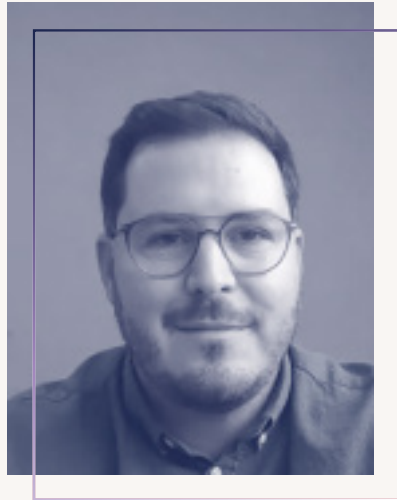


COVID-19

RETOS Y OPORTUNIDADES

talk 01





“Desde la Diputación de Barcelona invertimos en este proyecto porque **creemos en la importancia de la singularidad del comercio de proximidad.** Queremos conectar, conseguir sinergias y dar todas las herramientas posibles para generar más oportunidades.”

SR. ÓSCAR SIERRA

Diputat delegat de Comerç de la Diputació de Barcelona



“Cuantas más mujeres emprendedoras entren en proyectos, **más podrán cambiar la sociedad.**”

SRA. SOLEDAD BRAVO

Gerenta de la Gerència de Serveis de Comerç de la Diputació de Barcelona



“Lo más importante somos las personas: **equipo y clientes.**”

Nuestra prioridad fue que los talleres de confección no dejaran de existir. Hicimos más de 100.000 mascarillas. **Debemos apoyar a los artesanos españoles.**

La clave ha sido **adaptarnos rápidamente** nuevos sistemas de atención al cliente y nueva experiencia de usuario y producciones más pequeñas.

LAURA • @bimani13



“Comunicar los beneficios es básico para que haya un cambio hacia un comercio más local. **Saber quién lo hace, cómo se hace y dónde se hace.**”

Si eres creador, **tienes que traer tu idea/arte al mundo** de los átomos, no se puede quedar en la cabeza.

Entre todas debemos hacer el arte **más accesible.**

MIREIA • @mireiaysuscosas



“Es momento de invertir en mejorar tu producto. Cuidar los procesos, la comunicación y la experiencia de compra para que **el cliente sienta esa diferencia** de consumir productos hechos con alma.”

Debemos fomentar **consumir menos pero mejor.**

Nuestra actitud es lo que va a definir lo que pase con nuestra marca. Ayudar y **hacer piña entre todas** porque todas tenemos algo diferente que aportar, eso es lo interesante.

LEIRE Y ESTEFANÍA • @papiroga



“Es momento de agarrarte fuerte a lo que tengas. Producir con los recursos que tengas a mano e innovar con esos recursos. A grandes represiones, grandes liberaciones.”

La madurez de las decisiones que una empresa tome ahora **se verán en sus resultados de los próximos 2-3 años.** Desde hace un año vió claro que el crecimiento de su marca pasaba por hacerla más pequeña: cerrar tienda, reducir equipo, apostar por productos propios. Ahora demostraremos que somos buenos adaptándonos.

Si nosotras estamos bien, **nuestras empresas están bien.**

PAULA • @thesingularolivia



“Esta crisis ha sido una oportunidad para hacer limpieza en todos los sentidos.”

Sin pedidos pendientes y con los canales de venta parados fue un momento en el que dijimos "ahora vamos a pensar con tranquilidad" y volver a la esencia de la marca.

Volver a sentirnos bien cada día con lo que hacemos. Y dar trabajo para hacer crecer a los proveedores con los que estamos alineadas. Somos menos, pero más eficientes.

Me voy a divertir sobreviviendo. Voy a actuar pensando que cada día puede ser el último de Zubi. Hay muchas cosas que no controlamos y hay que interiorizarlo.

MERCEDES • @zubidesign

VOTACIONES

¿La facturación de tu negocio se ha visto reducida a causa del contexto económico relacionado con la pandemia?

59%

SÍ, LAMENTABLEMENTE

41%

NO, MILAGROSAMENTE

VOTACIONES

¿Sientes que como marca creadora, es decir emprendimiento de producto físico, esta crisis ha afectado más a esta tipología de negocios?

39%

SÍ, SIN DUDA

61%

NO ESPECIALMENTE

VOTACIONES

**Si hubiera una segunda oleada de confinamiento como la de marzo y abril.
¿Tu negocio y tú estáis preparad@s?**

90%

SÍ, HEMOS
APRENDIDO MUCHO

10%

NO, NO SOBREVIVIMOS

VOTACIONES

¿Tu liderazgo como mujer
emprendedora y líder saldrá
reforzado de esta situación?

79%

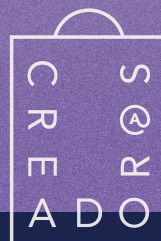
ABSOLUTAMENTE

21%

SEGURO PERO
TODAVÍA NO LO VEO

¿CO CREAMOS EL PRESENTE?

ENCUENTROS DIGITALES PARA CONVERSAR
DE NEGOCIO CON MARCAS CREADORAS



· H U B ·