

**ECOGOTS FABRICA,
TU FAS EL CANVI**

Paloma Nouhaud
Ona Osuna
Aina Pons
Aina Renau
Marta Saborit



ecogots®

Ecogots

L'ESTUDI DE MERCAT



INTRODUCCIÓ DEL PROJECTE	01
Quin treball hem dut a terme	
ECOGOTS, LA MARCA	02
Presentació de l'empresa	
EL PROBLEMA	03
Descripció del problema de consum	
BENCHMARKING	04
Analitzem la competència	
BUYER PERSONA	05
Informació dels possibles clients.	
ENTREVISTES	06
Context i perfil dels entrevistats	
CONCLUSIONS	07
Anàlisi de les entrevistes	
INSIGHTS	08
RECOMANACIONS	09
Recomanacions per a l'empresa.	
ANNEXOS	10
Transcripcions.	



INTRODUCCIÓ DEL PROJECTE



En aquest estudi de mercat de la marca Ecogots, dedicada a la producció i venda d'envasos reutilitzables i responsables amb el medi ambient, volem ajudar la marca a trobar quins són els seus punts forts i les seves àrees de millora per tal d'aconterar als seus clients reals i aconseguir arribar al seu públic potencial.

D'aquesta manera, en primer lloc, hem dut a terme una recerca minuciosa i hem contactat amb l'empresa per tal de conèixer bé Ecogots i el seu producte. Posteriorment, hem contactat amb el públic de la marca, tant real com potencial, per esbrinar quines són les seves necessitats i com Ecogots podria satisfer-les.

Amb tot això, al final del projecte hem pogut elaborar una sèrie de recomanacions per a l'empresa per tal d'ajudar a la marca en la seva evolució i donar a conèixer aquest projecte que disposa d'un impacte molt favorable per al medi ambient.

ECOGOTS, LA MARCA



PRESENTACIÓ DE L'EMPRESA



ECOGOTS NEIX AMB UN OBJECTIU

Dissenyar i fabricar envasos reutilitzables, resistents i respectuosos amb el medi ambient. El seu compromís es basa a oferir principalment envasos reutilitzables fabricats amb materials innovadors, sostenibles i ecològics, sense renunciar a la qualitat, al disseny i a la funcionalitat.

Tot això és possible amb un canvi dels hàbits de consum i adaptant-se a les noves normatives, sempre seguint el seu compromís mediambiental.



MISSIÓ

Dissenyar i fabricar productes 100% reutilitzables i reciclables.

VISIÓ

Ser una de les principals empreses compromeses amb la sostenibilitat i el medi ambient.

VALORS

Optar per un desenvolupament sostenible, fomentant l'economia circular i comprometre's socialment.



PER QUI FABRIQUEN?

Actius i activistes, conscienciats, responsables. Persones que busquen posar en pràctica valors necessaris, que ens fan avançar com a societat.

Transparència, sensibilitat ambiental, sostenibilitat, economia propera. Un ús més sensat dels productes. No es renuncia a la qualitat.

Innoven, desenvolupen, fabriquen per col·lectius, per institucions, per empreses, per comunitats, per persones.

Pel planeta. Una proposta per a gent diferent.



Per la seva fabricació utilitzem pellofa d'arròs procedent del Delta de l'Ebre (patentat per Oryzite), formant un 60% del total de l'envàs. L'altre 40% és propilè, que li aporta més durabilitat i resistència.

La seva principal diferència és que aprofiten matèries primeres, fomenten l'economia circular i redueixen la contaminació i les emissions de CO₂.

Són envasos resistents, duradors i amb un atractiu ecodisseny, pensats per poder ser usats diàriament.

Són opacs i tenen un aspecte més natural, a causa de la matèria primera, que els fa únics i diferents.



Características únicas de Oryzite:

- Mejora el ciclo de moldeo
- Mejores propiedades mecánicas
- Menor consumo de energía y temperatura durante en la inyección
- Menor tiempo de fabricación
- km0

km0

TOT EL QUE ES PROPOSEN, HO FAN.



Des del punt de vista sanitari, els envasos han de ser segurs i no alliberar residus. D'altra banda, des del punt de vista de la duració, han de ser consistents, tenir una vida útil i llarga, i han de ser reciclables al final del seu cercle. Per això, són rigorosos durant tot el procés de fabricació.

-72% CO₂

REDUCCIÓ DE LA PETJADA DE CARBONI: Han aconseguit reduir l'emissió de CO₂ fins a un 72%. Això és degut al material utilitzat a la fabricació, al mateix procés i a la procedència de la matèria primera. Fabricació nacional.

ZERO RESIDUS: Fomenten la reutilització: és l'única forma de disminuir els residus. A més, reutilitzant eviten fabricar l'excés de nous productes. Estan 100% involucrats en l'economia circular.



