

Sesión 'Ambición de crecer y propósito empresarial. Testimonios'  
Juan Margenat, Verónica Pascual, Enrique Silla, Antón Costas  
XXXV Reunión Cercle d'Economia  
30/05/2019

## **La primera edición del Premio José Manuel Lara prueba que el propósito de una empresa es una las pocas cosas que no se puede copiar**

En su parlamento de apertura a la sesión sobre el Premio José Manuel Lara a la ambición y el propósito empresarial, Antón Costas apuntó que la idea de crecimiento es importante “porque en España no tenemos un problema de natalidad empresarial, sino de mortalidad infantil de nuestras empresas”.

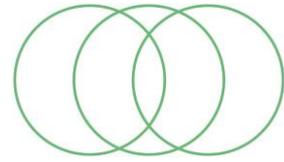
A propósito del segundo objetivo del galardón, el del propósito empresarial, Costas señaló que consiste “en ir más allá de la cuenta financiera para prestar atención también a la cuenta medioambiental o a la social”.

Sobre la figura de José Manuel Lara, el también expresidente del Cercle recordó cómo, antes de su fallecimiento, promovió precisamente una sesión aunando esos dos conceptos, respaldada por una brillante reflexión “que situaba al empresario en el centro de un triángulo en el que debía conciliar los intereses de sus tres vértices: el de los accionistas, que le exigen un dividendo a corto plazo; el de los ejecutivos, que quieren destinar todo el excedente a invertir para crecer; y el de sus empleados”.

## **ASTI: responsabilidad corporativa al servicio de reforzar el binomio humano-tecnología**

Verónica Pascual, CEO de ASTI Mobile Robotics, tomó la palabra a continuación para glosar la trayectoria de su compañía “de origen familiar, fundada en 1982”, y que ha mantenido inalterada hasta la actualidad una misma misión –la de la automatización de los procesos industriales– variando en cambio extraordinariamente el “cómo lo hacemos”.

ASTI está presente actualmente en 17 países y trabaja para sectores muy diversos como “los del automóvil, la alimentación, la cosmética o, con carácter más reciente, el del *e-commerce*”: una diversificación que le ha permitido multiplicar por 20 su facturación en los últimos 15 años.



---

Verónica Pascual (ASTI Mobile Robotics): *“La transformación digital lo cambia todo y nos abre las puertas a un nuevo paradigma industrial, porque nuestros vehículos ya no solo desplazan carga entre dos puntos, sino que una parte del proceso productivo se desarrolla en ese trayecto”*

---

En el intento de capitalizar el nuevo modelo industrial que aflora de la revolución digital, la ponente se refirió a los “cinco viajes” que está llevando a cabo actualmente la compañía: “el de nuestros clientes hacia la industria 4.0; el de la tecnología; el que conduce a la excelencia operativa; el del ecosistema, para fomentar una colaboración reforzada con nuestro entorno; y, naturalmente y de forma destacada, el del talento”.

Precisamente a este último contribuye su fundación, que parte de la premisa de que “en un mundo cada vez más automatizado, tenemos la responsabilidad de que nuestros hijos sepan crecer en un contexto volátil e incierto en que el binomio humano-tecnología va a ser fundamental”.

Pascual glosó brevemente los tres programas de dicha fundación, que combinan “la formación en robótica con el yoga o el *mindfulness*, acercan la ciencia a las niñas para que haya más mujeres en la rama de ciencias, y plantean a jóvenes de todas las edades un desafío de robótica durante el que tienen que defender un proyecto integral ante un jurado”.

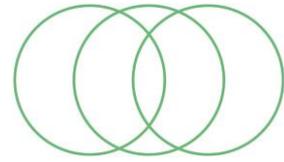
## **Jeanologia: ser los mejores en el mundo convirtiéndose en los mejores para el mundo**

En el arranque de su intervención, Enrique Silla, CEO de Jeanologia, apuntó que “el textil es el segundo mayor producto de consumo del mundo y el responsable del 20% de la contaminación de las aguas del planeta, debida en especial a la producción anual de más de 6.000 millones de pantalones vaqueros”.

Ante esa desalentadora evidencia, e impresionado “por ver ríos de distintos colores en función de las modas de cada temporada”, el ponente decidió crear una empresa “para transformar la industria textil y volverla más ética, sostenible y ecoeficiente”.

