

## ► EMPRENEDORIA

# Una empresària local 'ven' el Nepal i el Tibet a Barcelona

Amb l'establiment 'Himalayan Paradise' ofereix artesanía, cultura i tradicions

RAQUEL PALOMARES / BARCELONA

Himalayan Paradise és un espai on es dona a conèixer l'artesanía, l'art i la cultura del Nepal i el Tibet a Barcelona. Un projecte amb doble nacionalitat: catalana i nepalesa, que es va posar en marxa fa dos mesos. L'Alba Zaragoza, una jove emprenedora de 24 anys de l'Ametlla de Mar amb formació en comunicació, i en Puskar Joshi, un empresari de Katmandú, van compartir la seva preocupació pels artesans de l'Himàlaia, i van decidir aportar-hi el seu gra de sorra.

El resultat? Una acollidora botiga al barri de Gràcia, en la qual podem trobar diferents articles d'artesanía, art, peces de roba i tes. L'Alba Zaragoza, nascuda a l'Ametlla de Mar i resident a Reus, explica que estan especialitzats en l'origen, per això el ventall de productes ha de ser molt ampli, i que són la primera botiga de Barcelona que importa art i tes directament del Nepal i el Tibet. «Els millors tes negres del món es troben al Nepal, i el que ens sorprèn és que ningú abans no els hagi exportat».

Joshi i Zaragoza han vist com el Tibet està patint l'opressió xinesa, i la gent que es dedica a les arts tradicionals tibetanes ha d'emigrar -el Nepal és un dels països que exilia més tibetans-. I a l'hora, de la mateixa manera que al Nepal, on l'artesanía té una gran tradició i prestigi, es troben amb una forta competència de l'Índia, que fa productes més es-

tandarditzats i industrials. Per això, s'asseguren que les matèries primeres siguin d'origen natural i vinguin del Nepal o el Tibet, i que tots els productes hagin estat produïts sota els criteris de comerç just.

Tenen un col·laborador al Nepal que fa el seguiment de les condicions de producció, controla els proveïdors perquè paguin el mateix sou a homes i dones, i no hi hagi treball infantil.

#### Responsabilitat social

«L'esperit d'Himalayan Paradise és fer que totes les persones que es dediquen a l'art i l'artesanía ho puguin continuar fent, d'una manera sostenible, i crear xarxes socials per contribuir al desenvolupament del país», comenta Zaragoza. A més, part dels seus beneficis es destinen a l'ajuda d'algunes ONG que treballen des de Barcelona i cooperen directament amb el Tibet i el Nepal, o bé a altres ONG autòctones.

Crear una empresa en moments de crisi té molt mèrit. Alba Zaragoza diu que la qüestió d'emprendre en aquest moment ha vingut donada per un moment personal òptim. Era una idea madurada, que havia buscat el seu encaix al mercat, i que els entusiasma. «L'empresa són tres vectors molt clars: mercat, emprenedor i empresa. Nosaltres, com a emprenedors, estàvem preparats, la idea de negoci estava clara i el pla d'empresa deia que tenia sentit... El mercat és només el tercer vèrtex», apunta Zaragoza. També van buscar



Alba Zaragoza, de l'Ametlla de Mar, admira la riquesa d'esperit del Nepal. R.P.

l'oportunitat que els oferia la crisi: lloguers més baixos a Barcelona.

«Som petits emprenedors, tot el que hem posat aquí és perquè ho hem estalviat, més un microcrèdit, i això ens va ajudar molt».

Aquesta jove emprenedora ens parla de la diferenciació estratègica d'Himalayan Paradise. «Vam veure que, per trobar un lloc al mercat, no només ens havíem de dedicar a la importació i venda, sinó

també a la transmissió cultural, i oferir, així, un mix de productes i serveis».

En aquest sentit, a partir de setembre, s'habilitarà un espai a la botiga on dos o tres dies a la setmana es faran xerrades, activitats, pràctiques de ioga i meditació, tallers de danses budistes tântriques, tasts de tes... i on tindran també un lloc les ONG amb què participen, per a fer xerrades i donar a conèixer els seus projectes. ■

## -BREUS-

#### ✓ TARRAGONA, ÚNICA PROVINCIA CATALANA EN DONDE CRECE LA PUBLICIDAD

Tarragona es la única provincia catalana en donde el pasado año creció la inversión publicitaria en el conjunto de Catalunya, según se desprende del *Estudio d'Inversió Publicitària a Catalunya de l'any 2008*, que promueve la Asociación Empresarial de Publicidad.

En concreto, en Tarragona, y durante el pasado ejercicio, se invirtieron un total de 14,7 millones de euros en publicidad, un 17,1 por ciento más respecto a un año atrás.

Un aumento que, según remarca el mencionado estudio, fue debido al incremento de los presupuestos publicitarios de compañías como Basf, Borges o PortAventura. Asimismo, el contingente de anunciantes aumentó en número en las comarcas de Tarragona un 1,4 por ciento.

En el conjunto de Catalunya, la inversión publicitaria en 2008 ascendió a 1.308 millones de euros, como resultado de los 7.600 anunciantes que potenciaron su imagen de empresa mediante un anuncio. De esta cantidad, 1.266 millones fueron contratados en Barcelona; 18,3 millones en Girona y 6,7 millones en Lleida. En el conjunto del Estado la inversión publicitaria contabilizó los 6.595 millones de euros gracias a los más de 47.000 anunciantes.

Los sectores más predispuestos a anunciarse: distribución, construcción y energía. /C.M.R.

Nuevo centro industrial y comercial  
Superficies: desde 2.435m<sup>2</sup> a 480m<sup>2</sup>  
A pie de Autopista AP-7. Salida 32

**667 766 655**

JAUME GUASCH  
JG\_Gestió Immobiliària

**CEU**  
www.grupceu.com

## LOCALES Y NAVES EN TORREDEMBARRA

