

Aconseguir l'èxit sense passar per la universitat

Triomfar sense carrera

Per a les empreses *head hunters* o caçadores de dirigents d'empresa, el títol universitari és una condició bàsica per a atènyer aquells llocs de treball-trampolí que permeten agafar impuls i saltar a l'èxit, al triomf. Però n'hi ha molts que triomfen sense títol.

Benetton, el color de l'èxit és el títol de l'autobiografia que el conegudíssim dissenyador i botiguer italià va llançar al mercat a final de l'any passat.

És la història d'un triomfador que s'ha fet ell mateix, un triomfador que no ha passat per la universitat. Igual que la de Benetton, les històries de tots els que han triomfat sense passar per la universitat tenen prou base per a esdevenir guions de cinema: dosi de sofriment, de lluita aferrissada, de tenacitat, de gosadia. Primer jugar amb la mala sort, després amb la bona o almenys, millor.

Igual que Benetton, els quatre retrats que presentem podrien escriure les pròpies memòries. Igual que Benetton, creuen que el triomf que ells han aconseguit és real, però relatiu i que el que poden explicar potser serà útil als que es preparen ara per a triomfar.

ANDREU COSTAFREDA,
EL REI DEL BOLLYCAO

Andreu Costafreda i Montoliu, de vuitanta-dos anys i president de Donut i Panrico, és un dels exemples més clars d'allò que s'anomena un *selfmade man*. La seva trajectòria vital i professional (origen humil, la mort del pare en circumstàncies tràgiques, l'aprenentatge de l'ofici de moliner a Balldellou, a la Franja de Ponent) podria representar-se gràficament amb una línia ascendent amb algun sotrac als inicis, però que a partir de l'última inflexió ha estat imparable. Encara que ell diu que no dóna cap importància als diners, no tothom pot dir que dirigeix un grup d'empreses que gira



Andreu Costafreda. Donuts i Panrico són els seus poders.

JOHDI MOHERA

50.000 milions de pessetes.

De petit, l'educació que va rebre Andreu Costafreda va ser sobretot de tipus moral. La seva àvia materna, Maria Zufferri, va ser qui li va inculcar el principi "treballar o morir".

Des de jove un seguit del que ell anomena "lectures estimulants" (Marden, Carnegie, Morris) van conformant el pensament d'un home eminentment pragmàtic, però de conviccions profundes. L'obstinació pel treball i la seva empena han estat la causa de l'evolució de Costafreda en el món de l'empresa i, per tant, del seu triomf.

De jove va ser la seva tenacitat per aprendre l'ofici de moliner i després de pastisser. Un cop a Barcelona i acabada la guerra, el seu punt de mira va ser l'activitat gremialista, els esforços per superar un context força hostil en el sector de la pastisseria, protagonitzat per les car-

tes de racionament i les dificultats quant a importacions de farina.

El pa que feien els forners aleshores era de baixa qualitat perquè les farines del país eren pobres i difícils d'aconseguir. Per poder sobreviure els forners van veure que s'havien d'associar. Costafreda va impulsar decisivament entitats com la Companyia Auxiliar de Panificació (CAPSA), la Mutual Flequera i la Clínica de Sant Honorat.

Als anys seixanta el sector de la pastisseria, que veu com el públic va consumint cada vegada menys pa perquè hi ha més possibilitats d'arribar a una dieta més variada, se les ha d'empescar per tirar endavant.

L'enginyeria de la farina també implica l'enginyeria

dels seus derivats: s'investiga en substàncies que permetin la producció i conservació a gran escala de pastisseria industrial. Paral·lelament, aquest procés duu Costafreda a obrir-se als Estats Units.

En el seu primer viatge al EUA, Costafreda descobreix unes pastes rodones amb un forat al mig, els donuts. Hi veu futur i, juntament amb la Donut Corporation of America, crea una societat al 50% i comença la *donutització* del país per Barcelona. Amb la seva gestió, Costafreda ha aconseguit que a la península, el consum de donuts sigui 3,5 vegades més gran que no als Estats Units.

Malgrat la seva activitat, l'Andreu Costafreda d'avui és, més que un empresari, un col·leccionista de records. Però està al dia: entre rialles confessa que coneix el doble significat de la paraula "bollycao" "els meus néts m'ho han comentat



Pilar Mijangos, mestressa de ZAS. JORDI MOREIRA

alguna vegada, ho trobo simpàtic... i demostra alguna cosa més que allò de la confiança del consumidor".

PILAR MIJANGOS, VENDRE MODA COM A ESPECTACLE

Pilar Mijangos, propietària de les botigues ZAS de Barcelona, és una triomfadora "collita vuitanta". La seva no és pas una història gaire llarga: fins fa dos mesos, a les bosses de la seva botiga que la gent passejava per Barcelona es podia llegir la inscripció "Ten Years. La meua vida. 1981-1991".

