

CATALUNYA EMPRENÈN INNOVADORS

Textos
Anna Cabanillas

Santander



Disseny barceloní que agrada a Àsia

BCN Brands expandeix el seu negoci a Corea i ja factura un milió d'euros, el 80% dels quals al mercat internacional

La passarel·la 080 Barcelona Fashion de l'estiu del 2013 va suposar el tret de sortida per a la firma de sabatilles i complements BCN Brand. Una ensenya nascuda, segons el seu impulsor, Pablo Caralps "gairebé per accident", però que en només 4 anys ha aconseguit introduir-se al mercat asiàtic i superar el milió d'euros de facturació. "Teníem la marca BCN Brand registrada però l'explotàvem com a agència de màrqueting i un dia vaig pensar que quedaria molt bé al damunt d'unes sabatilles. Ens vam animar i vam llançar una petita producció el març del 2013", apunta Caralps, que explica que amb la col·lecció a la mà es va dedicar a visitar botigueres per veure quines impressions suscitava.

"L'acollida va ser tan bona que vam decidir presentar-nos a la 080 Barcelona Fashion i ens van seleccionar per desfilars", afegeix l'emprenedor.

En aquesta línia, Caralps admet que des dels seus inicis la vocació de BCN Brand va ser internacional. "La 080 ens va servir per fer els primers contactes internacionals i després ens vam presentar en una fira de Las Vegas, vam muntar un petit *showroom* a Los Angeles i vam començar a treballar amb una agència de celebritats per donar visibilitat a la marca. Tot això ens ha servit per poder entrar al mercat asiàtic, molt influït per les celebritats nord-americanes i europees".

Actualment, el 80% de la facturació de BCN Brands procedeix de l'exterior, de mercats com el Japó -on



Pablo Caralps, fundador de BCN Brand, a la passarel·la 080 Barcelona Fashion

tenen presència en set grans centres comercials de luxe i botigues multimarca- el Líban, els Estats Units i França.

L'ensenya acaba de crear BCN Brand Asia, amb capital coreà, per començar a distribuir els seus productes a Corea, i en una segona fase al Vietnam, Tailàndia i Singapur. "És un mercat on podem tenir un gran recorregut, ja que valoren moltíssim la marca Barcelona i els dissenys i productes europeus", apunta Caralps.

BCN Brand, que dona feina a set persones a la seva oficina de Barcelona, va facturar 1,1 milió d'euros durant el 2016 i preveu superar els 1,5 milions d'euros durant el present exercici.



Impuls a 'start-ups' esportives

Indecat llança el programa Indesup! juntament amb l'ICEB

El clúster de la indústria de l'esport a Catalunya, Indecat, en col·laboració amb l'International Center for Entrepreneurs in Barcelona (ICEB), ha presentat fa poc el programa Indesup!, el qual té com a objectiu fomentar i donar suport a la creació i consolidació de noves empreses del sector esportiu. En aquesta primera edició, el programa pretén seleccionar entre 6 i 8 propostes empresarials de recent creació, que rebran acompanyament i mentoria per part de directius de la indústria de l'esport. Així mateix, l'Indecat crearà una nova categoria per reconèixer la millor iniciativa emprenedora al sector d'esports, els Premis Empresa i Esport que celebra cada any.



La firma de mermelades Es Im-perfect d'Espigoladors va ser un dels guanyadors d'aquests premis

Premis a l'ocupació

Acció Solidària contra l'Atur convoca la 20a edició dels guardons Josep Maria Piñol per a projectes empresarials

La fundació Acció Solidària contra l'Atur ha convocat la 20a edició dels Premis Josep Maria Piñol que, any rere any, reconeixen les entitats i empreses de la geografia catalana que treballen a favor de crear nous llocs de treball. Els dos guardons, dotats de 10.000 euros cadascun per invertir de manera íntegra en el projecte empresarial, es lliuraran el pròxim 21 de novembre al Palau Macaya de Barcelona a la millor iniciativa innovadora contra l'atur, i a la millor trajectòria a favor de l'ocupació laboral. Els participants poden inscriure-s'hi fins al pròxim 29 de setembre a través de la pàgina web de la fundació.