

SALTA

COCINERO Y EMPRESARIO

Ferran Adrià

“Los latinos somos muy creativos,
el problema es ser valiente”

ECONOMÍA
Viajes de
empresa más
eficientes

ACTUALIDAD
Fiturtech,
tecnología para
el turismo

ANÁLISIS
Los controles
aeroportuarios
del futuro

SOCIEDAD
Razones
para estudiar
Turismo

UN CHEF REVOLUCIONARIO

FERRAN ADRIÀ

“He inventado las

SUS IDEAS FLORECEN MÁS ALLÁ DE LA CRISIS. EL COCINERO UNIVERSAL COMPARTE EN ESTA ENTREVISTA CON LA REVISTA SAVIA SUS RECETAS PARA EL ÉXITO Y LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL.

Por: Maruxa Ruiz del Árbol / Foto: Anna Aguilar





auditorías de creatividad”

Ferran Adrià (L'Hospitalet de Llobregat, 1962) habla rápida, ininterrumpida, apasionadamente mientras se come alguna que otra letra. Sería difícil seguirle de no ser porque la convicción y el entusiasmo con la que expone su discurso impide al interlocutor perder ripio. Salta rápidamente de la creatividad a la cocina y de la cocina a la política pasando por la independencia de Cataluña o a la situación de las pymes españolas, pero siempre vuelve al hilo de su discurso principal: sus dos grandes proyectos, puntos y aparte (o seguidos) de su reconocidísimo restaurante, El Bulli, cerrado ahora hace más de un año.

El primero, cociéndose, es la Bullipedia, que el propio Adrià define como “una locura”: será una enciclopedia en Internet que almacenará y divulgará todo el saber de El Bulli. El segundo, casi en su punto, es la Fundación, que abrirá en 2014 para que cualquier empresa que lo desee pueda nutrirse de las conclusiones de sus investigaciones en gastronomía y en innovación empresarial. “Queremos hacer un centro experimental sobre eficiencia de la creatividad, un lugar donde estudiar sus procesos y auditarla, con la cocina como lenguaje de base en diálogo con otras disciplinas. Y todo eso, compartido y divulgado por Internet”.

Así que no solo los cocineros y restaurantes podrán beneficiarse de los descubrimientos que haga Adrià y su equipo en este centro experimental, sino también el sector del turismo y cualquier emprendedor que quiera mejorar su eficiencia. De la charla con él, en Londres, uno entiende cómo la megalomanía de algunas de sus ideas han llegado a cuajar.

SAVIA: *¿De dónde ha sacado el dinero para poner en marcha la idea de la Bullipedia?*

FERRAN ADRIÀ: Tenemos un presupuesto de un millón de euros al año. Es mucho dinero pero, a la par, es una cifra de nada si hablamos de I+D o lo comparamos con Harvard, que cuenta con 3.000 y pico. Parte del dinero lo pone la Fundación Telefónica que creyó en el proyecto desde el principio, pero nos planteamos que tiene que ser una iniciativa

sostenible. Tenemos que empezar a crear proyectos sostenibles en Internet; si no, pasa como en Wikipedia, que parece que a veces piden limosna cuando es un proyecto maravilloso. Si en el futuro hubiera proyectos sostenibles y se convirtieran en un ejemplo sería bonito. Yo pagaría 20 euros al año por Wikipedia sin problema. En Bullipedia no pagará lo mismo una cadena hotelera que Nestlé o que un aprendiz que esté empezando en la cocina o alguien de un país en desarrollo: tendrá becas. Aún estamos viendo los detalles del modelo, pero las grandes empresas, por ejemplo, estarán encantadas de pagar para que todos sus empleados tengan acceso. Al principio pensamos que fuera gratis pero al final dije que no, tiene que servir como referencia. Si ganamos mucho dinero lo reinvertiremos en la fundación y será para todos.

SAVIA: *¿Quién será el usuario medio de Bullipedia?*

F.A.: Sobre todo los cocineros: hay 30 millones en el mundo, la mayoría trabaja 15 horas y no tiene tiempo para crear. Pero Bullipedia será una referencia y servirá para reflexionar sobre muchas otras cosas y dará también inspiración para otro tipo de empresas, como las de restauración y turismo.

