



Isak Andic, fundador del Grupo Mango, durante la firma del libro de visitas IQS
[\[clicar para más resolución\]](#)



De izquierda a derecha: Dr. Arcas, Sr. Andic, Sra. Curt y Dr. Julià
[\[clicar para más resolución\]](#)



Un momento de la conferencia "Reflexiones de un empresario"
[\[clicar para más resolución\]](#)



Leno total en la Sala Multimedia
[\[clicar para más resolución\]](#)



¡Hazte fan del Facebook IQS!

¡Di me gusta!



Comunicació IQS

Dra. María Luisa Espasa
Directora de Comunicació y Màrqueting Corporatiu IQS

Ramon Balasch
Jefe de Prensa IQS

Clipmèdia Comunicació
info@clipmedia.net 93 582 01 50

ISAK ANDIC EN IQS: "AMBICIÓN Y TRABAJO"

- "Trabajar, trabajar, trabajar" y "rodearse de un buen equipo" abrieron las "reflexiones de un empresario", que desafía la crisis
- "Mi reto personal es doblar las ventas y beneficios de Mango en los próximos cuatro años"
- Lleno total de la conferencia organizada por la Fundación Empresas IQS

Barcelona, 18 de mayo de 2011.- La **Fundación Empresas IQS** [\[info\]](#), en su línea de acercar grandes referentes de la sociedad contemporánea a la comunidad IQS, invitó al fundador del **Grupo Mango**, **Isak Andic** [\[info\]](#), a impartir una conferencia con el título que ya habla por sí solo: "**Reflexiones de un empresario**".

La conferencia fue todo un éxito que completó el aforo de la Sala Multimedia con la presencia de empresarios, miembros de la Fundación, antiguos alumnos y alumnos actuales. El **Dr. Enric Julià**, director general IQS, presentó al conferenciante como la esperanza blanca de la economía de nuestro país, al resaltar su trayectoria empresarial que ha convertido la firma textil **Mango** [\[+ info\]](#) en una de las principales creadoras y distribuidoras de moda del mundo. Actualmente, **Mango** cuenta con más de 2000 tiendas en 105 países repartidas por los cinco continentes. Y su expansión continúa, día tras día, con la apertura de nuevas tiendas. Pero los éxitos de **Andic** no se centran exclusivamente en el negocio textil. En 2010 fue elegido presidente del Instituto de la Empresa Familiar y últimamente ha sido nombrado vicepresidente del Banco Sabadell.

A continuación, **Isak Andic** resumió su experiencia empresarial y personal en dos puntos: "ambición y trabajo". Dirigiéndose al respetable, evaluó la media de edad como de gente joven que pronto tendrá que dar respuesta al dilema de montar el propio negocio –lo que para muchos se ve como una pesadilla– o trabajar a sueldo. Y en este apartado aún distinguió entre el asalariado conservador y el asalariado emprendedor, que hace crecer la empresa que no es suya. "Mi opción es convencerlos de ser empresarios." Al argumento de buscar una empresa segura hay una constatación: "Existe la misma seguridad en tu empresa y en tu equipo que en las grandes empresas." Y a renglón seguido afirmó: "Comenzar de cero no es imposible. Siempre hay un nicho por descubrir. Las oportunidades están ahí. Siempre están pasando cosas y hay que estar al acecho."

En aquel punto de su intervención retomó el inicio de su intervención –"mi secreto ha sido trabajar, trabajar y trabajar" y "rodearse de un buen equipo"– y propuso abrir un diálogo con los presentes antes que recurrir al recetario de secretos de su cocina particular. "Cada cinco años hay que cambiar –iba leyendo su cuartilla–, hay que aprender de los propios errores, no hay que tener miedo ni de los errores ni de los fracasos, al contrario; uno debe analizar sus tropiezos y curtirse con las malas experiencias."

Y entonces saltó la primera pregunta: "¿Cómo se superan las crisis?" "Hay que estar siempre preparados. Y la crisis actual en Mango nos cogió con los deberes hechos. Con mejoras en publicidad, en la iconografía de la marca, con un centro logístico robotizado –que dos años atrás era lo más avanzado, ahora ya no sé–, con una salida al exterior afianzada –España es solo el 17% de la facturación de Mango–. También con renegociación de costes, como alquileres y otros, pero nunca a costa de la calidad. Cualquier merma en calidad supondría la muerte de Mango." En cuanto a la política de Responsabilidad Social Corporativa, aseguró que Mango cumple y hace cumplir todos los requisitos de calidad y de responsabilidad en las compras y rechaza de plano, incluso con visitas sorpresa, el recurso al trabajo infantil.

"Soy ambicioso y tengo hambre. Con la suerte de contar con un equipo con ambición y hambre, dije en voz alta y ahora lo repito que me comprometo a duplicar ventas y beneficios en los próximos cuatro años." Y a raíz de otra pregunta, precisó que la geografía de la crisis se circunscribe en gran medida a Grecia –"que está muy mal"–, algo menos en Portugal, menos en Irlanda y España que tiene que digerir el problema del ladrillo. "En una salida lenta de tres o cuatro años", aventuró.

A la pregunta sobre el funcionamiento de la expansión aclaró que en ningún caso se basa en socios, sino en la apertura de tiendas propias, y en la

combinación de franquicias y de corners en los grandes almacenes. "Sí que hemos priorizado dar la máxima velocidad a nuestra expansión, por ejemplo, en China, en la que ya hemos logrado invertir la proporción inicial entre compras y ventas: ahora es de un 40% frente al 60% de venta".

El alud de preguntas fue en aumento y no hubiera finalizado nunca. Se le pidió los secretos de Mango para lograr que sus más de 600 diseñadores mantengan y mejoren una línea **Mango**, que tiene su ADN visual. Por ello repasó los orígenes de Mango, desde sus hilaturas, tejidos, libros de tendencias, su shopping, sus pasarelas en Milán, París, Nueva York o Tokio. Habló de los hábitos de hombres y mujeres ante todos estos puntos. Le interrogaron sobre productividad "en España es baja, en Mango, no", sobre retención de talento "me duele cuando el talento se va de aquí; Mango se quedará en Catalunya, en España, mientras de mí dependa"; sobre e-commerce "tiene crecimientos del 100%, pero estamos hablando de tasas que no superan el 10% del global"; sobre redes sociales "mi hija me alertó que la web de Mango no se podía comparar con las de la competencia, y era cierto, y lo arreglamos; pero sobre Facebook o Twitter, escucho: es muy importante escuchar".

Para concluir, al final, que "el éxito de **Mango** es de la gente, del producto, de la distribución, del secreto de ser un modelo desde el primer día".

Al finalizar se sirvió un vino de honor, con la alegría de brindar por los éxitos de un presente que da trabajo a 10.000 personas en todo el mundo, 4.000 en España, y a otras 26.000 de manera indirecta. Gracias a la aventura de un ciudadano de Istanbul, que a los catorce años se vino a Barcelona, y aquí echó raíces y levantó este emporio.