

Mar Galtés

AVENTURAS DE EMPREENDEDORES

57 historias de creatividad y valentía
en la empresa



Libros de Cabecera

Aventuras de emprendedores

Mar Galtés

¿Qué tienen en común una antena para salmones salvajes, la crema de belleza de las estrellas de Hollywood o jugar a la brisca en internet? Todo son invenciones de emprendedores que se han puesto manos a la obra y han convertido sus ideas en realidad.

Pero ¿cuál es el origen de los emprendedores? ¿Proceden de familias adineradas? ¿Son superdotados? Algunos de ellos son personas que, emulando a Scarlett O'Hara, juran que nunca volverán a trabajar para terceros. En otros casos, se trata de locos iluminados que ven oportunidades antes que nadie. Y también hay quien se encuentra con la oportunidad por una necesidad, por *hobby* o, incluso, por casualidad. Los orígenes de los emprendedores son diversos y cada uno tiene el suyo en particular.

La periodista Mar Galtés entrevista a más de medio centenar de emprendedores y tiene la destreza de mostrarnos su parte más humana y sus anécdotas, al mismo tiempo que los datos más relevantes de su trayectoria empresarial. Sus ágiles artículos dan detalle de todo tipo de proyectos (empresas «clásicas» o de nuevas tecnologías, reconversiones milagrosas, nuevos productos o biotecnología).

En definitiva, se trata de un libro de experiencias que hará vibrar a los lectores por las proezas de los protagonistas, aparentemente gente corriente. Un libro que inspirará a más de uno.

«Solo si seguimos hambrientos y creativos podremos salir adelante en un mundo en el que el viento no nos sopla, ni nos va a soplar a favor en mucho tiempo. [...] No me cabe ninguna duda que la capacidad de sufrir, la de errar y la de recuperarse están en la fórmula magistral de la mayoría de las historias que siguen».

Manel Adell, CEO de Desigual

«No importa tanto el campo donde desarrolles una idea, ni la actividad en concreto, sino la pasión que pongas en ella. [...] Transforma tus ideas en empresas: la creatividad es la clave».

Martin Varsavsky, emprendedor y filántropo

Libros de Cabecera

www.librosdecabecera.com

ISBN: 978-84-939268-2-3

Aventuras de emprendedores

57 historias de creatividad
y valentía en la empresa

Mar Galtés

Prólogo de Manel Adell

Epílogo de Martin Varsavsky

Libros de Cabecera

www.librosdecabecera.com

Barcelona - Madrid - New York

1ª edición: septiembre 2011

© 2011 Mar Galtés Camps

© 2011 Libros de Cabecera S.L.
Rambla de Catalunya, 53, ático
08007 Barcelona (España)
www.librosdecabecera.com

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo públicos.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Diseño de la colección: Erola Boix
Editores: Virtuts Angulo y Paco López
Maquetación: Barreras&Creixell

ISBN: 978-84-939268-2-3
ISBN PDF: 978-84-929368-3-0
ISBN EBOOK: 978-84-939268-4-7

Índice

Prólogo , por Manel Adell	9
Introducción	15
I. Ejemplos de siempre	21
1. Ricardo Fisas, <i>Natura Bissé</i>	23
2. Pere Gallés, <i>Europastry-Fripan</i>	27
3. Josep Terradellas, <i>Casa Terradellas</i>	30
4. Josep Maria Lloreda, <i>KH7 Lloreda</i>	33
5. Sita Murt, <i>Esteve Aguilera / Sita Murt</i>	36
II. Los pioneros de internet	39
6. Eudald Domènech / Antonio González Barros, <i>reincidentes de internet</i>	41
7. Carlos Barrabés, <i>grupo Barrabés</i>	45
8. Carlos Blanco, <i>grupo ITNet</i>	48
9. Javier Pérez-Tenessa, <i>eDreams</i>	52
10. Lucas Carné y José Manuel Villanueva, <i>Privalia</i>	56
11. Dídac Lee, <i>Inspirit</i>	60
12. Marc Bonavia, <i>SITmobile</i>	64
III. ...y otros aventureros de las nuevas tecnologías	69
13. Giuseppe Flores d'Arcais y André Vanyi-Robin, <i>Adecq Best TV</i>	71
14. Pau Garcia-Milà, <i>EyeOs</i>	75
15. Lluís Faus, <i>vLex</i>	78
16. Màrius Rossell, <i>Trilogi</i>	80
17. Thais Ivern, <i>ImpactMedia</i>	82

IV. Y si no es en internet o con internet

o por internet, ¿ya no puedo emprender?

