



Ricardo Fisas

FUNDADOR DE NATURA BISSÉ

> Usted fundó Natura Bissé casi por necesidad y a los cincuenta años, al cerrar la empresa en la que trabajaba. ¿Sintió vértigo al enfrentarse a esta situación, en un contexto de crisis como el de finales de los setenta?

En primer lugar, tuve una sensación de fracaso absoluto. Después de toda una vida trabajando en empresas tan importantes como Wrigley y tras haber dedicado mis últimos años a la investigación sobre los aminoácidos en los piensos animales... a los cincuenta años, estaba en el paro. Juré a mi esposa que nunca más trabajaría para otros y ella lo vivió como un salto al vacío. Entonces sentí vértigo, porque realmente el futuro pintaba muy negro.

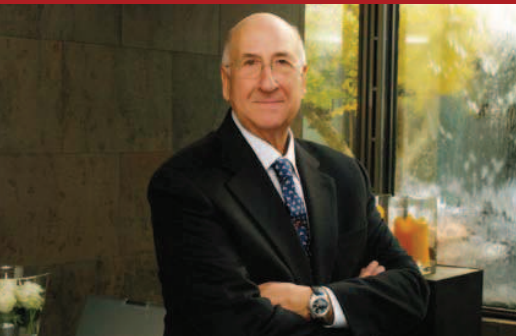
Cabe decir que emprendía el camino con un as en la manga: un descubrimiento que había hecho por casualidad. Y le salió bien.

Natura Bissé nació de una constatación: todos los empleados de la empresa de piensos animales tenían las manos muy finas. Era evidente que aquellos productos poseían propiedades cosméticas. Busqué un médico dermatólogo y un químico cosmético y empezó el ensayo, con una muestra de quinientas personas. En seis meses, teníamos los resultados definitivos... y eran excelentes. Corría el año 1979 y se empezaba a hablar de los beneficios del colágeno sobre la piel, pero no se lograba su absorción en forma proteica. Nosotros rompimos la cadena de los aminoácidos para que su peso molecular fuese bajo y pudiesen ser absorbidos por la piel.

Era un proyecto arriesgado, apenas salieron al mercado con cinco cremas... ¿Cree que tuvo suerte?

Yo no tenía ni idea de cosmética, pero conté con la inestimable ayuda de mi mujer, que fue la directora comercial para España y la persona que se ganó el mercado. Compartimos el capital con el médico y el dermatólogo, y creamos una especie de cooperativa: éramos trabajadores y empresarios al mismo tiempo. Fuimos unos *outsiders*, a nadie se le ocurría salir al mercado con cinco cremas, pero sabíamos que el producto era muy bueno; estábamos seguros de nosotros mismos. Por cada lote de cinco cremas, decidimos regalar cinco más y nos plantamos directamente en los salones de belleza. El éxito fue rotundo.

"A MENUDO ME FELICITAN POR LA TRAYECTORIA DE LA EMPRESA, PERO YO SIEMPRE DIGO QUE EL SECRETO ES EL EQUIPO"



A LOS OCHENTA AÑOS, RICARDO FISAS NOS CONCEDE ESTA ENTREVISTA CUANDO ESTÁ A PUNTO DE EMPRENDER UN VIAJE A ALEMANIA MONTADO EN SU HARLEY DAVIDSON, PASIÓN QUE CULTIVA DESDE HACE APENAS DOS DÉCADAS. "ME COMPRÉ UNA BICICLETA PORQUE PENSÉ QUE NECESITABA HACER DEPORTE Y AL TERCER DÍA NOTÉ QUE LE FALTABA UN MOTOR. AHÍ NACIÓ MI AFICIÓN POR LAS MOTOS". Y NO ES LA ÚNICA: APARTE DE SEGUIR SIENDO EL PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE NATURA BISSÉ, RICARDO FISAS HA ESCRITO UN LIBRO (PINCELADAS DE UNA VIDA, EDITADO EN CASTELLANO E INGLÉS Y A PUNTO DE TRADUCIRSE AL RUSO), CULTIVA LOS CONTENIDOS DE UN BLOG Y SE HA CONVERTIDO EN UN EXPERTO CONFERENCIANTE. REBOSA TANTA VITALIDAD QUE, TRAS UNA CONVERSACIÓN CON ÉL, UNO TIENE LA SENSACIÓN DE HABER CONOCIDO A ALGUIEN MUY ESPECIAL.

“CUALQUIER PROYECTO EMPRESARIAL DEBE NACER PARA BUSCAR SOLUCIONES”

¿Natura Bissé ha crecido gracias a las esteticistas?