SAVIA: *¿Y cómo pueden ayudar a esos restaurantes y cocineros? ¿Puede un empresario del turismo ir a Bullipedia a buscar algún consejo para su negocio?*

F.A.: Habrá una parte dedicada a la innovación y la experimentación en horarios y calendarios. Por ejemplo, nosotros en El Bulli hacíamos 10 días seguidos de fiesta al mes y obteníamos el doble de eficiencia. La gente joven podía hacer turnos de tarde-noche y quienes tenían familia optaban por un horario distinto. Todo esto vamos a transmitirlo y a compartirlo con los empresarios que quieran escucharnos. La empresa tendrá también su espacio en El Bulli Foundation y nos podrán visitar. Cada año haremos una o dos conferencias a gran escala para compartir toda nuestra experimentación en innovación. Será la auditoría creativa. Hay una faceta nuestra que la gente no conoce y es que hemos sido asesores de las multinacionales más importantes de alimentación y hemos aprendido mucho, pero somos muy pequeños. Por ejemplo, si una empresa factura 30 millones de euros, le aconsejaremos que tenga un I+D fijo o que viaje a Tokio tres meses cada dos años para absorber lo que hay allí.

SAVIA: *¿Y cómo va a ayudar esta propuesta a innovar a las empresas españolas?*

F.A.: Tú puedes tener un I+D único de un millón de euros, que para determinadas empresas no es tanto. Por ello, a todas esas empresas para las que

“ Aunque la Bullipedia se dirigirá a un público concreto, que son los cocineros, **será una referencia para la inspiración** de empresas de restauración y turismo ”

sí es dinero, vamos a transmitirles nuestra experimentación en innovación y se lo vamos a contar.

SAVIA: *Dice que El Bulli Foundation va a crear trabajo y talento. ¿Cree que es el tipo de institución que necesita España para salir de la crisis?*

F.A.: Es una manera de devolver a la sociedad lo que me ha dado. Harían falta mil Bulli Foundation para crear mucho talento y trabajo, aunque la filosofía puede funcionar. Imagínate que otras disciplinas se animen a promover centros de excelencia en su campo. Imagina que mañana [el arquitecto Norman] Foster hiciera lo mismo con la arquitectura. En España muchas veces el tema solidario se centra en aportar dinero, pero ahora lo vital es aportar talento. Para mí, los que hemos adquirido un nivel no solo debemos aportar dinero, también trabajo. Eso lo aprendí de Bill Gates, a quien he conocido personalmente. Los americanos lo tienen en el ADN; los españoles, no.

SAVIA: *¿Cómo se va a financiar?*

F.A.: El Bulli Foundation se va a financiar, primero y si falla todo, con nuestro dinero, pero hay otros mecanismos que son las donaciones, y confío en que habrá muchas. El 50% de los días que demos de comer, que será un mes al año, se pagará con donaciones y vendrá quien más esté dispuesto a pagar. Vendrán muchos americanos, ellos se toman en serio estas cosas. Por eso no me preocupa.

SAVIA: *¿Cuándo va a abrir?*

F.A.: Conceptualmente está abierto ya, y nos instalaremos en febrero de 2014 [estará ubicada junto a El Bulli, en Roses, Girona]. Las primeras 30 personas que vengan formarán el equipo creativo y lo harán en enero de 2015. Estará siete meses abierto.

SAVIA: *¿Se plantea volver a dar de comer a la gente?*

F.A.: Un mes al año lo haremos como fundación, pero abrir el restaurante de nuevo no está en mis planes. Al final no es tan diferente. Lo que hacíamos en él era crear durante 200 días y dar de comer otros 160. Ahora ofreceremos 30 días para comer y otros 300 estarán destinados a crear.

SAVIA: *Ha reflexionado mucho sobre la creatividad y la innovación. ¿Hay algo que nos impida ser creativos ahora?*

F.A.: Los latinos somos muy creativos. El problema es ser valiente. Antes trasladarse de Barcelona a Girona para trabajar era un esfuerzo sobrehumano. Tenemos que cambiar este concepto. En esto el modelo americano nos da mil vueltas. En estas cosas son un ejemplo de gente que se mueve, donde hay trabajo, donde hay ▶



© AP

PRINCIPALES ALIANZAS ESTRATÉGICAS

A lo largo de los años Ferran Adrià ha sido pionero del *co-branding*, es decir, asociar el prestigio de su nombre con otras marcas que le han aportado unas veces los fondos necesarios para poder desarrollar diferentes proyectos, y otras, presencia. He aquí algunas de sus alianzas.

2000

Se asocia con NH Hoteles, para quienes diseñó conceptos de restauración como NHube o Fast Good (comida rápida de calidad).

2002

Creó elBullicarmen, desde donde gestionan los proyectos en torno al cocinero y a su socio Julio Soler. El equipo ha desarrollado otras dos líneas de negocio: elBullicatering, que sirve cócteles y banquetes en Madrid y Barcelona, y elBullihotel, que se ha plasmado en el hotel Hacienda de Benazuza, Sanlúcar la Mayor (Sevilla).