Grandes oportunidades en los sectores de siempre	85
18. Ezequiel Navarro, <i>Premo</i>	87
19. Xavier Berneda, <i>Munich</i>	91
20. Santiago Sabatés, <i>Eurofragance</i>	94
21. Oriol Guixà, <i>La Farga</i>	97
22. Silvio Elías, <i>Veritas</i>	101
23. Maite Barrera, <i>Bluecap</i>	104

V. Más historias para reinventarse

(o empezar de nuevo, o darle la vuelta al calcetín)

24. Cristian Rovira, <i>Grupo SIFU</i>	111
25. Joaquim Badrinas, <i>Finsa / Finsa Arquitectura</i>	115
26. Nuri Luis, <i>Plásticos Rovi</i>	119
27. Xavier Verdaguer, <i>TMT Factory e Innovalley</i>	121
28. Jordi Latorre, <i>ALB</i>	125
29. David Pellicer, <i>Etnia Barcelona</i>	128
30. Daniel Jordà, <i>Latrinidad Panes Creativos</i>	130
31. Francisco de Haro, <i>Il Molino d'Oro</i>	132
32. Familia Bermejo, <i>Tres Tintas</i>	134

VI. Y por ganas de emprender, que no sea.

Sin miedo a las multinacionales

33. Daniel Rossinés, <i>Comansi</i>	139
34. Mario Coll y Montse del Tarré, <i>Misako / Urbaks</i>	141
35. Gemma Garcia Godall, <i>Gescobro</i>	143
36. Aniceto Jiménez Pita, <i>Pita Barcelona</i>	147
37. Elena Grau y Engracia Gironés, <i>EGgroup</i>	149
38. Judith Viader, <i>Frit Ravich</i>	151
39. Charles Rolls, <i>Fever Tree</i>	155
40. Guillermo Bosch y Anna Reverter, <i>Central Café</i>	158
41. Joan Tarrida, <i>Galaxia Gutenberg</i>	160

VII. Y si algo no existe, te lo inventas	165
42. <i>Just Married y Querida Carmen</i>	167
43. Alexander Ruckensteiner, <i>Bluespace</i>	169
44. Pilar Almagro, <i>Vertisub</i>	173
45. Elena Gómez de Pozuelo, <i>La cigüeña del bebé</i> y <i>Secretariaplus.com</i>	176
46. Jordi Vallverdú y Carolina Delgado, <i>Taylor&Co</i>	180
47. Òscar Fillol, <i>Elebia</i>	182
48. Pere y Ot Pi, <i>Monty</i>	184
49. Carlos y Juan Rivadulla, <i>Ecofrego</i>	187
VIII. La biotecnología, un filón... ¿¿por fin?!	189
50. Carlos Buesa, <i>Oryzon</i>	191
51. Joël Jean-Mairet, <i>Ysios</i>	194
52. Ignasi Belda, <i>Intelligent Pharma</i>	197
53. Joaquim Trias, <i>compraventa de moléculas</i>	200
54. Marco Pugliese / Clara Campàs, <i>Neurotec / Advancell Therapeutics</i>	203
55. Jordi Naval, <i>Anaxomics</i> y <i>Fundació Escola d'Emprenedors</i>	207
56. Albert G. Zamora, <i>Bionure</i>	211
57. Alfons Hidalgo, <i>Infinitec Activos</i>	215
Para acabar, el ADN del emprendedor	
y las mejores frases del libro, en un tweet	219
Epílogo , por Martin Varsavsky	225