Ara fa onze anys, una Pilar Mijangos de 31 anys, casada i amb un fill de quatre, decideix de posar en solfa un grapat d'idees innovadores i fer-se un lloc en el món de la moda. "Abans, la gent estava identificada amb l'establiment on anava a comprar-se la roba. Compraves a Can Comella, per exemple, i el que feies no era tant comprar un Lacoste com anar a Can Comella a esperar que t'atenguessin amb un Déu-vos-guard-què-desitja. Jo vaig voler canviar el concepte: no es tracta d'entrar i demanar un "polo verd" sinó sentir-te provocat per allò que veus, tenir-ho tot a l'abast i escollir amb imaginació el que més t'agradi. Els dependents, la música ambiental ho acaben d'arrodonir: la sensació que s'ha de tenir és que la botiga respira vida".

Aquest esperit comercial no va sorgir del no-res.

Pilar Mijangos tenia antecedents fami-

liars i també alguns intents d'empresa comercial de joventut: als 21 anys va fundar amb son germà el "Mercadillo de Balmes" i més tard "El Mercadillo de la Portaferriosa".

Dels seus començaments, Pilar Mijangos té present, sobretot, els que van ajudar-la "Fernando Amat, de Vinçon, em va oferir el local de la meua primera botiga. A banda d'aquesta col·laboració i de l'ajuda del meu marit i de Xavier Mariscal, vaig haver de convèncer els proveïdors i els bancs. Els inicis van ser duríssims. No haver fet una carrera universitària té un problema: la base, te l'has d'anar improvisant".

Després de la presentació de Zas a la ciutat. Fura dels Baus inclosa, la premsa va començar a parlar d'innovació. Els resultats no van arribar fins tres anys després.

I l'expansió no ve fins que a Barcelona

llen creat un estil i trobo gratificant que altres s'hi hagin apuntat... Veure com funciona la imaginació dels nostres competidors és d'allò més divertit".

LLUÍS RODERO. IMMORALITZAR L'ORFEBRE CELLINI

Lluís Roderó Simon, fill de Pedrosa de Duero, a Burgos, va arribar a Barcelona als 19 anys, acabat de llicenciar del servei militar. Va treballar d'administratiu durant tretze anys, els vuit darrers a Ford Motor Ibèrica. L'encontre amb el comerç, i amb el sector de la joieria, decoració, i el que s'anomena món sumptuari, va ser casual. "Era un món que m'atreia, vaig voler conèixer-lo i em va encantar la comercialització". Roderó va començar al 1964 "Amb 400.000 pesetes que em van deixar al Banc Central. Els vaig haver de vendre la idea i tot i



Lluís Roderó, amo de les botigues Cellini. JORDI MOREIRA

li agafen les febres olímpiques. "Quan la ciutat va ser nominada seu del 92, se'ns va demanar, als empresaris, que col·laboréssim en el creixement general bo i creixent nosaltres". Pilar Mijangos, de bracet amb Enric Vives, conquereix el Boulevard Rosa. Després, la inauguració Tzazou, la seu de la top line de Zas amb marques com Moschino, Paul Smith, Toni Miró...

Pilar Mijangos escolta atentament quan li parlen. Obre més els ulls i, somrient, satisfeta, diu: "No he triomfat.

que el projecte no era gaire ambiciós, van creure-hi".

Així, Roderó va obrir la seva primera botiga, un establiment de vuitanta metres quadrats al carrer de Ginebra de Barcelona. "Durant tot el primer any no vaig dormir. L'angoixa d'haver de tornar el préstec era molt gran. Treballava 26 hores diàries". Al cap d'un any va poder tornar els diners i en 1967 va obrir la segona botiga amb dos socis. Aquesta botiga ja tenia 300 metres quadrats i 30 persones.

Les coses li van prou bé, a Lluís Roderó, perquè en 1969 absorbeixi els dos socis i esdevingui l'únic propietari.

La botiga es va ampliar i en van venir tres més: al 1971, 1977 i 1984.

Avui, un dia qualsevol, el pots veure feinejant: rep representants, clients, atén factures al despatx. Un despatx on Roderó té exposades una col·lecció de plaques i diplomes commemoratius (del RCD Espanol, dels companys de la Legión, on va fer la mili, d'una subhasta que va fer la SER per ajudar un nen asturià que havia d'operar-se als Estats Units) i fotografies: en una, Roderó saludant Franco i, a sota, Roderó saludant Juan Carlos I.

Despatx i botiga estan com una patena: hi ha la cura necessària perquè tot, tant si és or com si no ho és, llueixi. Lluís Roderó és igualment escrupolós amb ell mateix: un exemple és el retall impecable del seu bigotí.