2003

Elbulli Books editó junto con Caprabo *Cocinar en casa con Ferran Adrià*. El mismo año también dio clases de cocina bajo el paraguas de la marca de chocolate Chocovic.

2004

Se alía con la Fundación Alicia, de Caixa Manresa, para progresar en la parte científica de la cocina.

2006

El cocinero aportó su "extraordinaria creatividad" para la creación de nuevos chocolates para Nestlé.

2008

El chef hermana su nombre con el de Borges para el que hace una serie de aceites aromatizados.

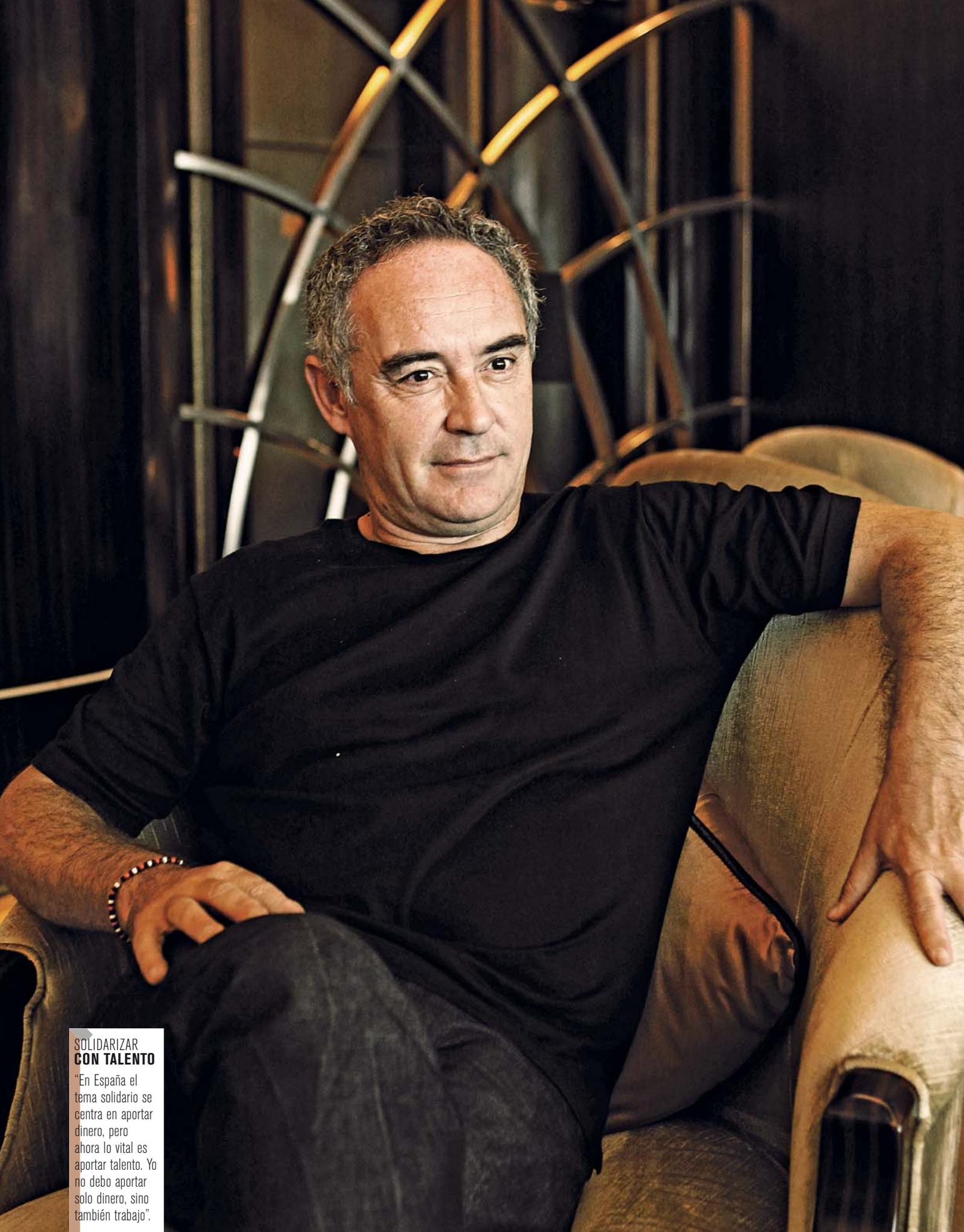
2010

El chef se asocia, por un lado, con Pikolin y, por otro, inaugura la escuela de café de Lavazza en Barcelona.

2012

Asociación con Telefónica y su Fundación en los proyectos Bullipedia y El Bulli Foundation.

El chef también ha metido la cuchara en el menaje con las vajillas Ola o en lo textil, con la colección de ropa de mesa Ferran Adrià by Armand Basi.