Prólogo

Cuando Mar Galtés me pidió que escribiese un prólogo para su libro sobre cincuenta y tantas historias de emprendedores tardé pocos minutos en comprometerme. No suelo ser tan rápido con compromisos que me van a dar más trabajo del que yo tengo. Acostumbro a reflexionar un poco sobre ventajas y oportunidades, riesgos y beneficios. Me gusta comprometerme, pero tras un cierto conocimiento de las causas a las que me comprometo. Por alguna razón que sinceramente desconozco, en este caso ha sido distinto y creo que tras analizarlo un poco puedo decir que me pasaron dos ideas por la cabeza —rotundas ellas dos— y acepté en pocos minutos. Se trataba de una reacción intuitiva al tema del libro y a su autora.

La primera idea que emergió fue simple; de hecho fue una conexión de ideas: emprender, emprendedores, empresa... ¿qué otra cosa nos va a sacar de nuestra crisis si no es la capacidad de emprender? Así pues, creo que rápidamente conecté las siguientes palabras y conceptos: empresa, emprendedor, compartir historias de éxito, inspirar, animar a invertir, invertir, crear, iniciar, celebrar, valorar, reconocer, desarrollar, abonar, crecer... En definitiva: un mundo que mejora.

Con los periódicos llenos de dudas y amenazas apocalípticas, de escenarios oscuros y de política de guerra y de guerrilla, creo sinceramente que reflexionar sobre la capacidad de emprender de un país es algo que merece siempre de gran atención, y en estos momentos de penuria para muchos, aún lo es más. Poco me preocupa si la reflexión es académica, práctica, algo novelada, estadística o voluntarista, lo importante para mí es que la capacidad de emprender se sitúe en el lugar que se merece y este libro contribuirá sin duda a ello.

Leer biografías de grandes líderes no hace al joven estadista más grande automáticamente, sin embargo, sí le ayuda a establecer un marco de referencia, una idea sobre las experiencias vividas por otros, un espejo inspirador. Tal vez es ahí donde la idea de este relato cobró súbitamente una gran importancia. Pequeñas inspiraciones pueden dar lugar a grandes iniciativas. Esto basta.

Hay muchas maneras de resumirlo. Un profesor de una de las grandes escuelas de negocios americanas lo sintetizaba así: « [...] a largo plazo, no hay ninguna variable que se correlacione más con la creación de empleo que la de los beneficios empresariales». Y aunque los beneficios no solo se correlacionan con la capacidad de emprender, sin emprendedor y su energía no hay empresa, y sin ella no hay beneficios. Hagan ustedes mismos la relación.

El paro en nuestro país asedia peligrosamente la salud de nuestra sociedad. Nuestros jóvenes, que hasta hace unos años proclamaban mayoritariamente los beneficios de ser funcionario, ven hoy la actual crisis como una primera alarma del sistema. Afortunadamente, aparecen ya los signos que manifiestan que la única manera de sobrevivir es **ESPABILARSE** —lo siento pero me ha salido así, con mayúsculas—.

El resumen de esta primera idea es fácil: emprender me parece positivo y necesario, y sin emprendedores el mundo no avanza. Creo firmemente que el emprendedor no está suficientemente reconocido en nuestra sociedad y bastaría con la mitad del reconocimiento que tiene un futbolista o un cantante.

La segunda idea fue para la escritora. A pesar de haber compartido un viaje y algunas comidas, conozco poco a Mar personalmente, pero yo diría que he leído cientos de sus artículos.

