



COMERCIAL PAPERERA
Can Pau Birol, 14
Pol. Industrial Mas Xirgu II
17005 GIRONA
www.comercialpaperera.com

Comercial Paperera, el valor d'un equip orientat al servei de qualitat

Han rebut el Premi a la Qualitat Lingüística en el Món Empresarial de l'edició 2013, i comenten que és un reconeixement a la qualitat i a la comunicació que porta a terme l'empresa. "Un reconeixement que les coses s'han fet bé, i que ens ajuda a continuar per aquest camí i a millorar-lo", assenyala Esteve Valentí, director de Comercial Paperera i Materials d'Oficina, amb seu a Girona. Dirigeix l'empresa amb la seva mare, Roser Ventura, que assenyala: "També ha anat bé internament, perquè ha fet visible l'esforç de tot el personal, i ens demostra que val la pena".

Roser Ventura va fundar l'empresa al 1983 i acaben de celebrar el 30è aniversari. Quan se li pregunta què és el millor de ser empresària, respon: "És com ser una família. Tens la sensació que formes part d'aquesta societat i que hi aportes alguna cosa. És una manera de col·laborar en aquest món i de deixar-hi empremta. I les persones que formem part de l'empresa, som el seu valor".

Competir amb empreses internacionals

Roser Ventura ajudava al negoci del seu pare, dedicat a la venda de material d'emballatge, fins que aquest va decidir vendre's l'empresa. És llavors

"Estem en un mercat global, però el matís de proximitat és el que ens fa tirar endavant"



01.
Roser Ventura i
Esteve Valentí
a la botiga de
les seves
instal·lacions

quan, emprant el mateix nom, la Roser va decidir introduir un nou concepte de negoci a la zona. "La gent estava acostumada a comprar a la papereria del barri tot el seu material d'oficina. Però en un congrés a Àustria vaig conèixer el model que s'estava implementant a Europa: l'empresa amb gran magatzem dedicada al subministrament de material d'oficina directament a les empreses, amb venedors i catàleg propi, i contacte directe amb el client". I en això es van convertir. Afirmar que llavors el model era molt nou, per la qual cosa es va poder expandir en igualtat de condicions en comparació amb les empreses de França, Alemanya i Estats Units que intentaven entrar en el mercat espanyol i català. "A Girona vam ser els pioners, i la vam encertar, perquè molts empresaris ja estaven esperant que s'oferís aquest servei".

Al llarg dels anys, Comercial Paperera ha vist com aquest sector s'ha convertit en una àrea amb molta competència i amb una guerra de preus. També ha anat variant el nombre i el ventall de productes. "Es tracta que el client pugui triar entre una extensa gamma de marques i models, i hi ha molts fabricants. No ens podem conformar amb un estoc petit amb poques referències".

"El nostre client, a l'hora de fer una comanda entre una empresa de caire transnacional o una empresa amb el mateix producte i servei, però amb una filosofia local, opta per la segona, opta per nosaltres: perquè parlem el seu mateix llenguatge, ens comuniquem de la manera que li és més entenedora, i això ens ajuda a mantenir la cartera de clients i a anar creixent sòlidament de mica en mica a partir del compromís amb els clients que ens fan confiança i als quals, en definitiva, ens devem. Traslladem l'oferta i la gamma, el producte i el servei, amb un tracte proper, i quan el client capta aquest tarannà s'estableixen relacions comercials duradores i de qualitat", explica Esteve Valentí. I puntualitza que Comercial Paperera comunica en català, "com un aspecte d'absoluta normalitat. I



aquesta comunicació ens aporta valor afegit com a empresa”. “Estem en un mercat global, però el matís de proximitat és el que ens fa tirar endavant”, reflexiona Roser Ventura.

Comercial Paperera també prioritza els proveïdors del territori. “El producte nostre d’oficina és majoritàriament el mateix a tot arreu, perquè són marques internacionals, però comprem als distribuïdors del territori. Són igualment empreses del teixit català, perquè tot i que importin el producte tenen empleats d’aquí, siguin comercials, reparadors o administratius, i generen ocupació”. A banda, expliquen que hi ha una sèrie de productes dels quals no cal cercar la marca, que intenten tant com poden, comprar a empreses catalanes.

