

ICONO SERVEIS CULTURALS

L'etiqueta de presentació de les dues joves empresàries barcelonines que ens ocupen en aquestes dues pàgines, Icono Serveis Culturals, provoca sovint una certa cara d'estranyesa en els seus interlocutors. **"L'expressió serveis culturals encara no és massa coneguda actualment, però creiem que, per l'evolució que segueix la societat, d'aquí a deu anys segur que això ja no passarà"**, diu la Mònica Enrich.

Ella i la Blanca Espa van crear la seva pròpia empresa ara fa dos anys, i comencen doncs per explicar-nos que el concepte és molt ampli. Engloba tots aquells serveis relacionats amb la cultura que s'ofereixen a un ampli ventall de receptors: les escoles, les empreses, les famílies, les institucions...: **"Nosaltres organitzem, per posar exemples concrets, visites a museus, recorreguts per la ciutat, un dinar per fer un tast de vins catalans, cicles de conferències..."**

Licenciades ambdues en Història de l'Art, feia ja més de tres anys que els voltava pel cap la idea de crear una empresa d'aquestes característiques, però avui reconeixen que al principi no sabien molt bé per on anaven: **"La veritat és que no vam dedicar-nos a fer grans estudis de mercat. Per damunt de tot, ens agradava enormement la idea, i ens va acabar de convèncer el fet de veure-li possibilitats de ser portada a terme"**, subratlla la Blanca.

Passar-la a la pràctica els ha comportat, com és lògic, prou dificultats. **"Ho hem sabut superar amb molta constància. Un cop ens vam decidir a crear l'empresa, ja teníem al cap la idea ben clara del que volíem. Si ho persegueixes sense desistir, al cap d'un temps arriben els fruits, però triguen. És per això que s'ha de ser persistent i no abandonar"**, aconsellen.

A més de tenir una pàgina web pròpia a Internet i haver aparegut a importants mitjans de comunicació, les dues sòcies d'Icono van anar promocionant-se mitjançant trucades telefòniques a possibles clients: **"En concertar una entrevista i explicar-los els serveis que oferíem, sovint ens passaven de departament en departament, perquè no entenien ben bé a qui li pertocava atendre'ns."**

Així doncs, la Mònica i la Blanca els havien de posar exemples concrets, perquè s'entengués la idea. ¿Qui s'encarrega, de passejar per la ciutat els clients estrangers, a la seva empresa?, els preguntaven. A nosaltres ens ho explica la primera: **"Si ho feia la seva secretària, els explicàvem que podia ser interessant que ella es quedés a l'oficina fent la seva feina. Nosaltres els preparam un recorregut per Barcelona que serà molt més professional."**

Icono, d'altra banda, treballa d'una manera totalment flexible. No té uns serveis estructurats fixes sinó que s'adapta a les necessitats concretes de cada client: **"Ens entrevistem amb ells i els demanem tot el que necessitem saber: de quantes persones serà el grup, quina és la seva professió i les preferències que tenen, si ja han visitat Barcelona en el cas que siguin estrangers, què els pot venir més de gust, i amb aquestes dades dissenyem un itinerari per la ciutat per a un grup de congressistes o una visita d'una escola a un museu..., el que ens hagin demanat."**

En aquests dos anys, Icono ha treballat amb molts col·legis de Barcelona, i és que aquestes sortides els funcionen molt bé, perquè així com per als mestres és complicat passar de l'aula, on dominen les matèries i controlen bé els alumnes, a conduir els nens pel carrer i explicar-los les coses de la ciutat, elles ja ho tenen per la mà. L'experiència de la Blanca i la Mònica, en aquest camp, els permet resoldre amb èxit petits entrebancs que farien que aquella sortida fos un fracàs, o no s'aprofitessin al màxim les seves possibilitats.

