

EXPECTATIVAS

SUPLEMENTO PATROCINADO POR CAJAGRANADA Y CAJA RURAL DE GRANADA

IDEAL 12 de noviembre de 2006

Empresas con **estilo**

MERCADOS Las firmas de decoración han dejado de ser un lujo al alcance de pocos para convertirse en casi una necesidad. El sector ha crecido un 19% y sigue su tendencia al alza

Las empresas dedicadas a la decoración, tanto de las viviendas como de empresas, se han convertido en un negocio pujante. Según un estudio de 'Franquicia.com', el número de negocios del sector se ha incrementado un 19% desde 2002 y mantiene su despegue. Las empresas se convierten en sus principales clientes y reclaman cada vez más nuevas tendencias como el Shen Shui. La compra de segundas viviendas por extranjeros refuerza las firmas que mezclan el diseño con nuevas tendencias. > 2 Y 3

Cordesegur, una firma oscense que envía el cordero por mensajero

EMPRENDEDORES La empresa oscense Cordesegur ha caminado un paso más en la promoción del Cordero Segureño. La fórmula funciona a la perfección, como muestra una facturación de 45.000 euros en los primeros meses de vida. Durante este ejercicio, su volumen de negocio se ha incrementado un 103% respecto al mismo periodo del año 2005. > 4

La mejor Escuela de Negocios del mundo, con sede en Granada

FORMACIÓN La Confederación Granadina de Empresarios ha alcanzado un acuerdo con ESADE, considerada la mejor Escuela de Negocios del mundo por la publicación especializada 'The Wall Street Journal'. Los altos directivos de la provincia podrán aprovechar su 'Program for Magna-ment Development'. > 6



Para exponer en

MERCADOS EL estilo cuenta. Y no sólo por una cuestión de moda. Las empresas dedicadas a la decoración y el diseño de interiores viven una etapa de crecimiento continuado desde hace más de un lustro. El sector ha incrementado su presencia en Granada un 19% desde el año 2000 y sigue creciendo. Se imponen las tendencias asiáticas para conciliar un mejor clima, especialmente en el diseño de empresas y centros comerciales. La compra de viviendas por extranjeros ha incrementado la demanda de estos servicios más de un 30%, especialmente en Fhen Shui

MARÍA RUIZ
GRANADA

Hay empresas con mucho estilo. Al menos, con tanto como para para vivir de él. El sector de la decoración y el diseño de interiores crece a ritmos desorbitados y marca tendencias. Lo hace superando prejuicios anteriores o la dejadez de una clientela potencial que consideraba que este tipo de acciones estaba fuera de su alcan-

ce. Contratar a un decorador de interiores o a un estilista ha dejado de considerarse un lujo al alcance de pocos para convertirse en casi una necesidad.

Lo demuestran los datos de un sector que crece de manera continuada desde hace más de un lustro y que, desde 2002, se ha visto inmerso en un 'boom' notable empujado por las tendencias orientales. Según un estudio elaborado por 'Franquicias.com' en las diferentes provincias andaluzas, el número de empresas dedicadas al sector ha crecido un 19% en los últimos tres años. Un porcentaje muy alejado de otros sectores tradicionales y que muestra el 'enganche' al sector del público

de a pie. Los principales clientes de las firmas dedicadas al diseño y la decoración son los extranjeros que compran una segunda vivienda en la provincia, los centros comerciales y las empresas, casi con independencia del sector al que pertenezcan. A pesar de eso, las inmobiliarias, las joyerías y las firmas con presencia nacional lideran la lista de clientes del sector aún con una amplia diferencia.

Ronovarse o...

Y la provincia no ha querido permanecer al margen de un nuevo negocio que precisa grandes dosis de originalidad y estilo y ofrece a cambio sustanciosos beneficios. Pero no todo ha sido ni tan rápido ni tan sencillo. Casi el 80% de las firmas que llevan más de un

lustro trabajando en la provincia nacieron como un comercio más pero dedicado a la venta de muebles o artículos de decoración. Sin embargo, el incremento de la demanda de servicios de estilismo ha provocado una reconversión de un importante número de firmas granadinas, que han apostado por contratar a personal cualificado para orientar a su clientela. Se trata de buenos consejos, -de estilismo y decoración en este caso- y eso tiene su precio.

