

Sessió 'Ambició de créixer i propòsit empresarial. Testimonis'
Juan Margenat, Verónica Pascual, Enrique Silla, Antón Costas
XXXV Reunió Cercle d'Economia
2019.05.30

La primera edició del Premi José Manuel Lara prova que el propòsit d'una empresa és una les poques coses que no es pot copiar

En el seu parlament d'obertura a la sessió sobre el Premi José Manuel Lara a l'ambició i el propòsit empresarial, Antón Costas va apuntar que la idea de creixement és important "perquè a Espanya no tenim un problema de natalitat empresarial, sinó de mortalitat infantil de les nostres empreses".

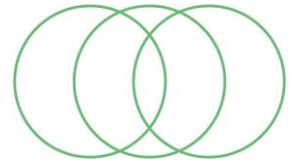
A propòsit del segon objectiu del guardó, el del propòsit empresarial, Costas va assenyalar que consisteix "en anar més enllà del compte financer per prestar atenció també al compte mediambiental o al social".

Sobre la figura de José Manuel Lara, el també expresident del Cercle va recordar com, abans de la seva mort, va promoure precisament una sessió unint aquests dos conceptes, recolzada per una brillant reflexió "que situava l'empresari en el centre d'un triangle en el qual havia de conciliar els interessos dels seus tres vèrtexs: el dels accionistes, que li exigeixen un dividend a curt termini; el dels executius, que volen destinar tot l'excedent a invertir per créixer; i el dels seus empleats".

ASTI: responsabilitat corporativa al servei de reforçar el binomi humà-tecnologia

Verónica Pascual, CEO d'ASTI Mobile Robotics, va prendre la paraula a continuació per glossar la trajectòria de la seva companyia "d'origen familiar, fundada el 1982", i que ha mantingut inalterada fins l'actualitat una mateixa missió -la de l'automatització dels processos industrials- variant en canvi, extraordinàriament, el "com ho fem".

ASTI està present actualment en 17 països i treballa per a sectors molt diversos com "els de l'automòbil, l'alimentació, la cosmètica o, amb caràcter més recent, el de l'e-commerce": una diversificació que li ha permès multiplicar per 20 la seva facturació en els últims 15 anys.



Verónica Pascual (ASTI Mobile Robotics): *”La transformació digital ho canvia tot i ens obre les portes a un nou paradigma industrial, perquè els nostres vehicles ja no només desplacen càrrega entre dos punts, sinó que una part del procés productiu es desenvolupa en aquest trajecte”*

En l'intent de capitalitzar el nou model industrial que aflora de la revolució digital, la ponent es va referir als "cinc viatges" que està duent a terme actualment la companyia: "el dels nostres clients cap a la indústria 4.0; el de la tecnologia; el que condueix a l'excel·lència operativa; el de l'ecosistema, per fomentar una col·laboració reforçada amb el nostre entorn; i, naturalment i de forma destacada, el del talent".

Precisament a aquest últim contribueix la seva fundació, que parteix de la premissa que "en un món cada vegada més automatitzat, tenim la responsabilitat de què els nostres fills sàpiguen créixer en un context volàtil i incert en què el binomi humà-tecnologia serà fonamental".

Pascual va glossar breument els tres programes d'aquesta fundació que combinen "la formació en robòtica amb el ioga o el *mindfulness*, acosten la ciència a les nenes perquè hi hagi més dones i plantegen a joves de totes les edats un desafiament de robòtica durant el qual han de defensar un projecte integral davant un jurat".

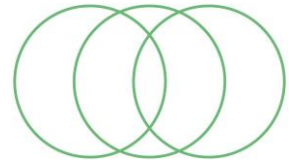
Jeanologia: ser els millors en el món convertint-se en els millors per al món

En l'arrencada de la seva intervenció, Enrique Silla, CEO de Jeanologia, ha apuntat que "el tèxtil és el segon producte de consum més gran del món i el responsable del 20% de la contaminació de les aigües del planeta, deguda especialment a la producció anual de més de 6.000 milions de pantalons texans".

Davant d'aquesta descoratjadora evidència, i impressionat "per veure rius de diferents colors en funció de les modes de cada temporada", el ponent va decidir crear una empresa "per transformar la indústria tèxtil i tornar-la més ètica, sostenible i eco-eficient".

