

L'EXECUTIVA AGRESSIVA

Assessors

Diu que els emprenedors podem ser els pitjors enemics de la nostra empresa. Tenim fama de no deixar-nos assessorar, que no escoltem i que tenim dificultats a l'hora de delegar. Estic d'acord amb totes aquestes acusacions. Si més no, a mi em passa tot això i, tot i que sóc conscient del problema, en el dia a dia em resulta molt difícil poder posar-hi una solució.

Avui mateix (quan escric) ha vingut a l'oficina una persona a presentar-nos una plataforma integral per gestionar la meua empresa a les xarxes socials. La màquina fa un munt de coses: fa una diagnosi de l'actual presència a Facebook, Twitter, Instagram i unes quantes xarxes més, permet planificar les accions de difusió i dóna un munt de mètriques per avaluar i millorar l'estratègia. Al final, et diu pràcticament com i quan has de fer les piulades a Twitter tenint en compte l'actuació de la competència a batre, amb quina freqüència has d'enviar nous continguts a Facebook o quins són els *influencers* que t'has de treballar per millorar la teva repercussió social.

Al marge que tot això de l'*engagement* em fa molta mandra, l'ús d'aquesta aplicació representava tota una sèrie de comportaments en el món de les xarxes socials, que, filosòficament, crec que no encaixen amb l'estratègia de la nostra empresa. La inversió econòmica i sobretot en temps d'aquesta eina tampoc compensa en termes de cost benefici, crec jo. Al final, el meu interlocutor s'ho ha dit ell mateix: "Veig que no és prioritari". "Gràcies", he pensat.

Ara bé, fora dels temes que afecten tan directament la nostra marca, hi ha coses en les quals he començat a deixar-me assessorar. Fins a tal punt estic decidida a deixar de ser la mestressa i senyora que pren totes les decisions a la meua empresa que estic pensant crear un consell d'administració, amb l'objectiu, en primer lloc, de tenir assessors molt a prop, coneixedors a fons de la meua empresa, perquè m'ajudin a prendre decisions.

No vull complir altra cosa que el que diuen de nosaltres: arriba un punt en què els emprenedors ens convertim en el pitjor enemic de la nostra empresa.

L'EXECUTIVA AGRESSIVA

ÉS UNA JOVE EMPRENEDORA

executivaagressiva@gmail.com



Petites & Mitjanes

&

JARDINERIA

La cooperativa catalana que ha reinventat la planta ornamental

Corma és líder del sector a Espanya, factura 20 milions i ha trobat en l'exportació la clau per esquivar la crisi

L'ESCRITOR I FILÒSOF nord-americà Ralph Waldo Emerson assegurava que, per tenir èxit, convé actuar com la natura: amb paciència, paciència i més paciència. L'any 1981 catorze famílies de pagesos del Maresme van seguir la seva recepta. Ni el cultiu de verdures ni el de flor tallada els havia acabat de funcionar mai i van optar per introduir-se en un sector que, aleshores, tot just començava a agafar força: el de la planta ornamental. Un pas arriscat, però que els va donar molt bons resultats.

El salt el van fer junts, organitzant-se com a cooperativa amb l'objectiu de sumar esforços per ser més forts. Trenta-cinc anys després, Corma és l'empresa líder del sector de la planta ornamental a l'Estat, fac-

tura més de 20 milions d'euros anuals i exporta la seva producció a França, Suïssa, Alemanya i el Regne Unit.

Actualment Corma està formada per 25 productors del Maresme i comercialitza més de 1.470 varietats de planta ornamental en més de 5.260 formats en centres de jardineria i majoristes. Unes xifres que són el resultat d'una trajectòria de creixement lent però sostingut i que han situat Corma com un model d'èxit dins el sector. "Ser una cooperativa ha sigut una de les claus per aconseguir ser on som", explica Humbert Ferrer, director general de la cooperativa. Amb seu a Premià de Dalt (Maresme), l'empresa dóna feina a 53 persones i recentment s'ha incorporat al grup Clade, el principal grup empresarial cooperatiu de Catalunya, on també hi són Abacus i la Fundació Blanquerna. "Som uns fermes defensors de l'economia social", reitera Ferrer.

Tanmateix, no tot va ser un camí de roses. Amb l'esclat de la crisi econòmica, les administracions públiques van disminuir dràsticament la seva inversió en obra pública i el sector de la construcció pràcticament es va paritzar. "La situació ens va afectar moltíssim", confessa l'executiu. En aquests nou anys, Corma va veure com el mercat nacional s'estancava i vuit dels seus socis havien de tancar. Entre el 2008 i el 2014 la facturació es va desplomar. "Però França ens va salvar", assegura Humbert Ferrer.

El mercat francès –que suposa més d'un 20% de les vendes del grup– va experimentar una crisi més suau i els va permetre parar el cop. "Sense l'exportació, estic convençut que hauríem hagut de tancar", confessa el directiu.

En aquest sentit, per lluitar contra la baixada de la facturació, Corma va haver de reinventar les presentacions dels seus productes. "Vam investigar les noves tendències de mercat i vam fer una aposta forta pel màrqueting: ens va funcionar molt bé", explica Ferrer. Així, Corma va llançar al mercat col·leccions de plantes inspirades en els colors dels quadres de pintors impressionistes francesos o de plantes ecològiques per a horts urbans. L'any 2015 aquestes col·leccions van aportar-los el 15% de la facturació total.

Des del juliol del 2014 el mercat ha començat a recuperar-se. "Ja exportem tant com abans de la crisi", apunta Ferrer. En aquests moments Corma ven un 29% de la seva producció a fora i preveu continuar creixent a França –on són presents en més de 500 centres de jardineria– però també en països on tenen una implantació més tímida com Anglaterra i Alemanya. "Som conscients de la importància d'obrir nous mercats, però volem fer-ho a poc a poc. Trigarem temps a arrelar-hi amb força", confessa Ferrer. Aplicant l'estratègia d'Emerson, ho faran a cops de paciència, paciència i més paciència. —**Marc Amat**



SERVEIS

Arriba el comparador de reformes de la llar

PlanReforma connecta més de 7.500 professionals amb 70.000 clients. El mercat de les reformes mou 14.000 milions d'euros cada any a Espanya

LAURA NÚÑEZ VA crear PlanReforma l'any 2012 i ja ha aconseguit multiplicar per tres la seva facturació. El 2014 va captar 140.000 euros en la primera ronda de finançament i ara busca mig milió més en una segona ronda que vol utilitzar per millorar la tecnologia. La idea de crear aquesta plataforma, que connecta persones que volen fer una reforma a casa amb els professionals del sector, va sorgir en un viatge en cotxe cap a Galícia amb el seu germà, que és arquitecte com ella. "D'una banda, hi havia el problema que tenen els professionals per aconseguir clients i, de l'altra, els particulars perdien molt de temps demanant diferents pressupostos i sovint no eren comparables entre ells", explica. "Amb PlanReforma això s'ha solucionat".

"Per al client, els nostres serveis són gratuïts des del principi i fins al final", assegura. I per als 7.500 professionals que hi ofereixen els seus serveis són com una plataforma de màrqueting *online*: "Els cobrem una petita subscripció trimestral de 45 euros i, després, cada cop que volen enviar una oferta a un particular que ha demanat un pressupost, paguen entre 5 i 25 euros, en funció de la mida de l'obra, per rebre les dades d'aquest client i poder contactar-hi".