Silla repasó a continuación las cuatro tecnologías desarrolladas por Jeanologia en los 25 años transcurridos desde entonces, incluido “un láser que permite desgastar un pantalón sin necesidad de rascado o del uso de espráis químicos o una eco-lavadora que emplea ozono en lugar de agua”.

Al cabo de estas y otras innovaciones, hoy “entre un 30 y un 35% de los vaqueros del mundo” utilizan la tecnología de la compañía, y el objetivo de las 250 personas de 30 nacionalidades que integran su equipo es que “en 5 años sean el 100%”.



---

Enrique Silla (Jeanologia): *“En 2012 decidimos que no queríamos ser los mejores ‘en’ el mundo, sino los mejores ‘para’ el mundo. Gracias a eso, pasamos de ser 30 personas y de facturar 15 millones de euros a ser 250 y facturar 110, pero, sobre todo, pasamos de ahorrar al planeta la contaminación de 2 millones de metros cúbicos de agua a ahorrarle 15”*

---

A modo de cierre, Silla se refirió a la última innovación de la compañía: un nuevo sistema de tratamiento del agua que, en el intento de ahorrar una parte de los 30 litros de agua que hacen falta todavía para fabricar un pantalón, “ha acabado abriendo una ventana de oportunidad para cambiar todo el proceso productivo”, al permitir implantar pequeñas plantas de producción sin necesidad de que estas tengan cerca un río.

## **Marfeel: los ciudadanos formados deben leer algo más que puros titulares**

El representante de la tercera empresa galardonada en esta primera edición del Premio José Manuel Lara a la ambición y el propósito empresarial, Juan Margenat, COO y cofundador de Marfeel, se remontó al momento del arranque de la década de 2010 en el que su socio constató que “resultaba muy caro desarrollar tecnología móvil para los medios de comunicación” en un momento de caída libre de su facturación y “en el que la publicidad digital no compensaba el descenso de la tradicional”.

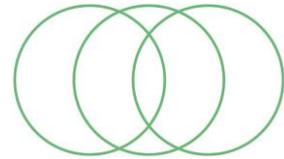
A partir de esa constatación y de la consideración de que “la lectura es vital para el desarrollo de ciudadanos formados que no solo lean titulares”, Marfeel nació para acercar lo máximo posible la experiencia de leer en el móvil a la del papel. Esa misión permite hoy a los periódicos que confían en su solución “cargar sus páginas de forma diez veces más rápida, brindar una experiencia de navegación fácil y sin interrupciones y facilitar la circulación de sus lectores por la publicación”.

---

Juan Margenat (Marfeel): *“Algunos de los periódicos para los que trabajamos han multiplicado por seis el número de noticias vistas por sus usuarios y por tres el tiempo que estos dedican a su lectura”*

---

Margenat se refirió a continuación a cómo la compañía ha revolucionado también el sistema de venta de publicidad móvil “como consecuencia de la necesidad de dar un giro a nuestro modelo de negocio”. El sistema propuesto por Marfeel consiste en “subastar en tiempo real la publicidad”, y “nos ha permitido doblar desde su lanzamiento nuestra facturación mes a mes y gestionar en la actualidad 1.000 millones de visitas mensuales a 600 medios de todo el mundo a través de un equipo de 150 personas”.



## En el futuro, sin propósito no habrá empresa

En el espacio dedicado al coloquio, Enrique Silla se refirió al propósito de una empresa como a “una de las pocas cosas que no se puede copiar”, lo cual lo convierte en un factor que realiza una contribución neta “a su cuenta de resultados”.

---

Enrique Silla (Jeanologia): *“Una empresa española no podrá competir con una china cuando ellos concentren al 60% de la clase media del mundo si no cuenta con un propósito que motive a la gente a darlo todo”*

---

Respecto al dilema de si acceder o no a la financiación de los fondos para el crecimiento de sus respectivas compañías, Silla apuntó que Jeanologia no necesitaba un socio desde el punto de vista financiero, pero que sí les ha ayudado “a la transición de una organización con un CEO fundador que, de lo contrario, no habría sabido lidiar con el crecimiento sin que se le resintieran los huesos”.

Verónica Pascual, por su parte, apuntó que el futuro de ASTI “pasaba por internacionalizarnos y por participar en la consolidación del sector a nivel global”, y que eso hizo tomar la decisión de dar entrada a un socio para “acompañar nuestro crecimiento inorgánico”.

Por último, Juan Margenat consideró fundamental en este tipo de colaboraciones “el factor humano y la conexión con los equipos de los fondos”.