**SOLIDARIZAR
CON TALENTO**

"En España el tema solidario se centra en aportar dinero, pero ahora lo vital es aportar talento. Yo no debo aportar solo dinero, sino también trabajo".

FREGAR, COCINAR, **CREAR, FUNDAR**

Los oficios y méritos escritos del currículum vitae de Ferran Adrià son casi infinitos. El primero, cocinero (considerado el mejor del mundo en repetidas ocasiones), pero también es gurú de empresarios, maestro en innovación, experto conferenciante, doctor Honoris Causa por la Universidad de Barcelona... Desde que en 1980 abandonara sus estudios y consiguiera un trabajo como friegaplatos en un hotel de Castelldefels, su capacidad de

reinventarse no ha dejado de sorprender. En 2004 la revista *Time* le incluyó entre las 10 personas más influyentes en todos los ámbitos.

En 1984 entró como jefe de partida en El Bulli, un establecimiento que hasta entonces se desconocía. "No era exactamente un restaurante", comenta. "Era un lugar que estaba abierto por la noche para dar de comer a 80 personas y cada año todo era nuevo. En 2001 dejaron de abrir

los mediodías para crear, aunque eso supusiera dejar de ganar dinero. Cerraba seis meses para dar de comer los otros seis del año. Cada año era una pequeña revolución".

Durante muchos años se transformaron y tomaron decisiones muy drásticas. La menos entendida fue la de cerrarlo al público, anunciada en 2010. Desde entonces se dedica a construir su última *locura*: El Bulli Foundation.

► innovación. En Telefónica tenemos un proyecto para conseguir que los niños a partir de 8 años tengan el ADN de la innovación. Pretendemos que innovar sea normal en ellos. El problema que tenemos es que tratamos la innovación como una cosa increíble, algo paranormal, un poder súper excepcional.

SAVIA: *Por eso ha decidido hacer auditorías creativas. ¿En qué consisten?*

F.A.: Fundamentalmente en ir a una empresa y considerar variables tales como horarios, calendario, eficiencia... Al final no es tan difícil, lo que pasa es que parece que a los que nos dedicamos a la creatividad no se nos puede decir nada. La creatividad también se puede medir y mejorar.

SAVIA: *¿Cree que deberían extenderse en España esas auditorías?*

F.A.: Es que no existe ninguna todavía. Es un concepto que nos hemos inventado y estoy hablando con una multinacional para sacarlo adelante.

SAVIA: *¿Está siendo la crisis un acicate para la creatividad?*

F.A.: Sí, sobre todo porque la crisis nos hace reflexionar sobre el esfuerzo, sobre el trabajo. Yo aún soy joven pero ya tengo 50 años y he vivido la otra parte. El problema es que hay mucha gente de 30 o 35 que no vivió ese antes, cuando el trabajo y el esfuerzo eran diferentes. En El Bulli trabajábamos 300 días al año 15 horas. Estuvimos 14 años sin ganar dinero y creyendo en algo, y el esfuerzo se consideraba normal. Tenemos que luchar para que la situación mejore, todo el mundo tiene que remangarse porque España está en alerta roja. Tiene que haber producción y si no se produce, ¿de qué vamos a vivir? Se pueden hacer muchas cosas innovadoras para salir de la crisis.

SAVIA: *Desde hace un tiempo se dedica a dar consejos a empresas y a emprendedores. ¿Cuáles son las preguntas, las inquietudes que le transmiten las pymes?*

F.A.: Lo que digo siempre es que no hay una receta para la innovación. Da igual que sea una cadena de supermercados que un pequeño negocio de ultramarinos de un paquistaní. Evidentemente no

“ El problema que tenemos es que **tratamos la innovación como si fuera algo increíble, algo paranormal, un poder súper excepcional** ”

es lo mismo un bar que factura cinco millones de euros que otro que factura uno, pero cada cual tiene que buscarse la vida. ¿Qué es la innovación? Buscarse la vida, algo tan sencillo como esto. Al final el control presupuestario de un bar que factura un millón de euros tiene que ser tan riguroso como el de uno que factura mil. Y esto es lo difícil.

SAVIA: *Ha encargado la construcción de El Bulli Foundation a Enric Ruiz-Geli, que en su carrera aún la arquitectura con la escenografía. De hecho, su idea es crear un espacio dinámico con cambios de escenario, como en el teatro. ¿Es imprescindible para la creatividad trabajar en un entorno agradable?*

F.A.: He conocido a algunos premios nobeles en Harvard que trabajan en despachos horribles... Estamos construyendo un sitio maravilloso, pero no es indispensable. Si puedes construir un espacio privilegiado, mejor, pero no es una condición imprescindible. ■