Me gusta su manera de narrar y me impresiona también su capacidad de adentrarse en los personajes. Cada periodista tiene su mano, algo que también solemos decir de cada diseñador en el mundo de la moda. Es una manera de hablar de esa extraña combinación entre arte y ciencia, entre razón, intuición e instinto. Por los años que lleva en el periodismo de este país y a pesar de su juventud, Mar debe haber escrito miles de notas, artículos y narraciones, pero con unos cuantos leídos ya llegué a la conclusión de que se trataba de una buena periodista y aunque «ahora no toca» me permito decir que creo que a este país también le haría falta una gran dosis de buen periodismo para poder avanzar y salir del embrollo en el que nos encontramos. Periodismo desligado del interés económico sin escrúpulos (ya sé que no se puede desligar del interés económico —hablaba de escrúpulos—) y despolitizado, periodismo realmente curioso y que aunque necesariamente tome partido para relatar lo noticiable, no lo haga solo para perjudicar al contrario, sino fundamentalmente para defender al propio. Ese periodismo que tanto escasea.

Comentando el proyecto de este libro con un amigo me decía que hace unos años participó en un proyecto que reflejaba a los líderes digitales del momento. Pasados casi diez años, prácticamente casi ninguno de los protagonistas aparece hoy en la lista de líderes de la actualidad. Será interesante que Mar repita el ejercicio y narre la evolución de las aventuras de hoy con el paso de los años. El tiempo nos suele dar una perspectiva diferente de los proyectos, logros y fracasos. La variable tiempo cambia cualquier análisis económico, cualquier inversión. Es una variable que tendemos a infravalorar al querer hacer una buena foto del momento pero a la que, sin duda alguna, el caer de las décadas o de los días afectará. Saber distinguir el por qué unas aventuras continúan bien, mientras otras acaban mal, sería material para otro o varios libros. En este sentido,

cada historia de las que siguen debe pasarse por el tamiz del tiempo, para que adquiriera verdadero valor.

Una última reflexión con la que dejo al lector es de naturaleza geográfica o geoeconómica. Un alto porcentaje de las aventuras descritas en este libro suceden o se inician en Catalunya, con emprendedores nacidos o acogidos en estas tierras. La región mediterránea fue y es de gran importancia geoestratégica y lo será para nuestro futuro. Algunas historias de las que a continuación se narran serán más locales y otras devendrán globales, pero todas ellas tienen raíces aquí. No creo que Mar haya querido hacer estadística o sesgar lo que pasa en España. La redacción de un periódico barcelonés recoge más a menudo lo que tiene cerca que lo que está a cientos o miles de kilómetros de distancia, pero no erraría mucho si dijese que este mismo libro sería mucho más difícil de escribir en otras regiones europeas o españolas con, probablemente y sin temor a equivocarme, menor actividad emprendedora. Creo que tenemos que felicitarnos por la diversidad temática, creatividad y calidad de nuestro espíritu emprendedor y este libro es una buena muestra de ello. Otro tema es si la cantidad es suficiente.

Tal vez sea la adversidad a la que nos ha sometido la historia, o la estirpe o quizá una mera casualidad —creo muy poco en la casualidad— pero lo que no puede soslayarse es que Catalunya es y ha sido una buena cuna de emprendedores. Sin ir más lejos, mi padre, emprendedor donde los haya y pequeño empresario ya jubilado, arrancó desde el hambre de un orfanato de la postguerra y como él miles de emprendedores sacaron al país de un profundo y oscuro valle. Solo si seguimos siendo hambrientos y creativos podremos salir adelante en un mundo en el que el viento no nos sopla, ni nos va a soplar a favor en mucho tiempo. Quizá no estemos tan lejos de interiorizar el *stay hungry, stay foolish* que nos recuerda Steve Jobs y Mar, unas páginas más adelante, en su introducción.

Si pudiese añadir un capítulo más a este libro, le propondría a la autora dedicarlo a las aventuras que acabaron mal. Creo que de las quiebras se aprende todavía más que de los éxitos —lo digo por experiencia— y la lista de aventureros fracasados es mucho más larga que la de los triunfantes. Nuestra cultura tiende tristemente a ocultar los fracasos y ensalzar los éxitos mas allá de lo merecedero y debemos aprender que sin la caída no hay recuperación posible. Es cierto que criticamos bien y mucho, pero no me refería a eso. Creo que no tenemos una buena pedagogía del error como fuente de aprendizaje. Desde la escuela estamos entrenados a no fallar. ¿No deberíamos entrenar a nuestros hijos a fallar mucho y a menudo para aprender más y más rápido? No es tarea fácil, me consta.