Silla va repassar a continuació les quatre tecnologies desenvolupades per Jeanologia en els 25 anys transcorreguts des de llavors, inclòs "un làser que permet desgastar uns pantalons sense necessitat de rascat o de l'ús de esprais químics o una eco-rentadora que empra ozó en lloc d'aigua".

Al cap d'aquestes i altres innovacions, avui "entre un 30 i un 35% dels texans del món" utilitzen la tecnologia de la companyia, i l'objectiu de les 250 persones de 30 nacionalitats que integren el seu equip és que "en 5 anys siguin el 100%".



Enrique Silla (Jeanologia): *“El 2012 vam decidir que no volíem ser els millors 'a' el món, sinó els millors 'per' el món. Gràcies a això, vam passar de ser 30 persones i de facturar 15 milions d'euros a ser-ne 250 i facturar-ne 110, però, sobretot, vam passar d'estalviar al planeta la contaminació de 2 milions de metres cúbics d'aigua a estalviar-ne 15.”*

A manera de tancament, Silla es va referir a l'última innovació de la companyia: un nou sistema de tractament de l'aigua que, en l'intent d'estalviar una part dels 30 litres d'aigua que calen encara per fabricar uns pantalons, "ha acabat obrint una finestra d'oportunitat per anviar tot el procés productiu", en permetre implantar petites plantes de producció sense necessitat que aquestes tinguin a prop un riu.

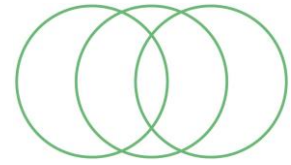
Marfeel: els ciutadans formats han de llegir alguna cosa més que purs titulars

El representant de la tercera empresa guardonada en aquesta primera edició del Premi José Manuel Lara a l'ambició i el propòsit empresarial, Juan Margenat, COO i cofundador de Marfeel, es va remuntar al moment de l'arrencada de la dècada de 2010 en què el seu soci va constatar que "resultava molt car desenvolupar tecnologia mòbil per als mitjans de comunicació" en un moment de caiguda lliure de la seva facturació i "en el que la publicitat digital no compensava el descens de la tradicional".

A partir d'aquesta constatació i de la consideració que "la lectura és vital per al desenvolupament de ciutadans formats que no només llegeixin titulars", Marfeel va néixer per acostar el màxim possible l'experiència de llegir al mòbil a la del paper. Aquesta missió permet avui als diaris que confien en la seva solució "carregar les seves pàgines de forma deu vegades més ràpida, brindar una experiència de navegació fàcil i sense interrupcions i facilitar la circulació dels seus lectors per la publicació".

Juan Margenat (Marfeel): *"Alguns dels diaris per als que treballem han multiplicat per sis el nombre de notícies vistes pels seus usuaris i per tres el temps que aquests dediquen a la seva lectura."*

Margenat es va referir a continuació a com la companyia ha revolucionat també el sistema de venda de publicitat mòbil "com a conseqüència de la necessitat de donar un gir al nostre model



de negoci". El sistema proposat per Marfeel consisteix a "subhastar en temps real la publicitat", i "ens ha permès doblar des del seu llançament la nostra facturació mes a mes i gestionar en l'actualitat 1.000 milions de visites mensuals a 600 mitjans de tot el món a través de un equip de 150 persones".

En el futur, sense propòsit no hi haurà empresa

A l'espai dedicat al col·loqui, Enrique Silla es va referir al propòsit d'una empresa com a "una de les poques coses que no es pot copiar", la qual cosa el converteix en un factor que realitza una contribució neta "al seu compte de resultats".

Enrique Silla (Jeanologia): *"Una empresa espanyola no podrà competir amb una xinesa quan ells concentrin al 60% de la classe mitjana del món si no compta amb un propòsit que motivi la gent a donar-ho tot"*

Respecte al dilema de si accedir o no al finançament dels fons per al creixement de les seves respectives companyies, Silla ha apuntat que Jeanologia no necessitava un soci des del punt de vista financer, però que sí que els ha ajudat "a la transició d'una organització amb un CEO fundador que, altrament, no hauria sabut bregar amb el creixement sense que se li ressentissin els ossos".

Verónica Pascual, per la seva banda, va apuntar que el futur de ASTI "passava per internacionalitzar-nos i per participar en la consolidació del sector a nivell global", i que això va fer prendre la decisió de donar entrada a un soci per "acompanyar el nostre creixement inorgànic".

Finalment, Juan Margenat va considerar fonamental en aquest tipus de col·laboracions "el factor humà i la connexió amb els equips dels fons".