

Emprenedors

Una passió també pot ser l'inici d'un bon negoci

ORÍGENS. Les fundadores de Kidani han convertit l'afició per dissenyar collarets en una empresa que ara vol créixer

BERTA ROIG
BARCELONA

Carme Butinyà i Ana Puiggros no han desenvolupat cap programari innovador ni acudirán mai a una ronda de finançament amb inversors privats per sol·licitar una aportació d'un milió d'euros. Elles són un altre tipus d'emprenedor, del tipus que segurament més abunda i menys soroll fa. Són del tipus d'emprenedor que un dia va apostar per convertir una passió compartida des de feia temps en una idea de negoci, i es van llançar a la piscina de dret, com se sol dir.

Fa aproximadament un any aquestes dues amigues van crear la seva pròpia empresa i la seva marca, Kidani, per professionalitzar una activitat que fins aleshores havia estat més un *hobby* que un negoci. Totes dues senten passió pel disseny de collarets i avui aquesta passió és la base d'una petita empresa que a poc a poc estén les seves xarxes i que ha tingut el seu bateig de foc en la recent edició de The Brandery, a la fira de Barcelona.

NOUS MERCATS. De la inversió feta per estar a aquesta fira de moda, Butinyà i Puiggros esperen que surtin nous contactes per ampliar la seva presència comercial. De moment els collarets de Kidani es venen a botigues de Catalunya i les Balears, «però ara volem començar a vendre a la resta de l'Estat i obrir-nos també cap a altres països», apunta Puiggros. Les primeres sensacions han estat positives, i les dues emprenedores han fet contacte amb diferents possibles distribuïdors «fins i tot de Puerto Rico», expliquen.

Per ara l'estructura de

LA IDEA



La idea de Kidani és tan senzilla com atrevida,

perquè entrar en el segment dels complements de moda en un moment de crisi i de forta competència no és fàcil. El secret? «creure molt en el teu producte i confiar que te'n pots sortir», diuen les dues emprenedores.

l'empresa és molt artesanal i són les mateixes sòcies les que assumeixen tot el procés productiu, des del disseny fins a la fabricació. «Ara estem en una etapa de creixement en què preferim destinar la inversió a altres coses, i per això optem per fer les coses directament nosaltres i no contractar ningú de moment», diu Puiggros.

DE PERFIL

Primer, a les amigues

Carme Butinyà i Ana Puiggros —que vénen del sector de l'interiorisme i de les finances respectivament—, ja feia temps que compartien la passió de dissenyar i fer collarets que després venien a les seves amigues. Un dia es van preguntar, «per què no dedicar-nos-hi al 100%?» I així va començar a cuinar-se la idea de constituir Kidani. L'important, diuen, és creure-hi i treballar-hi de valent.

L'any passat van fer prop de 4.000 collarets per a les dues col·leccions de temporada i per a altres encàrrecs, així com complements de temporada com cinturons o bufandes. «També hem fet collars més a mida per a regals d'empresa, per exemple», explica Butinyà. Aquesta flexibilitat és, diuen les fundadores de Kidani, un dels seus principals valors afegits. «Nosaltres fem un tipus de producte que es dirigeix al segment mitjà-alt, però podem adaptar-nos i elaborar un tipus de collaret més econòmic si ens ho demana el client», apunta Puiggros.

En qualsevol cas el segment més baix no els interessa gaire, perquè és precisament aquí on es concentra la dura competència dels productes xinesos i on costa més fer rendible el negoci. «La nostra aposta clara és oferir un disseny diferenciador, molt personal», expliquen les emprenedores.

Fins ara les dues emprenedores han invertit en el projecte uns 30.000 euros, que han sortit dels seus propis estalvis i de finançament bancari. L'any passat Kidani va facturar 120.000 euros i enguany esperen arribar als 150.000 euros. Aquest negoci és dels que es fan a foc lent.

Després de la seva participació a The Brandery, Butinyà i Puiggros tenen clar que la propera inversió serà per assistir a d'altres fires del sector, i entre les seves prioritats hi ha la de Milà, al setembre. «Assistir a fires és un esforç important per a nosaltres, però alhora és la manera més efectiva que et coneguin i d'anar construint marca, i això ara és en el que ens volem centrar per anar creixent», destaquen.



Carme Butinyà i Ana Puiggros han portat Kidani a The Brandery. QUIM PUIG

BADALONA 7 i 8 de Juliol de 2010

ES VESTEIX DE MODA

2ª TROBADA EMPRESARIAL ENTRE EMPRESARIS I DISSENYADORS TÈXTILS

2ª EDICIÓ PREMIS "JOAQUIM MERCADER" PER A JOVES DISSENYADORS

7 y 8 de Julio 2010

BADALONA SE VISTE DE MODA

2ª ENCUESTA EMPRESARIAL ENTRE EMPRESARIOS Y DISEÑADORES TEXTILES

2ª CONCURSO "JOAQUIM MERCADER" PARA JÓVENES DISEÑADORES

BDNmoda
Disseny • Cooperació • CSR
Centre de Convencions de Badalona - BCIN
Tel. 934 648 000 • www.bdnmoda.org

Organiza / Organiza / Organized by

Amb el suport de / Con el apoyo de / Supported by



Badalona Moda forma part de projecte: "ACTE: una xarxa per a la innovació" | Badalona Moda forma parte del proyecto "ACTE: una red para la innovación" | "Aquest projecte està subvencionat pel programa de Projectes Innovadors d'acord amb l'Ordre TRE/337/2008 i està patrocinat pel Servei d'Ocupació de Catalunya i finançat pel Fons Social Europeu"