

Les empreses Mago van iniciar la seva activitat a Barcelona ja fa 52 anys: "El negoci va ser fundat pel meu sogre, Miquel Martínez-Cantullera, i el seu germà, Francisco, l'any 1947, i va néixer així la fabricació d'accessoris de cautxú per a automòbils, com ara topalls, estores, tires per absorbir l'electricitat estàtica i *silent blocks* per a motors de cotxe, entre d'altres. Érem proveïdors de marques com Seat, Renault o Ford. Jo vaig entrar a l'empresa en 1955."

En Sergi Navarro, com els seus antecessors, està molt pendent de les necessitats del mercat a l'hora d'ampliar la seva oferta, i és així com han estat capaços de passar del cautxú als prefabricats de formigó: "Fa uns 25 anys vam encetar la fabricació d'articles de jardineria. Els principis van ser durs, però actualment aquest és el fort de l'empresa." També disposen d'una àmplia oferta en "mobiliari urbà: bancs, papereres, voreres de parterres, fonts..." "Innovació" és una paraula clau en el món empresarial: "A la vida mai no deixem d'aprendre. El meu sogre era un autodidacta amb una capacitat innovadora sorprenent. Recordo clarament el moment en què va inventar els protectors de cautxú per als 600. Jo feia broma dient que tots els espanyols que adquirien aquest model d'automòbil ens pagaven un impost, perquè eren pocs els qui no optaven per dotar-lo del nostre protector, diferenciat de tota la resta. El mateix passa amb els nostres articles de jardineria, el disseny i la qualitat dels quals són difícils d'igualar." Estem parlant d'una gamma "d'uns 400 productes", que donen feina a més de 60 persones: "El nostre mètode de treball és molt ordenat. Cada empleat, en el moment d'arribar a la fàbrica, sap perfectament què ha de fer aquell dia."

El "criteri matemàtic" que regula el funcionament de can Sergi se sustenta en dos eixos, qualitat i servei, uns valors que suposen rebre encàrrecs de clients tan interessants com "el Parc de les Heures o el metro de València. Tenim fins i tot peces específiques, de sèrie, adreçades als ajuntaments, que representen el 40% de la nostra facturació." Quant a l'exportació, "nosaltres mateixos cobrim el transport dels productes a països com Alemanya o Polònia." Les xifres canten: "El 30% de la nostra producció té com a destinatari Espanya; el 50%, França, i el 20% la resta d'Europa. El 90% dels *garden centers* francesos, aproximadament, són clients nostres."

Els mateixos fa poc han inaugurat "un *garden center* de grans dimensions a Cubelles." Probablement seria difícil trobar algú més versat en aquests temes que en Sergi i els seus fills, Xavier i Ricard: "Nosaltres, entre tots els nostres clients, visitem cada any més de 1500 establiments d'aquestes característiques." Els fills del nostre convidat s'encarreguen de donar resposta als darrers reptes als quals l'empresa s'ha hagut d'enfrontar, entre ells la informàtica, "indispensable als *garden centers* per afegir als articles elements com els codis de barres." La dona del nostre entrevistat, la Carme, també col·labora en el negoci familiar, "quan té temps", mitjançant el desenvolupament de tasques administratives.

Una empresa d'aquestes característiques, però, està sotmesa a altres canvis de caràcter més natural que els que representen els ordinadors: "Fins i tot el clima ens pot fer modificar les fórmules. Disposem d'uns termòmetres que ens indiquen si hi ha molta humitat, per exemple, i llavors afegim menys aigua a la producció i a l'inrevés en cas que el dia sigui sec." Val a dir que el seu producte, "molt homogeni, està preparat per resistir les temperatures més baixes: n'hem venut grans quantitats a països com el Canadà."

Aquesta homogeneïtat, però, no és aplicable a l'aspecte exterior de la seva oferta. Per això disposen d'un "gran departament de disseny, a més del que s'encarrega de realitzar mostres en guix i altres materials de la peça final. Disposem del nostre propi taller de motlles, que parteix del taller de disseny." Reconeix que "trobar un bon artesà que treballi el material no és gens fàcil." També ens revela l'existència de "modes" en el món de la jardineria, "sobretot al mercat francès. La darrera tendència és la tornada a la peça antiga." És per fets com aquest que "un estudi previ del mercat" esdevé necessari abans d'emprendre qualsevol nou disseny. En aquest sentit, l'experiència li ha ensenyat que l'empresari "no s'ha de desanimar quan un producte no té gaire èxit de bon principi. Introduir idees noves al mercat costa molt. Per això sempre dic als meus fills que l'ideal per a qualsevol peça és no retirar-la mai del catàleg, ja que no se sap quan algú se n' enamorà." La importància d'aquest tipus de publicació és manifesta en el fet que, com destaca en Sergi, la seva edició constitueix "el 50% de les nostres despeses en publicitat."

Després de la innovació cal esmentar la necessitat de "paciència" per part de tot bon empresari. La pausada però reeixida introducció de l'empresa dels Navarro a l'estranger ho demostra: "A poc a poc, hem aconseguit estar presents en molts de països. Ho hem fet a còpia de viatjar i repartir catàlegs. Per ser coneguts en totes les regions franceses, per exemple, ens han calgut uns sis anys. Un dels nostres primers encerts va consistir a disposar d'un representant francòfon a Perpinyà amb qui es posaven en contacte els clients del país veí quan feien la primera trucada. Avui a casa nostra ja disposem de personal capacitat per respondre en francès." A més de paciència i innovació, tota empresa requereix importants dosis "d'harmonia" i de caliu humà: "Estic molt content de veure que els meus fills organitzen molts dinars amb els treballadors i mantenen una relació contínua amb els empleats de la fàbrica. Aquesta gent que lluita dia a dia movent de deu a dotze tones es mereix molt de respecte."

Abans d'acabar, no ens podem estar de comentar les inquietuds del nostre entrevistat més enllà del seu negoci i de la jubilació. Així, des de fa uns tres anys, és vicepresident de l'Associació d'Empresaris del Garraf. Tampoc passem per alt la seva implicació política, concretament a Unió Democràtica de Catalunya: "L'any 1995 vaig anar a les llistes per al Parlament català, tot un honor." Comparable al nostre, en haver-lo tingut en aquestes pàgines.



“L’ideal per a qualsevol
peça és no retirar-la mai
del catàleg, ja que
no se sap quan
algú se n’enamorarà”

Sergi Navarro - Vilanova i la Geltrú (Garraf)