No me cabe ninguna duda que la capacidad de sufrir, la de errar y la de recuperarse están en la fórmula magistral de la mayoría de las historias que siguen. Tal vez sea el estímulo obligado de esas capacidades la única razón por la cual pienso que los tiempos que vivimos son, en el fondo, buenos tiempos.

Manel Adell, *CEO de Desigual*

Introducción

Emprender está de moda. Pero, ¿qué significa exactamente emprender? ¿Quiénes son, qué tienen en común, los que se hacen llamar emprendedores? Y, ¿por qué están ahora de moda?

En un contexto económico posteufrórico, de crisis financiera y también de crisis de sistemas productivos, de sistemas educativos, de crisis estructural, de crisis de valores —en momentos de indignación— parece que está en manos de los emprendedores —o se espera de ellos— la capacidad y la posibilidad de cambiar muchas cosas, de cambiar... ¿el mundo? «Lo que el mundo pide a gritos a los emprendedores es liderazgo en el cambio, y eso es difícil», analiza el emprendedor Carlos Barrabés —iy lo dice en Twitter: el cambio es real!—.

Muchos consideran que ser emprendedor es una actitud que se lleva dentro —esa que un gurú apreciaba en la manera de subir las escaleras: está el que quiere llegar arriba enseguida, sin importarle la altura de los peldaños, y que los sube con garbo, y si puede, de dos en dos; y están también los que arrastran los pies, como llevando el peso del mundo en una mochila: esos probablemente no sean los emprendedores—.

Pero, ¿qué es ser emprendedor? La sabiduría popular dice que emprendedor o emprendedora es aquella persona que se enfrenta con resolución a acciones difíciles. Es decir, uno puede ser emprendedor en su vida, en sus vacaciones, en la empresa en la que es empleado, o en la empresa que ha creado. A continuación siguen unas decenas de historias de emprendedores.

De qué va este libro

Este es un libro de aventuras. De grandes ideas y de pequeñas empresas, y de pequeñas ideas y grandes empresas. Globales o locales, pero ambiciosas. Son solo algunas de las muchísimas historias que llegan a la redacción de un diario. No son los más guapos, ni los más listos, no están todos los que son. Son un puñado de ejemplos, son historias que han sido noticia, que tienen una chispa que las hace merecedoras del interés de los lectores. Que transmiten el valor del riesgo, del esfuerzo, del compromiso y de la ilusión por sacar adelante un proyecto. Y compartir estos valores, estas aventuras, es un gesto que pretende inspirar, transmitir un mensaje de «¡tú también puedes!» Un mensaje que ayude al lector a descubrir el emprendedor que muchas personas, aparentemente corrientes, llevan dentro.

El emprendedor o la emprendedora y el emprendimiento –entendido como la acción de emprender– en general

Emprendedores los ha habido desde el principio de los tiempos. Lo que ha cambiado con el siglo XXI, lo que sí hace distinto el actual momento de emprendimiento, es la tecnología: porque ha eliminado muchas barreras de entrada y ha generado millones de nuevas necesidades y posibilidades de negocio por descubrir. Porque ahora, cualquiera que tenga un ordenador y una idea también puede lanzarse a emprender.

Para hablar de emprendimiento no existen fórmulas matemáticas, ni soluciones infalibles. Cada experiencia, cada aventura de cada emprendedor para sacar adelante su empresa, es diferente, y es la que cuenta.

Las historias de este libro son todas historias reales y desmontan tópicos: para ser emprendedor no hay que ser joven, no hay que ser rico, no hay que haber heredado una empresa. Es verdad que se puede ser emprendedor siendo joven, siendo rico, o partiendo de una empresa familiar, claro que sí. Pero también se puede emprender a una edad madura, empezando desde cero, incluso después de arruinarse. Y se puede ser emprendedor en el nuevo mundo de la tecnología, y también en los sectores de siempre.