En Granada funcionan una veintena de empresas especializadas que intentan sobrevivir al empuje de arquitectos de interiores o establecimientos de implan-

Los extranjeros protagonizan la demanda de este sector y representan el 30% de la clientela

tación nacional y grandes campañas publicitarias. A esta rama pertenece la empresa Graco, una firma granadina que nació como una especialista en Corian -un producto muy moldeable y al mismo tiempo, resistente-, un material de alta tecnología con el que «cualquier proyecto es posible», apuntan sus responsables. .

«Nuestra empresa pertenece a la red de calidad Corian, Quality Network, lo que le dota de la preparación y experiencia que exige trabajar con este material de altísima calidad. Nos comprometemos a ofrecer los más altos niveles de calidad y servicio a nuestros clientes, garantizando una impecable ejecución en nuestros proyectos con Corian realizando correctamente su transformación, instalación, reparación y mantenimiento», recalca esta empresa, que desarrolla proyectos en toda Andalucía .

Y firmas locales

Pero Granada también cuenta con firmas locales capaces de responder a las necesidades del cliente más exquisito. Con esta filosofía trabaja el equipo técnico de arquitectura de La Galería Arte y Dise-

El Fhen Shui, o la plantilla que trabaja mucho más

EN PROFUNDIDAD Maru Canales ultima en la provincia el diseño de la sede de una empresa nacional con las bases de esta técnica milenaria. Las empresas apuestan por invertir en este tipo de diseños porque obtienen rentabilidad: la plantilla incrementa su rendimiento más de un 20%

M. RUIZ
GRANADA

Maru Canales, consultora internacional de Wof.com, ya ha caminado sus primeros pasos en la provincia. Aún no puede mostrar su estilo a nadie pero lo hará en breve, ya que cuenta con el apoyo de una empresa de ámbito nacional que la ha contratado para convertir una 'aburrida' oficina en un verdadero centro de Fhen Shui. La inversión resulta, por los datos que ofrecen las estadísticas,

más que rentable. Los negocios que deciden convertir sus oficinas o establecimientos de venta en un modelo de esta técnica milenaria incrementan su rentabilidad más de un 20%. Ya no se trata de aportar estilo sino que las cuentas mandan.

«La situación del entorno -la belleza, el orden, la luz natural...- incide directamente en el rendimiento de la actividad que se este llevando a cabo. Y es que el contexto predispone a los individuos

a liberar o bloquear la dimensión emocional que marca la diferencia en el trabajo. En el fondo esto lo sabemos de forma intuitiva desde hace tiempo, si quieres una cita romántica, tus probabilidades de éxito serán infinitamente mayores si llevas a tu pareja a un buen restaurante, con flores, violines y velas. En cambio, las propuestas románticas en un McDonalds suelen dar perores tasas de éxito... Siguiendo estos conocimientos básicos funciona el Fhen Shui»,



casa

ño, que abarca tres ámbitos de actuación: el diseño, la decoración y la arquitectura interior. Trabaja en virtud de la ergonomía aplicada al mobiliario y espacio, originando así un diseño personalizado y adaptado a las necesidades del cliente. Pretenden apostar por espacios artísticos y funcionales, recurriendo a las últimas tendencias artísticas, el sentido con-

ceptual, funcional y ergonómico de las formas y objetos, la arquitectura adaptada a las necesidades del usuario y la excelencia en servicio y materiales.

