

## Entrevista a Ricardo Fraguas Álvaro, Presidente de MIRTO

Medio: SUPLEMENTO LA RAZÓN - FEBRERO 2015

Pág 11: Hemos respondido a la crisis con la palabra crecer

Realización: Juan Delgado



### ENTREVISTA

Ricardo Fraguas Álvaro Fundador y presidente de Mirto

# «Hemos respondido a la crisis con la palabra crecer, y no con la de reducir»

#### JUAN DELGADO

Ricardo Fraguas es un empresario de los pies a la cabeza. «Soy vocacional», comenta. Mirto, la empresa que fundó hace ya 59 años, es actualmente una compañía referente en la moda española, sobre todo en el ámbito camisero, aunque también en otras prendas y accesorios, tanto aquí como en el exterior. Insiste en la importancia del equipo humano y explica que, durante estos años de crisis, «no sólo no hemos reducido la plantilla, sino que la hemos incrementado».

— Cuando echa la vista atrás, ¿qué balance hace? ¿Cuáles son las claves que explican la buena evolución de Mirto?

— La conclusión que sintetiza estos casi 60 años es que el esfuerzo y tesón de cada día, a pesar de las muchas dificultades a las que hay que enfrentarse, da buenos frutos. Los resultados positivos han sido posibles gracias a que nos hemos mantenido siempre fieles a unos principios y a un proyecto; a la ilusión constante e inagotable; al compromiso de nuestro gran equipo humano; al cuidado del producto manteniendo un alto nivel de calidad y una gran factura siempre a un precio razonable.

— ¿Cómo se le ocurrió montar Mirto?

— Siempre, desde muy joven, había tenido mucha inquietud empresarial. Una inquietud que yo llamaría vocación. Tan pronto como empecé a trabajar y a conocer el sector en profundidad, se despertó en mí el deseo de montar mi propia empresa que generara valor y empleo, y colaborara con proveedores locales. Eran tiempos de casi infinitas oportunidades y muchos mercados inéditos. Detectamos que había un hueco para camisas diferentes a las que entonces se vendían en los comercios. Y, así, en 1956 empezamos a elaborar un producto de calidad con un buen acabado y fiel a los diseños de la moda.

— ¿Cuáles han sido las principales dificultades que ha tenido que afrontar?

— La más importante ha sido plantarle cara a esta crisis, manteniendo la calidad y el precio y, por encima de todo, la plantilla que forma la gran familia Mirto. No sólo no ha menguado, sino que la hemos aumentado, ya que queremos expandir el negocio. Hemos respondido a la crisis con la palabra crecer, y no con la de reducir.

— ¿Por qué producen en España, cuando otros países ofrecen costes más bajos?

— Resulta capital que nuestros artículos se

hagan en plantas propias, pues nos permite estar muy encima y comprobar que los procesos definidos se siguen minuciosamente. Contamos con una fábrica en el casco urbano de Madrid, donde se produce la mayor parte de nuestras camisas, y otra más pequeña en Portugal. Otras gamas de producto las hacemos en distintos puntos de Europa, pero siempre bajo nuestro diseño y control. Para nosotros es una temeridad mandarlo a hacer a miles de kilómetros porque este género exige mucho mimo.

— Sí, pero hay grandes firmas de la moda que fabrican en Asia...

— Cierto, pero no se puede imaginar los problemas y contratiempos que tienen que resolver continuamente.

— ¿Cree que le falta compromiso al empresariado español para que, sacrificando márgenes, opte más por la fabricación española?

— Poco a poco, está volviendo la manufactura a nuestro país.

— Queda mucho todavía... ¿No?

— Cada día se fabricará más en España, pero no es fácil porque se han destruido muchas empresas y, ahora, hay que reconstruirlas.

— La apuesta por la diversificación iniciada a finales del siglo XX, ¿continuará?

— Sí, por supuesto, pero manteniendo siempre nuestro espíritu camisero, que es nuestra razón de ser.

— Ya se ha incorporado la segunda generación. ¿Qué consejos les da?

— Que mantengan los pilares y la filosofía sobre la que hemos construido nuestra marca. Trabajar cada día con ilusión y contagiar al equipo. Cuidar al máximo el producto sin olvidar ningún detalle. Ser rigurosos en la gestión y administración del negocio.

— ¿Qué planes tienen para el mercado exterior?

— La prioridad es hacernos más visibles donde ya estamos.

— ¿Ha cambiado mucho el comprador en España durante los últimos tiempos?

— Muchísimo. Ahora la exigencia es mayor porque quiere más variedad no sólo en los productos, sino también en las terminaciones, los cortes, los tejidos...

— ¿Cómo ha ido 2014? ¿Es optimista con respecto a 2015?

— 2013 fue un año regular en general; 2014 ha sido algo mejor, y esperamos que este año continúe en esa tendencia alcista.



#### EL PERFIL

Ricardo Fraguas Álvaro es uno de esos empresarios de raza que surgieron en la España de mediados del siglo XX espoleados, sobre todo, por una vocación que le impulsaba a montar algo y a detectar cualquier oportunidad que hubo. Apenas tenía la mayoría de edad cuando montó Mirto con un reducido grupo de socios. La firma estaba llamada a cubrir un nicho diseñando, fabricando y comercializando «camisas de alta calidad para el caballero del siglo XX».

### Sobre todo camiseros

El promotor de Mirto insiste mucho en que la clave de la buena evolución de su «criatura» es haber seguido una línea desde el primer momento. Él lo tenía claro entonces, y lo sigue teniendo ahora. Su razón de ser es la camisa. Su producto estrella por excelencia. Cuenta con planta de producción propia, diseño y creatividad «in house» y un proceso industrial con más de 80 operaciones independientes. Su género destaca por un corte artesanal, una atención especial al detalle y la calidad, y unos acabados precisos. Desde la década de 1960 vende en Estados Unidos y Centroamérica. Cuenta con tienda online y ha apostado por la diversificación sin olvidar su esencia. En 2014 obtuvo el Premio Nacional de Moda en la Categoría de Pyme de la Moda.