



El dijous 9 de març, a les 19 h, presentarem *Tradición, conocimiento y modernidad. Las claves del éxito de Miquel y Costas & Miquel, S.A. Siglos XVIII-XXI*, de Miquel Gutiérrez-Poch.

En l'acte intervindran Elisenda Paluzie, degana de la Facultat d'Economia i Empresa; Jordi Mercader i Miró, president de Miquel y Costas & Miquel, S.A.; Àlex Sánchez, cap del Departament d'Història Econòmica, Institucions, Política i Economia Mundial; Josep M. Benaül i Berenguer, professor jubilat d'Història Econòmica del Centre d'Estudis Antoni de Capmany, i l'autor.

Us esperem a la Sala de Graus de la Facultat d'Economia i Empresa de la Universitat de Barcelona (av. Diagonal, 690, Barcelona).

Us preguem que confirmeu l'assistència al telèfon 934 142 340 o al correu electrònic m.martinez@romanyasociados.es (Marta Martínez).

www.publicacions.ub.edu

Tradición, conocimiento y modernidad

Los fundadores de la actual Miquel y Costas & Miquel S.A., los hermanos Miquel i Costas, nacieron en el seno de una familia de la comarca papelera de Capellades, con tradición en este sector desde el siglo XVIII. En ese contexto, los Miquel adquirieron los conocimientos necesarios para crear y gestionar la citada iniciativa empresarial. No en vano MCM ha sido durante más de un siglo una firma familiar, realidad que empezó a cambiar a mediados de la década de 1960, al iniciarse un proceso de apertura que se completó a finales del siglo XX.

Los hermanos Miquel, siguiendo la tradición autóctona, continuaron haciendo el papel a mano hasta la década de 1880, momento en que sumaron el procedimiento semimecánico. En 1914, la compra de una fábrica moderna inició un viraje en favor de la fabricación continua y de Barcelona como eje productivo. Los activos se ampliaron con los años, especialmente después de la fusión con la valenciana Payá Miralles en 1975. Últimamente las apuestas de MCM se han concentrado en su zona de origen, a pesar de ser una multinacional con activos productivos en el extranjero.

Su línea de producción se ha movido entre el papel de fumar y la diversificación. El primero fue su producto prácticamente único hasta la España autárquica. Desde entonces, en diferentes grados y por motivos varios, la diversificación ha sido recurrente hasta llegar en los últimos tiempos a ser estratégica. A ello se suma el carácter fundamentalmente exportador de la empresa, alterado únicamente durante el período de la España autárquica, aunque desde inicios de 1970 empezó a recuperar su antigua esencia global.

El éxito actual de MCM, después de la zozobra de la segunda mitad de la década de 1980 y los primeros años de la de 1990, es inseparable de su legado histórico. La búsqueda de nuevos horizontes, la prudencia (aunque sin aversión al riesgo) y la identificación con su legado técnico y humano son sus bases.