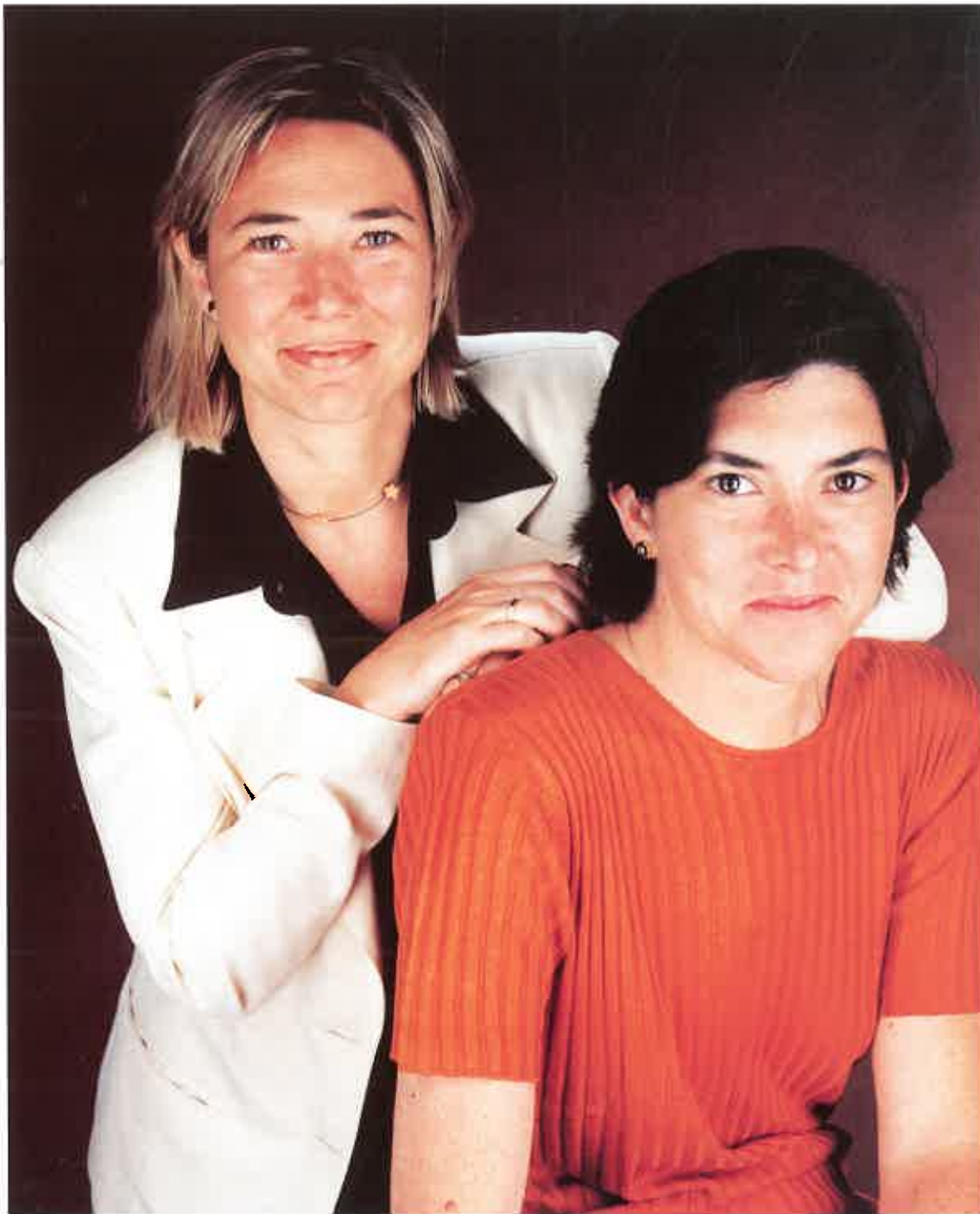
Icono procura també diferenciar molt bé entre els diversos tipus de clients. Les seves dues sòcies no volen que se les confongui amb una empresa de turisme, de manera que en un recorregut per un barri no se centren només en l'art, sinó també en les tradicions, els costums, el folklore... Per a la Blanca i la Mònica tampoc no és el mateix fer una visita per a un grup d'advocats que per a un d'arquitectes. **"Intentem especialitzar-nos, adaptar cada servei als gustos del grup, i això requereix una imprescindible tasca d'informació. Ens passem hores consultant les biblioteques, i Internet també ens ha ajudat molt"**, recalquen.

Dins del ventall de serveis que poden oferir, els encanten les visites a porta tancada. Darrerament, comenten, a Barcelona s'han posat força de moda, i solen tenir molt èxit, probablement perquè els clients se senten tractats de manera especial: **"Quan una empresa organitza una convenció, o bé un col·lectiu professional té un congrés, el nombre de persones que mouen és molt elevat. Això ens permet reservar algun dels espais emblemàtics de la ciutat, com la Sala Marquès de Comilles de les Drassanes, o la Sala Oval del Palau Nacional. Abans del sopar els convidats poden visitar el museu, que en aquell moment és només per a ells"**.

Cal assenyalar també que en dos anys Icono ha prosperat ràpidament, tant és així que la Mònica sospita rient que **"això no pot durar gaire"**. El seu objectiu a partir d'ara, doncs, és fidelitzar els clients. No volen que aquests augmentin massa en nombre, sinó mantenir la línia actual de l'empresa. No és un enfocament freqüent en aquests temps de capitalisme ferotge, però la Blanca i la Mònica semblen tenir altres prioritats.

Al despatx són només tres, elles dues i una altra noia, però també treballen amb col·laboradors que els fan les visites a clients i amb una empresa externa que els porta la part econòmica del negoci. La Blanca i la Mònica són dues joves emprenedores que saben moure's amb agilitat i dinamisme en el seu entorn, i aconsegueixen, amb l'esforç que calgui, combinar-se les seves activitats.

Pel que fa als problemes del dia a dia de l'empresa, tenen la sort d'aconseguir sempre arribar a una decisió comuna sobre qualsevol aspecte que estiguin debatent. Cedeixi qui cedeixi, després de discutir una estona al seu despatx sempre surt la fumera blanca i... *habemus papa*. La solidesa de Icono Serveis Culturals rau en aquesta capacitat per arribar al consens, superant així, segons ens confessen, la major tendència de la Mònica a perdre els nervis, de la Blanca a l'idealisme, o qualsevol altre inconvenient. Parlant la gent s'entén i, sovint també, parlant i pactant, tiren les empreses endavant. A Icono, almenys, ho fan així.



Mònica Enrich i Blanca Espa - Barcelona (el Barcelonès)