Apostaron fuertemente por nuestra marca y, por ello, nos mantenemos fieles. Aún hoy, seguimos sin estar en El Corte Inglés, aunque nuestro producto se vende en Harrods o en la Quinta Avenida de Nueva York. Únicamente nos hemos abierto hacia los establecimientos de perfumería, gracias a una fuerte campaña publicitaria protagonizada por Judith Mascó durante cuatro años.

¿Por qué triunfó antes en los mercados exteriores?

En 1985, intenté trasladar al mercado americano la misma fórmula que nos había hecho crecer en España. El fracaso fue estrepitoso: en Estados Unidos, no existen los salones de belleza. Perdimos tanto dinero que juré no regresar nunca más... pero al cabo de cinco años, lo volvimos a intentar, enfocando esta vez nuestra estrategia hacia los grandes almacenes de lujo. Acertamos plenamente y, de manera casi automática, nuestra marca empezó a sonar en todo el mundo... excepto en España.

Tres décadas después de su nacimiento, Natura Bissé es una de las empresas cosméticas más reconocidas a nivel internacional. ¿Cómo ve ahora, desde la perspectiva, este recorrido?

Hace seis años, una empresa multinacional quiso comprar nuestra empresa. La principal razón que arguyó era el capital humano. Éste es uno de nuestros principales activos, tenemos los mejores profesionales para conducir la empresa, además de un producto cosmético imbatible, una marca consolidada en todo el mundo y un negocio rentable y financieramente sólido.

Una pyme barcelonesa se codea hoy con mitos como Estée Lauder o Dior. ¿Cuál ha sido el secreto?

A menudo me felicitan por la empresa, pero yo siempre digo que el secreto es el equipo con el que empezamos y con el que continuamos actualmente, al cual se han incorporado mis cuatro hijos y dos yernos. Me he rodeado de personas más inteligentes que yo y esto ha facilitado mucho el relevo generacional.

¿Ha habido momentos difíciles en este recorrido?

Sí, en 2006, cuando tratamos de comprar la parte de la empresa que seguía estando en manos de accionistas minoritarios. Las negociaciones fueron complicadas, pero al final se alcanzó un acuerdo bueno para todos y actualmente la familia Fisas es propietaria casi al 100%.

Su esposa y sus hijos han sido pilares fundamentales de su trayectoria profesional. Sin embargo, la empresa familiar se enfrenta también a numerosos riesgos. ¿Cuáles son las claves para triunfar teniendo a la familia en casa y en el despacho?

Hay que diferenciar claramente los ámbitos profesional y privado. Mi esposa y yo hemos trabajado durante treinta años juntos y jamás hemos tenido ningún problema. Pero la familia crece y, por ello, establecimos un protocolo familiar que garantiza que, en lo sucesivo, los relevos generacionales se hagan correctamente.

Por ejemplo, ¿qué aspectos regula este protocolo?

Uno de los más importantes es el siguiente: no por el hecho de pertenecer a la familia Fisas, cualquier miembro puede trabajar en Natura Bissé. Antes tendrá que demostrar su valía.

¿Por qué, una vez consolidado su imperio familiar, decidió emprender una aventura como la Fundación Ricardo Fisas?

Cuando me jubilé, mi mujer y yo pensamos que debíamos revertir una parte de nuestras ganancias en ayudar a otras mujeres, a través de microcréditos. Con la ayuda de la organización ProMujer, en Bolivia, mil familias se han beneficiado hasta hoy de aportaciones que suman un millón de dólares.

En un contexto de crisis económica y desorientación social, ¿qué recetas aplicaría si quisiera volver a crear una empresa?

Lo primero es detectar un problema o una necesidad. Cualquier proyecto empresarial debe nacer para buscar soluciones. El siguiente paso, ineludible, es establecer un *business plan* y procurar que sea revisado por una mente femenina, mucho más pragmática que la de los hombres. No en vano, el 90% de nuestra plantilla está formada, a todos los niveles, por mujeres. Antes de lanzarnos definitivamente, hagamos un *test market*, pequeñas pruebas en un sector o en una zona, que nos permitan corregir defectos. Y, sobre todo, rodeémonos de un equipo correcto y mantengamos la constancia en la adversidad.

¿Es fácil ser emprendedor en nuestro país?

Lo difícil es encontrar personas emprendedoras... Si tuviéramos las facilidades que ofrecen países como Estados Unidos, quizá lograríamos vencer la mentalidad opositora de nuestros jóvenes.