Los emprendedores tienen sus aforismos que les definen, de los que me quedo con dos:

- ▶ los más grandes, algún día también fueron pequeños, y
- ▶ no pasa nada por fracasar, lo importante es volver a levantarse.

En un contexto económico deprimido se considera que los emprendedores, abordando nuevos proyectos, son la solución a los problemas que tienen muchas empresas para adaptarse a los nuevos tiempos, la solución para acabar con los altos índices de paro: para que los desempleados tengan el aliciente de convertirse en sus propios empleadores, en emprendedores, y que además acaben creando más empleo.

El Eurobarómetro de la Comisión Europea publicado en mayo 2011 sobre la movilidad de la juventud —la muestra considera juventud entre los 15 y los 35 años— sorprende agradablemente con el dato de que más de la mitad (un 54%) de los jóvenes españoles se declaran dispuestos a fundar su propio negocio. Una cifra que está por encima de países como Francia, Reino Unido o Alemania. Es un dato esperanzador, teniendo en cuenta que en España uno de cada tres jóvenes —entre 16 y 29 años— está en estos momentos (junio de 2011) en la cola del paro. Es en este contexto bastante menos amable, cuando gana

valor el lema: «Si no encuentras trabajo, invéntatelo». O lo que es lo mismo, hazte emprendedor.

El abuso del término emprendedor

Una consideración: en el ambiente empresarial, la etiqueta de emprendedor puede resultar vacía si no se acompaña de muchas otras condiciones necesarias. No basta una idea brillante, sino que hace falta un buen plan de negocio y el aval del mercado, de los clientes. Ser emprendedor no es tener una *idea de bombero*, sino saber convertirla en un buen negocio. Y como en tantas otras cosas en la vida, hay emprendedores sólidos y otros que se quedan por el camino —y otros que no pasan de *frikis*—. Por eso también se entiende que tanto mitificar y tanta euforia emprendedora, genere reacciones. Como el *tweet* que lanzó el provocador y creativo Risto Mejide: «Odio el término “emprendedor”. Me suena a alguien que pilla el petate y se va. El que se queda en este país, es mucho más “aguantador”». Quizás sea solo un matiz en la utilización del léxico, pero aquí queda.

Historias de La Vanguardia

Las historias de este libro se han construido a partir de artículos publicados en las páginas de la sección de Economía de La Vanguardia, luego adaptados y actualizados. Esto significa que se ha considerado que tienen interés para los lectores, pero en ningún momento la autora ha hecho una auditoría de estas empresas, ni tampoco pretende aconsejar si invertir o no en ellas.

Emprender con pasión

Steve Jobs, el célebre fundador de Apple, pronunció un histórico discurso en la ceremonia de graduación en la Universidad de Stanford en mayo de 2005, que se ha convertido en un texto de cabecera para todos aquellos a quienes les vibra el estómago cuando escuchan la palabra emprendedor. Seguro que no por conocidas dejan de resultar emocionantes, motivadoras sus palabras:

Tenéis que encontrar qué es lo que amáis. Y esto vale tanto para vuestro trabajo como para vuestros amantes. El trabajo va a llenar gran parte de vuestra vida, y la única forma de estar realmente satisfecho es hacer lo que consideréis un trabajo genial. Y la única forma de tener un trabajo genial es amar lo que hagáis. Si aún no lo habéis encontrado seguid buscando. No os conforméis. Como en todo lo que tiene que ver con el corazón, lo sabréis cuando lo hayáis encontrado. Y como en todas las relaciones geniales, las cosas mejoran y mejoran según pasan los años. Así que seguid buscando hasta que lo encontréis. No os conforméis.

Y su frase final, una declaración de intenciones válida para la empresa, también para la vida. Si no se tiene avidez por el conocimiento, no se conocerá el éxito:

Stay hungry, stay foolish
(Permaneced hambrientos, permaneced insensatos)