

## **“Es ahora cuando debemos prepararnos: cuando el mercado despierte, nosotros estaremos en un momento óptimo para darle servicios”**



*Joan Maria Cassany es director general de [ICNITA](#), una empresa tecnológica especializada en soluciones integrales para la identificación de personas, vehículos y objetos mediante tecnologías de identificación y automatización electrónica, y está especializada en RFID (Radio Frecuencia de Identificación). Junto a METALQUIMIA, acaban de crear IDFOOD Automation, con el objetivo de convertirse en un referente mundial de la identificación electrónica en el sector cárnico. En esta entrevista nos habla de esta alianza estratégica y de la importancia de la innovación en la empresa familiar.*

- **¿Con qué objetivos nace IDFOOD Automation? ¿Cómo surgió la idea de establecer una alianza estratégica con METALQUIMIA?**

Mediante IDFOOD aportamos al sector cárnico y pesquero mundial, distintas soluciones basadas en la identificación electrónica, y con la especialidad de la RFID. Hemos hecho una alianza sumando las fortalezas de dos socios: por un lado, ICNITA desarrolla soluciones de identificación en muchos sectores y, por otro, METALQUIMIA es una empresa de gran prestigio y referente mundialmente en el sector de la carne. La suma permite llevar las soluciones de ICNITA a todo el mercado cárnico mundial, a través de la red de METALQUIMIA, a una velocidad imposible con cualquier otra fórmula. Por otra parte, esta alianza se sustenta en personas y empresas que compartimos unos valores, y esto sabemos que es la mejor garantía de éxito.

- **¿Qué supone esta alianza para ICNITA? ¿Aumenta de esta forma su cartera de servicios?**

Las alianzas son parte fundamental de nuestro plan estratégico. En ICNITA pretendemos ser una “fábrica” del siglo XXI, tal como nosotros la entendemos: basada en el conocimiento tecnológico y desarrollando aplicaciones de alto valor, subcontratando los procesos y montajes. Queremos ir a mercados estratégicos de las manos de socios que sean referentes en su sector y que nosotros podamos aportarles un catálogo de soluciones diferenciales, y que juntos, mediante una alianza, podamos introducirlas en ese sector. Nosotros le ofrecemos a nuestro *partner* ampliar su cartera y él nos aporta el conocimiento y la implantación en un sector determinado.

- **IDFOOD Automation se presentó el pasado mes de mayo, en el marco de la feria internacional "BTA Barcelona Tecnología Alimentaria". ¿Considera que el contexto actual es oportuno para lanzar nuevas iniciativas empresariales?**

En mi opinión es un momento óptimo. La gente recibe cada día demasiadas noticias negativas, y hoy los nuevos proyectos son recibidos con los brazos abiertos. Esto no significa que sea más fácil, es igual de difícil, pero si el proyecto es interesante saldrá adelante. Por otra parte, sabemos que es ahora cuando debemos prepararnos: cuando todo el mercado despierte, nosotros estaremos en un momento óptimo para darle servicios; mientras que si tuviéramos que empezar desde cero en ese momento, perderíamos un tiempo muy preciado.

- **¿Qué papel cree que juega la innovación en un momento de crisis como el actual?**

Depende de la actividad de la empresa. Casi todos los sectores tienen más oferta que demanda, hay sobresaturación de muchos mercados, y si encima tu mercado está viviendo una disminución importante, si no estás innovando constantemente, estás perdido. Muchas empresas quieren innovar con urgencias y esto es complicado. Igual que distinguimos entre marketing estratégico y marketing operativo, a mí me gusta diferenciar entre innovación estratégica e innovación operativa. Muchas empresas trabajan en la fase operativa, pero es la estratégica la que aporta realmente valor, porque es la que nos obliga a hacernos preguntas constantemente y a estar sumergidos en el mercado. La innovación bien realizada seguro que dará éxitos, pero requiere esfuerzo en recursos y en tiempo, y estar dispuestos a cometer muchos errores. Si no tenemos ninguna de estas capacidades, tardaremos más, pero si no empezamos nunca a creérselo muy en serio, desde el primer nivel de la organización, no veremos nunca los resultados.

- **¿Tiene la innovación un papel especial en la empresa familiar? ¿Es la innovación la asignatura pendiente de la empresa familiar, o considera que ya se está haciendo una apuesta fuerte por la innovación, en este tipo de empresas?**

Nosotros no somos lo que se llama empresa familiar, pero lo que más admiro de una empresa familiar son los valores y la capacidad y visión de futuro, cuando hoy todo se mira de forma cortoplacista. Pienso que las empresas no tienen por qué tener fecha de caducidad, pero casi todos los productos y servicios la tienen y, en la empresa familiar, como en todas, o te reinventas (innovas) o el mercado mismo te va a echar. En muchos casos, el problema no se llama crisis, aunque esta será una excelente excusa. Aunque parezca imposible, existen muchísimas oportunidades. Nosotros pensamos que tenemos que encontrarlas, sabemos que ellas no nos van a encontrar a nosotros.