

► **Economia.** Construïnt un futur digital i sostenible

¿Val la pena digitalitzar-se? Dues empreses expliquen la seva experiència

Es parla molt de la necessitat que els negocis portin a terme una transformació digital, però poques vegades del que implica. Dues pimes catalanes com Fitoinnova i Japonia expliquen que requereix un esforç, però que els resultats positius avalen la decisió. Els fons Next Generation EU poden ser una ajuda per donar el pas.

Per **Víctor Fúser**



FITOINNOVA

“Som més eficaços i hem estalviat temps”

La medicina natural i l'alimentació saludable han crescut de manera vertiginosa, i els dos anys de pandèmia han representat l'empenta definitiva. Luis Fernández i Óscar Giménez, socis fundadors de la distribuïdora Fitoinnova (que compta amb la seva pròpia marca, FDB Laboratorios), van saber avançar-se per fer front a l'evolució d'un sector potenciada per l'augment de la consciència i internet.

«Moltes noves plataformes es basen només en preus baixos i màrqueting, i nosaltres creiem que és un error. Els nostres valors són prestigi i qualitat, posant molta atenció en la biodisponibilitat. És a dir, que els principis actius tinguin una òptima absorció per part de l'organisme», expliquen els seus fundadors.

Així que, en lloc d'aprofitar els seus recursos per fer *soroll* en l'entorn digital, Luis Fernández i Óscar Gi-

ménez van preferir millorar la seva eficàcia interna: «Fa sis anys vam posar en marxa una plataforma digital aplicada a la nostra xarxa de vendes, que va permetre que els nostres agents comercials tinguessin tota la informació d'un client en una sola ullada i s'automatitzessin els processos. Gràcies a això som més eficaços, estalviem temps, evitem errors en la paperassa, agilitzem l'enviament i som més sostenibles».

Recentment han sol·licitat una ajuda dels fons Next Generation EU per anar més enllà: oferir als clients l'accés en línia a aquesta plataforma, perquè puguin consultar el seu històric i realitzar ells mateixos les seves pròpies comandes. «Qualsevol procés de digitalització requereix una forta inversió, així que n'has d'estar convençut. No pots fer-ho només per provar-ho. Ens vam atrevir a fer el pas fa sis anys i estem molt satisfets», conclouen.

KIT DIGITAL

Una ajuda per avançar

► El Kit Digital té com a objectiu acompanyar pimes, microempreses i autònoms en una transformació digital que els permeti augmentar la seva eficàcia i productivitat. I prova que la resposta ha sigut més que positiva és que s'han registrat 50.000 sol·licituds en la primera convocatòria i que el Govern espanyol ja en preveu llançar una altra aquest mes de juny.

Gràcies a aquesta ajuda procedent dels fons europeus Next Generation, les empreses que compleixen amb els requisits reben un bon canvi de fins a 12.000 euros per adquirir solucions digitals d'un catàleg ofert per més de 6.000 agents digitalitzadors. Per exemple, la creació i millora de la seva web, la gestió de xarxes socials, la posada en marxa d'un comerç electrònic o l'increment de la ciberseguretat.

Per ajudar els seus clients a accedir a aquests fons, BBVA ha arribat a un acord amb Minsait, companyia d'Indra, per facilitar el procés de sol·licitud del bon digital, posant a la seva disposició un expert que els ajudarà a portar a terme tot el procés, des de la identificació de l'ajuda fins a la tramitació de la sol·licitud, passant per l'elecció de les solucions. De la mateixa manera, l'entitat també disposa de programes de finançament per a aquells projectes que requereixin una inversió extra.



JAPONIA

“Ara comptem amb alumnes de tot arreu”

Quan passes per la porta de Japonia és com si entrassis al Japó», assegura el seu fundador, Iñaki Soto. I això que aquesta acadèmia per aprendre japonès es troba en ple barri de Sants de Barcelona. Encara que en realitat és alguna cosa més que una escola, ja que també compta amb una cafeteria i organitzen viatges d'estudis o turístics al país nipó. «Els nostres alumnes no aprenen l'idioma per motius laborals, sinó per plaer», assegura Soto.

Però si per endinsar-se en aquest Japó barceloní fa falta travessar les portes del local, amb la pandèmia es va trencar aquest enllaç físic. ¿Com van sobreviure al confinament? «Ens vam digitalitzar ràpidament. Érem una escola totalment analògica, però de la nit al dia vam repartir ordinadors als professors i vam començar a donar classes per Zoom. Gràcies a l'esforç de tot l'equip vam acon-

seguir retenir el 95% dels nostres alumnes».

Una decisió que ha suposat un abans i un després per a Japonia. A l'estiu del 2020, després d'esquivar el primer impacte, van decidir invertir una petita quantitat en publicitat per Instagram per als seus intensius estius en línia i la sorpresa que es van emportar és que van rebre alumnes de tot Espanya. Així que quan es va tornar a certa presencialitat, Iñaki Soto ho va tenir clar: s'havia d'implantar un model híbrid.

«Vam fer una forta inversió per renovar els ordinadors, comprar monitors, càmeres i micròfons i cablejar tota l'escola, però ha valgut la pena. Ara tenim classes amb alumnes que poden estar tant a l'aula com connectats des de casa seva», explica Soto. I això, òbviament, ha multiplicat el públic potencial de l'acadèmia. «Ara ja no hi ha marxa enrere», assegura.