

Comerços dinàmics

Presentació de casos d'èxit a partir de la innovació i de la creació de nous models de negoci

Sala de reunions virtual

Dijous, 26 de novembre de 2020 de 15h a 17h.



Aquesta acció està subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local.

Resum de la sessió

Participants:

Cèlia Cuña, *El Bosc Salut* (la Pobla de Segur)

<https://elboscblog.wordpress.com/contacte/> <https://www.instagram.com/elboscsalut/>

La Cèlia té una botiga de dietètica des de 1999, d'aleshores ençà ha ampliat el negoci, a dia d'avui ofereix també teràpies naturals i classes, cursos i retirs de ioga.

Miquel Utgé, *Ottaia* (Sort)

www.ottaia.com / https://www.instagram.com/ottaia_life/

El Miquel i la Carolina van obrir un taller d'artesanía tèxtil a Sort després de fer un replantejament vital, van aprofitar els seus coneixements del sector de la moda i un recurs únic i autèntic per confeccionar les seves peces: teles tradicionals de la Xina rural. A dia d'avui tenen el taller i botiga al nucli antic de Sort, venen per internet i també en fires i mercats.

Agustí Costa, *Ca l'Agustí* (Cercs)

<http://www.lacocadecercs.cat/> / <https://www.instagram.com/calagusti/>

L'Agustí representa la cinquena generació de forners del negoci familiar, a Cercs. Ha sabut transmetre l'excel·lència del seu producte i un gruix elevat de la seva facturació procedeix dels clients de fora del seu municipi.

Mimi Horno, *El Guixarot* (Taradell)

www.elguixarot.com / <https://www.instagram.com/elguixarot/>

La Mimi ha unit les seves aficions en un model de negoci del que se sent orgullosa. La cultura i el producte d'oci, joc i lectura, es combinen en un espai on la diversitat és benvinguda. S'adapta per millorar la seva proposta i reduir l'impacte negatiu que li suposa una situació com la de l'actual pandèmia.

Laia Vives, *Ferreteria Vives* (Valls)

www.ferreteriavives.com / <https://www.instagram.com/ferreteriavives/>

La Laia torna a casa per posar-se al capdavant de l'empresa familiar i aportar-hi el seu coneixement i ampliar la botiga a l'àmbit virtual. Una posada en escena magnífica a la botiga física facilita la venda presencial i ajuda a construir una botiga virtual clara i eficaç.



Aquesta acció està subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local.

Consell Comarcal del Pallars Jussà

Àngel Bujons i Marga Cabanillas, L'Origen (Manlleu)

www.lorigen.cat / <https://www.instagram.com/lorigenmanlleu/>

L'Àngel i la Marga tenen un profund coneixement del món de la cuina perquè s'hi dediquen des de fa 25 anys i han experimentat diferents formats. Un projecte familiar que es repensa contínuament amb noves formes de vendre i de comunicar, però sempre posant l'accent en el millor producte per posar a taula.

Conclusions

Les sis empreses que han exposat els seus casos corresponen a àmbits de negoci molt diferents entre sí, tot i això hi ha una sèrie de punts als quals tots fan referència en algun moment dels seus discursos. Podem concloure que si bé l'èxit no és fàcil d'aconseguir i no hi ha un camí concret per arribar-hi, amb aquests models hem vist que sí que respon a unes pautes de comportament i de visió característiques de les empreses / persones que l'assoleixen.

A grans trets, destaca:

La **capacitat d'adaptació**. En un món canviant i un sector, el del comerç, en permanent transformació, és clau mantenir-se informat i observador de l'entorn i les tendències de comportament de la societat. En tots els casos hem pogut veure com els protagonistes s'enfronten amb creativitat als reptes que se'ls plantegen. I en algun moment de la seva carrera opten per reenfocar-se, sigui dins del mateix negoci o en la forma de vida o repensar-se.

Transmissió de **valors personals** a l'empresa. Tots els participants han parlat de fer coincidir les seves inquietuds personals amb les seves empreses. El Miquel explica el territori que l'acull a les peces de roba que confecciona, la Cèlia desenvolupa els serveis que ofereix en funció de les seves inquietuds entorn a la natura i el vincle que ella hi sent; l'Agustí prioritza la qualitat del seu producte enfront a ampliar el servei i espais de venda; la Mimi entén la necessitat de compartir coneixement i companyia amb els companys de carrer, de sector, de vida, la cooperació l'entorn proper son factors clau per a ella; la Laia reconeix el retorn del treball i l'esforç que inverteix; a l'Àngel i la Marga la cura del seu negoci els fa créixer com a individus i com a família.

La **humilitat** és pròpia dels perfils exitosos. L'èxit no és immediat, tampoc és casual, tots els ponents de la jornada han sacrificat coses en favor d'altres i tots reconeixen el fracàs com una part del camí a recórrer. Així mateix, tots mantenen una ment oberta als canvis i es formen contínuament, periòdicament.

Algunes cites.

El millor "influencer" per a nosaltres és la padrina del carrer que ens explica a qui passa i li fa saber que el que fem és bo. Miquel Utge.



Tenim un “calaix” on anem guardant les idees i de tant en tant arriba el moment de desenvolupar-ne alguna. Àngel Bujons.

El mateix que ofereixo als meus clients és el que m’ha portat on soc avui, suposo que això ho transmeto i dona confiança. Cèlia Cuña.

No puc competir amb les grans superfícies a l’hora de vendre una barra de pa qualsevol, així que enlloc de fer una barra qualsevol dedico els esforços a fer altres pans més bons, més elaborats, més saludables i també més ben valorats pels meus clients. Agustí Costa.

En dos anys he demostrat al pare i al comptable, i també a mi mateixa, que l’esforç per fer l’e-commerce valia la pena. Laia Vives.

Vaig fer un canvi de rumb a la vida i vaig iniciar un negoci entorn a allò que m’agrada. Mimi Hornos.

Més públic no sempre significa més vendes. Miquel Utgé.