mi padre nunca se había desligado del sector agrícola con su mudanza a Córdoba, ya que sus inicios se produjeron con la comercialización de maquinaria para este sector. A esto se suma el apoyo, tanto mío como de mi hermano, al decidir invertir en agricultura. Como estrategia empresarial también respondía a la decisión de diversificar las inversiones, hasta este momento, centradas en Repuestos Peña.







¿Habían tenido alguna relación con el aceite de oliva?

La común en Baena como sucedía con muchas otras familias. Solo que la relación se limitaba a nuestro papel como agricultores, es decir, que la actividad terminaba con la entrega del producto en la almazara de una cooperativa.

¿Hubo alguna empresa en la que se fijaron para comenzar a andar en un sector complejo como el del aceite de oliva por la atomización existente?

En Baena hay muchas empresas aceiteras con años de experiencia y con una buena posición en el mercado. Algunas de ellas fueron nuestro referente.

¿Qué importancia tiene Peña de Baena para Grupo Peña?

Peña de Baena tiene una actividad que no tiene nada que ver con la actividad industrial de Grupo Peña. Aun así, suma a nuestro peso empresarial de cara a proveedores de servicios, bancos, etc. A nivel familiar tiene mucho peso por tratarse de algo tan afectivo como recuperar los orígenes de la familia y, al mismo tiempo, generar riqueza social al crear empleo, etc.

¿Bajo qué marcas envasa el aceite Peña de Baena?

La estrategia original era posicionar nuestro producto en un nicho de mercado alto en lo que a calidad se refiere. Tenemos dos marcas amparadas por el consejo regulador de la Denominación de Origen Baena, que son 'Peña de Baena' y 'Corona de

Baena'. Posteriormente, presentamos una tercera marca, 'Molino de Izcar', con la que apuntamos a otro mercado de consumo sin perder el norte de la calidad.

¿Cuáles son los principales mercados del aceite de la empresa?

España, Francia, Alemania, Bélgica e Italia.

¿Qué premios destacaría entre los más importantes conseguidos por Peña de Baena?

A lo largo de los años, hemos conseguido medallas de oro y plata de la Denominación de Origen Baena. En los dos últimos años, 2019 y 2020, logramos medalla de plata en frutados verdes no amargos, pero tenemos medallas de oro del consejo regulador en frutados maduros en 2007; oro también en frutados verdes amargos en 2006, 2011, 2012 y 2016; en frutados verdes no amargos, en 2018. Además, en 2018 conseguimos el primer premio en la categoría de frutados maduros de la Diputación de Córdoba, entre otros reconocimientos destacados.

¿Qué peso tiene la incorporación de la digitalización en la empresa?

En vista de la era de la digitalización en la que vivimos, creemos que es muy importante adaptarnos a los cambios. De nada serviría poner el 100% de nuestros esfuerzos en vender, si no llegamos por el canal correcto a nuestro cliente final. Nos hemos

A nivel familiar tiene mucho peso por tratarse de algo tan afectivo como recuperar los orígenes de la familia y, al mismo tiempo, generar riqueza social al crear empleo, etc.

dado cuenta que cada vez más personas hacen las compras de forma 'online', ya sea de alimentación, ropa o cualquier elemento electrónico. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes, en 2017 abrimos nuestra tienda 'online', y estamos muy contentos con los resultados y las reseñas. Tenemos un sitio web, www.baenaoliva.com, en la que se puede comprar de forma sencilla cualquiera de nuestros productos.

Cronología | Hitos más destacados

1990

Grupo Peña compra la finca El Duque, situada en Baena.

2000

En el mes de julio, Peña adquiere una almazara situada en el término municipal de Baena. En septiembre nace Peña de Baena. Primer año de comercialización de aceite de oliva.

Campaña 2000-2001: obtiene una cosecha de 746.652 kilogramos de aceituna.

2002

Constitución oficial de la empresa Peña de Baena SL.

Campaña 2004-2005

La producción de aceituna asciende a 1.296.344 kilos de aceituna.

Campaña 2012-2013

Menor cosecha en los últimos veinte años, con 517.932 kilos de aceituna.

Campaña 2013-2014: máxima producción de aceituna hasta ahora: 2.637.100 kilos.

2017

En mayo activa su sitio web y tienda 'on line' de venta de aceite de oliva.

2018

Premio Diputación al Mejor Aceite de Oliva de Córdoba a Peña de Baena en la categoría de frutado maduro.

2020

Peña de Baena cumple su vigésimo aniversario como una de las empresas con más impulso de la denominación de origen Baena. El aceite consigue ser finalista en el Premio Diputación al Mejor Aceite de Oliva de Córdoba y medalla de plata en los premios de la Denominación de Origen Baena.

Datos clave | Peña de Baena

Superficie de olivar: **325 hectáreas y unos 50.000 olivos.**

Término municipal de las fincas: **Baena, Córdoba.**

Facturación: **1.391.775 (2019), 1.122.030 (2020).**

Volumen de molturación de aceituna: **la fábrica está diseñada para molturar diariamente 120.000 kilos de aceitunas.**

Periodo de recolección de la aceituna: **desde octubre a mediados de enero.**

Producción media de aceite: **350.000 kilos.**

Marcas: **'Peña de Baena', 'Corona de Baena' y 'Molino de Ízcar'.**

Principales mercados: **España, Francia, Alemania, Bélgica e Italia.**

Número de trabajadores durante la campaña: **45-50.**

Dirección:

Antonio Peña Ortiz

Dirección editorial:

Marina Isabel Peña Díaz

Documentación:

Rafael Baena Ráez
Francisco Expósito Extremera
Jose Luis Montes Prieto
Abigail Peña Díaz
Pablo Peña Gómez
Antonio Peña Ortiz
Francisco Peña Ortiz
Manuel de la Rica Torredonjimeno

Diseño y maquetación:

☞ defabrica.net

Impresión:

Imprenta Luque

Fotografías:

Archivo Municipal Ayuntamiento de Córdoba
Jairo Milla Atero
Carlos Pérez de la Fuente Iglesias
Dámaris Reyes Granados

Depósito legal: CO 288/2021



Descarga la edición digital





