

ESTACIÓ DE SERVEI

En primera persona /// Enric Barba

L'actual director general de la divisió B2B de Cirsa ha passat per diferents sectors, però sempre ha treballat en la innovació **PER: VICTOR SOLVAS**

"Innovem no per fer-nos savis, sinó per l'èxit"

Sens dubte, la paraula que més defineix a Enric Barba és la innovació. En la seva llarga trajectòria professional ha coordinat equips en els sectors de l'electrònica, Internet i ara en l'oci i el joc, però, malgrat la dispersió temàtica, sempre ha mantingut una mateixa actitud: sacsejar mercats amb propostes innovadores i amb capacitat de donar valor afegit als productes. A finals de setembre va presentar al Club Cecot Innovació i Tecnologia el seu últim llibre, *Innovación: 100 consejos para inspirarla y gestionarla* (Libros de Cabeceira). Amb la crisi, aquest és un dels temes més tractats en la literatura empresarial, però Barba no vol parlar de "moda". El directiu de Cirsa considera que el terme està sent utilitzat "per gent que mai ha innovat, nous gurus que acaben exposant idees òbvies". En canvi, recorda que "aquest és el quart llibre que escric sobre innovació i sempre he intentat parlar sobre la meua experiència professional".

I és, precisament, la seva trajectòria el seu millor aval. Barba ha treballat per empreses capdavanteres com Phillips, Sony, Terra i, ara, Cirsa. De tota l'experiència acumulada Barba n'ha extret una màxima: "la innovació no només és desenvolupar nova tecnologia, sinó que també és aplicable a qualsevol funció i metodologia que permeti fer les coses millor que abans i reduir despeses o augmentar els ingressos". Aquesta necessitat de rendir comptes amb cadascuna de les decisions preses és una de les consignes del directiu de Cirsa. "A diferència de les institucions acadèmiques en què poden parlar i treballar sobre la innovació sense haver de quadrar balanços econòmics, nosaltres treballem en un marc empresarial real", explica Barba. És per això que inten-

L'EXEMPLE D'STEVE JOBS

Només calen cinc minuts de conversa amb Enric Barba per saber que el seu ídol professional és Steve Jobs. Cada menció al fundador d'Apple va acompanyada d'un adjectiu superlatiu com "geni". El seu grau d'admiració és tal que intenta incorporar les lliçons de Jobs al seu treball, però rebutja cap tipus de comparació, per petita que sigui. Per Barba, la gestió tant de la trajectòria professional com d'Apple que ha realitzat Jobs és un exemple. "Va ser el fundador de la companyia, va crear els primers productes exitosos de la marca, va marxar i va tornar a Apple redefinint el seu *portfoli*". Perquè, per Barba, una de les ensenyances extretes de la trajectòria d'Steve Jobs és la definició dels productes ofertats. "Si mires el catàleg d'Apple hi trobes tres o quatre productes, però que aporten molt valor afegit, que van evolucionant amb el temps i que tenen molt d'èxit". El director de Cirsa importa aquest missatge a l'empresa on, assegura, "només fem el que sabem fer, i ho fem molt bé; la resta o s'externalitza a qui ho sap fer o es descarta".



ta transmetre als seus treballadors el missatge que "a la feina no treballem per fer-nos savis, sinó per aconseguir productes d'èxit i complir els objectius estratègics de l'empresa".

UN SECTOR ADIENT. Per un apassionat de la innovació com Barba, treballar al sector de l'oci i l'entreteniment és un carmet. Tal i com assegura, "és una de les indústries que més ha evolucionat en els últims anys incorporant novetats tecnològiques i del món dels videojocs per oferir nous productes als usuaris". I aquesta evolució s'ha produït en un mercat madur, "en el qual la primera màquina va aparèixer el 1877", com recorda Barba. Cirsa ha estat un dels principals sacsejadors del sector, envaint el mercat de novetats i entrant amb força en països llatinoamericans i europeus. El nucli on s'incuben els nous productes és el Centre de Recerca i Innovació de Cirsa a Terrassa. Barba no dubta en assegurar que és aquesta voluntat de fer passes endavant el que permet a Cirsa "millorar i créixer en temps en què les empreses estan abandonant els seus centres de producció i reduint despeses". El directiu de Cirsa també destaca la inversió de Manuel Lao, director general del grup, que "inverteix en innovació i ha convertit una empresa familiar en un grup líder del sector sense perdre el factor de la proximitat".

CAPS DE SETMANA FAMILIARS. Barba parla del seu treball amb entusiasme. Els càrrecs que ha ocupat durant la seva carrera l'han portat a viatjar constanment i a invertir molt de temps en la feina. És per això que el directiu de Cirsa es va obligar, fa temps, a reservar els caps de setmana per estar amb la família. "Abans, quan els meus fills eren petits, per poder estar amb ells; i, ara que s'han fet grans, per passar els dies festius amb la meua dona", explica. Però al marge de la família i el treball hi ha un altre qüestió que l'apassiona: el Barça. De fet, Barba expressa la seva preocupació sobre l'última jornada de lliga d'aquest any en què l'equip blaugrana s'enfrontarà al Betis, que actualment llueix a la seva samarreta el logo de Cirsa. "Espero que cap dels dos ens juguem res".

El directiu de Cirsa combina el seu treball i les tardes al Camp Nou amb la seva tasca de professor col·laborador a Esade i la UPC. Barba participa en màsters i ho considera un treball "estimulant". Tot i això, no es veuria capaç d'entrar en una classe d'institut. "Jo parlo davant uns alumnes que han pagat per estar allà, que estudien perquè volen i tenen l'ambició d'aprendre i millorar", argumenta. La diferència és clara. ✕