Sin embargo, la última moda en cuanto a tendencias de decoración consiste en apostar por los estilos milenarios y asiáticos. Y todo, con el respaldo de las estadísticas y el buen funcionamiento de este tipo de prácticas. En China, más del 40% de los negocios recurren al Fhen Shui para mejorar el trabajo en equipo y aumentar la rentabilidad de la empresa. No en vano, y según los estudios elaborados en empresas que han rediseñado su ámbito laboral para adaptarlo a los dogmas del Fhen Shui, la rentabilidad de una empresa se incrementa hasta en un 21% después de 'redecorar' la oficina.

Para que este tipo de estrategias orientales se implanten en la provincia aún queda tiempo, aunque ya se han caminado los primeros pasos, especialmente en centros comerciales y grandes empresas nacionales.

Un ejemplo de esta creciente tendencia reside en Octo. Se trata de la primera consultora española de Feng Shui para los nego-

cios. Es una iniciativa de Maru Canales, consultora internacional de Wof.com, Máster en Práctica de Feng Shui y Máster en Consultoría de Feng Shui por la Escuela de Lillian Too.

El empuje de la Costa

En la provincia, y especialmente en la Costa, prolifera en número de extranjeros que compra una segunda vivienda y pretende convertirla en su hogar. El desembolso medio para contratar a un diseñador de interiores resulta accesible -unos 1.200 euros-, aunque hay que sumarle el coste de los muebles y el resto de objetos que ambienten ese diseño.

Pero resulta un precio normal para los extranjeros. Más del 30% de estos nuevos granadinos demanda a sus inmobiliarias y constructores que el diseño y la organización de la vivienda contemple las ordenanzas del Fhen Shui. Nace un nuevo negocio y, una vez más, con tintes milenarios y orientales.

Firmas granadinas como 'Galería arte y diseño' remodelan y diseñan cualquier tipo de edificación

de viajes, inversores financieros, centros comerciales, guarderías, fábricas, estudios de decoración...», recalca esta empresaria y diseñadora.

Y los precios

El coste de un estudio de Feng Shui es proporcional al tamaño del espacio, al número de habitantes y a los objetivos que se pueden conseguir. «En la inversión de un negocio este coste implica decimales porcentuales de la mis-

ma; si lo que vamos a llevar a cabo es una reforma, no creo que llegue a superar el 5% del coste del proyecto; y, si no estamos en nin-

guno de los casos anteriores es un coste que perfectamente se puede imputar al mantenimiento de las instalaciones, porque dudo que

suponga más del 20% del alquiler mensual», defiende la directora de Octo. Así las cosas, y con tarifas que se adaptan a las necesidades de los clientes, cada vez más empresas apuestan por comprobar los supuestos beneficios de esta técnica milenaria.

«Actualmente estamos trabajando con una empresa inmobiliaria de reconocido prestigio internacional y, buscando localizaciones para un Centro Comercial en varias provincias», recalca. Considera que el éxito de este mercado está garantizado porque los granadinos -en general todos los españoles- pasan un porcentaje muy elevado de su tiempo en las oficinas y, además, consideran que el diseño de sus empresas influye en los estados de ánimo, la concentración y el rendimiento laboral.

Las estadísticas lo dejan claro: El 46% de los empleados piensan que el diseño del lugar de trabajo no es una prioridad en sus empresas y ello es debido a la reducción de costes, pero un tercio de los encuestados creen que es de gran importancia que sus actuales oficinas no promuevan la salud y el bienestar. Sólo un 42% está orgulloso de su oficina y se siente bien llevando allí a sus clientes.

explica Maru. Entre su cartera de clientes se encuentran todo tipo de establecimientos y muchos particulares que quieren mejorar su estabilidad, física y emocional. «Mis clientes son de lo más diverso a nivel personal y profesional. He trabajado para locales comerciales de sectores tan diferentes como la moda o la restauración, también en pymes y multinacionales: desde bufetes de abogados, consultoras, empresas de publicidad y comunicación, agencias

Más del 40% de los empleados reconoce no sentirse bien en su puesto de trabajo por la falta de estilo

Los estudios demuestran que el ambiente adecuado hace que aumente el rendimiento laboral