Qualitat de servei

“Estem orientats cap a la qualitat en tots els processos comercials de l’empresa: venda al client i tracte amb el proveïdor. El proveïdor veu que Comercial Paperera cuida el producte i el trasllada bé al client. La qualitat és clau per a nosaltres en tots els aspectes, també en el factor lingüístic, perquè és molt visible: comunicar bé també vol

“La qualitat és clau per a nosaltres en tots els sectors, també en el factor lingüístic, perquè és molt visible”

dir escriure i parlar correctament sobre els productes que comercialitzem. Perquè es faci visible aquest factor externament, s’ha de treballar la millora contínua internament”.

Així com altres competeixen només sobre la base del preu, Comercial Paperera, per ser competitiva, a part de lluitar també per oferir la millor relació qualitat-preu opta per diferenciar-se per quelcom més, per “un servei de qualitat excel·lent”. Continua operant amb la premissa clàssica de cost-marge-venda, mentre que, assenyalen, les grans empreses del sector són rendibles gràcies a estructures financeres basades en el gran volum. “Aquest valor afegit en tant que serveis de qualitat s’ha de notar en tot, ha de formar part de la cultura d’empresa: per això els treballadors han d’estar implicats, les furgonetes netes, la botiga arreglada, els venedors eficients, el catàleg molt cuidat, etc.”, especifica Roser Ventura.

02.
L’equip
de Comercial
Paperera



“Nosaltres tenim equilibri perquè tenim clients de molts sectors diferents”

En iniciar el negoci, tan sols hi havia un treballador, ella mateixa. Rebia les comandes al matí i anava a repartir a les tardes. Al cap d'un any va poder contractar un treballador i l'empresa creixia a tan bon ritme, abans de la crisi, que incorporaven una persona a l'any. “Som vint, i no hem reduït la plantilla ni hem rebaixat sous ni horaris”, comenta. “Al contrari, hem invertit en vehicles, ordinadors, tecnologia, etc., durant aquests cinc anys, tot i que hi ha hagut una davallada en les vendes. Hem augmentat els serveis, oferint més proximitat i atenció al client a través de cursos que han rebut els venedors. Hem treballat també l'efectivitat i productivitat del nostre personal a través de formacions”.

Preparats i perseverants davant la crisi

“El mercat s'ha reduït i els clients en general, han passat a gastar menys”, afirma Esteve Valentí. Han notat una davallada de vendes, però assenyalen que van decidir no espantar-se i implementar estratègies. Una ha estat la inversió en tecnologia i formació. “La productivitat és bona, tot i que el benefici pur ha minvat en relació al volum de treball de l'empresa. Ens esforcem, ens reinventem dia a dia per millorar, per tal de mantenir la nos-

tra cartera de clients i fer-ne de nous. El consum està com està, el pastís s'ha reduït i els distribuïdors que incidim en el mercat som els que som, i aquesta lluita per mantenir i captar nou consum passa per l'excel·lència en què oferim i com ho traslladem al client. Aquest punt implica treballar internament per la qualitat en tots els seus aspectes, el que fa que externament el client en surti beneficiat”. En aquest sentit, també han decidit incidir més en el client petit, les micropimes, així com en una aposta clara per ampliar les vendes a través de la pàgina web “per tal d'arribar allà on amb l'estructura de la venda comercial tradicional no acabem d'accedir”. Tot això per contrarestar així la baixada de consum d'altres clients i, en definitiva, augmentar les vendes.

Financerament, expliquen que han estat previsors. “Nosaltres ja fa anys que vam liquidar la inversió i vam decidir guardar els beneficis de l'empresa per quan hi hagués un mal moment, però hi ha moltes empreses que s'han trobat amb la crisi quan les inversions encara estaven a mig pagar.”

“El pitjor de ser empresària és que, quan un client et deixa de pagar, estem sols davant aquest fet”, conclou Roser Ventura. Esteve Valentí matisa: “Nosaltres tenim equilibri perquè tenim clients de molts sectors diferents, però si depens de pocs clients i d'un mateix sector, i falla una cosa o altra, et poden desestabilitzar financerament l'empresa”. ■