A Roderó, li va caure a les mans, de jove, un llibre biogràfic sobre Benvenuto Cellini, un cèlebre escultor i orfebre florentí del Renaixement. Tal com ell explica "Cellini, a diferència d'altres artistes contemporanis seus com Leonardo, va ser un contestatari tota la vida i pels seus enfrontaments amb els Borja va anar a la presó". Roderó, va decidir de posar el seu nom al seu negoci.

"He arribat on sóc perquè el comerç només té un secret, ser-hi, estar-hi a sobre. I encara que es diu que en aquest sector no es tenen gaires entranyes, el més important és de donar un bon servei, bona relació preu-qualitat i l'honestat, que és fonamental. El públic no està gaire avesat a la veritat, se sent sobretot enganyat; per això si un venedor actua honestament, el client acaba confiant-hi".

Roderó considera que la clau del seu èxit és d'haver-se guanyat la confiança del client: "Faig més vendes per telèfon que directament; molts clients em truquen i em diuen: 'Haig de fer un regal de tantes pessetes, tu mateix'".

LLORENÇ SANTAMARIA, TRIOMFAR I NO TRIOMFAR

Llorenç Santamaria no és el triomfador ascendent, de perfils delimitats i clars, amb un objectiu únic i una sola línia. Ha patit l'èxit, que ara va i ara ve, a costa d'alguna úlcera a l'estómac, o potser més exactament, al cor. "No sé si la gent que es dedica a la música o a l'art com jo tenen les lluites, els dubtes i les insatisfac-



Llorenç Santamaria, l'èxit no sempre.

JORJI MORERA

cions que jo he tingut. He patit i encara pateixo, però és culpa meua". Voler actuar estant plenament d'acord amb un mateix té aquestes servituds; provoca incomoditat.

El Llorenç Santamaria que gràcies al fet de presentar *Èxit* a TV3 va poder normalitzar el "Lorenzo" o "Lorenzo" que l'havia fet famós amb el *Para que no me olvides*, confessa que aconseguir diners i fama amb una cosa que no el convenia, el va fer sentir-se frustrat. "Quan, a l'any 1975 va sortir aquesta cançó, va agradar a tothom. Vaig anar fent *bolos* com un desgraciat per tot l'estat espanyol... vaig fer duros, però no era gaire feliç; allò no era el que jo volia. No sé per què però tot i això no vaig tenir collons de dir no. Jo volia cantar com el Jim Morrison, el Ray Charles...".

Llorenç Santamaria, que va ser inscrit en nàixer Llorenç Rosselló i Horrach al 1945 a Santa Maria (Mallorca), va començar amb tot això de la música als seus anys de *teenager*, quan, treballant com a representant d'una casa de discos a Palma, es va fer amic d'un dependent d'una botiga que tocava la bateria.

A partir d'aquest moment, va començar a viure la música: "En plegar de la feina assajava amb un grup del poble on tocaven uns cosins meus i m'agradava... però vaig començar a arribar tard als assajos perquè m'entretenia amb alguna noia a Palma i em van fotre a fora. Aquest menyspreu va fer que m'ho agafés com una cosa personal i seriosa". Un dels

grups amb què va tocar va ser Z-66.

Però aviat les companyies discogràfiques el van convèncer que l'èxit de veritat era cantar en solitari i en castellà. "Jo no volia lluitar perquè no tenia recursos econòmics. A les Illes, la cançó catalana no funcionava, amb prou feines se sabia alguna cosa de la Nova Cançó... Jo tampoc n'era gaire conscient".

Després dels primers èxits van venir els fracassos: va acabar venent tot el que tenia a Mallorca i se'n va anar Madrid fins que Francesc Bellmunt el va cridar per rodar *Pà d'àngel*. "Un dia vaig parar a Castelldefels. Era el mes de setembre i hi havia uns colors, una llum... Vaig dir-me ¿què hi faig a Madrid, jo? Sempre estic refredat, aquell clima... I jo sóc mediterrani, ¡collons!". I ho diu convençut, emocionat, obrint els ulls i movent els braços.

Diu que només s'ha sentit artista en dos elepés; l'un va ser *Quiero ser una estrella del rock'n'roll*, del 1978 i l'altre *Entre cella i cella*, del 1983.

Llorenç Santamaria, que viu actualment amb l'actriu Núria Hosta, riu quan li preguntem si se sent triomfador per aquest fet: "No ho sé. La història va ser d'allò més vulgar, perquè ens vam conèixer, ens vam enamorar i vam veure que hi havia un rotllo maco. Res més. Coincidim en aquest sentiment d'haver fet coses de què no estàvem convençuts".

Xènia Bussé