ENVASOS OPACS, POLÍTIQUES TRANSPARENTS.

Estan en tot moment per aclarir dubtes, facilitar les coses, per poder portar la sensibilitat mediambiental als esdeveniments, concerts, festivals, presentacions o reunions.



EN UN ESDEVENIMENT
MULTITUDINARI ON
S'UTILITZEN 500.000
GOTS, S'ESTALVIEN 9
TONELAJES DE
PLÀSTIC

500 Mil -9 Mil

HI HA DUES OPCIONS DE RECICLATGE:

1) A través del seu sistema de reciclatge: No s'escapa cap envàs al medi ambient, els gots tornen a la fàbrica i un cop recuperats, reciclen el material per poder fer nous productes. Quin és el procés?

- Recuperen els envasos sobrants
- S'higienitzen i es trituren
- Es mescla un % de material nou amb material reciclat
- Es fon i s'injecta, obtenint altres productes, tancant el cercle completament.

2) Reciclatge convencional al contenidor groc.

**REUTILITZA
REUTILITZA
REUTILITZA
REUTILITZA
REUTILITZA
REUTILITZA
I RECICLA**



LA HISTÒRIA



L'experiència de més de vint-i-cinc anys al sector de les arts gràfiques i la personalització de productes per festivals de música i altres esdeveniments, porta a Joan Cristina i Elisabet Zaragoza a ser observadores directes de l'ús i el residu de milers de milions de gots d'un sol ús en tota mena d'esdeveniments.

Després d'un procés d'investigació que dura diversos anys i després d'aconseguir un got segur fet de pellofa d'arròs i propilè, neix EcoGots el 2020.

Una solució eficaç, sensible, sensata i diferent per reduir el problema de fabricació i generació de residus plàstics.

EcoGots s'ha convertit en la primera i única empresa europea de fabricar envasos reutilitzables i personalitzables a partir de Oryzite (pellofa d'arròs amb origen al Delta de l'Ebre) per a la fabricació d'aquests.





Fitxa tècnica

Apte per a fer-ne un ús alimentari: compliment de la norma UNE-EN II86: 2002.

Apte per al microones: fins a 900 W.

Apte per als rentavaixelles: cicles industrials fins als 95 graus.

Apte per fred i per calor: poden contenir aliments u begudes fredes o calentes. Són resistent.

60% Oryzite / 40% PP: tots els envasos estan compostos d'un 60% de pellofa d'arròs i un 40% de propilè. Tècnica de fabricació: injecció.

Personalitzable: es pot escollir el color de l'envàs i el disseny a aplicar.

Reutilitzable: segons la norma UNE 53928: 2020.

Reciclable: al contenidor groc.

Self-recycling: disposen d'un sistema de recuperació del material per fabricar altres productes.

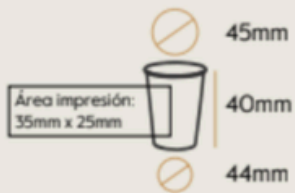
Apilable: perquè ocupen menys espai.

KM0: la pellofa d'arròs prové del Delta de l'Ebre i es fabrica tot en territori nacional.



01.0050

Capacidad: 50ml / 1,7 oz
Peso: 8 gr
Caja: ud
Palet: cajas

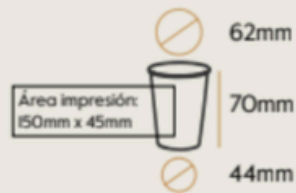


01



01.0110

Capacidad: 110ml / 3,7 oz
Peso: 10 gr
Caja: 1296 ud
Palet: 48 cajas

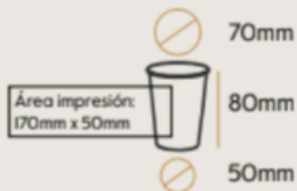


01



01.0165

Capacidad: 165ml / 5,5 oz
Peso: 13 gr
Tapa: 05.0070
Caja: 640 ud
Palet: 48 cajas

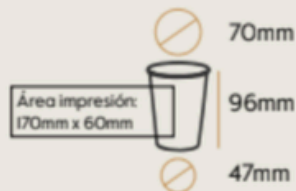


01



01.0200

Capacidad: 200ml / 6,7 oz
Peso: 17 gr
Tapa: 05.0070
Caja: 560 ud
Palet: 48 cajas

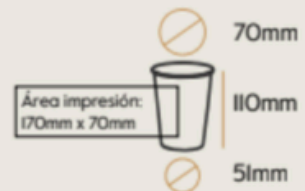


01



01.0250

Capacidad: 250ml / 8,4 oz
Peso: 23 gr
Tapa: 05.0070
Caja: 352 ud
Palet: 48 cajas

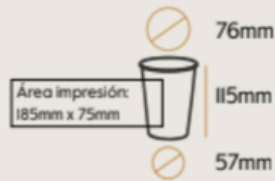


01



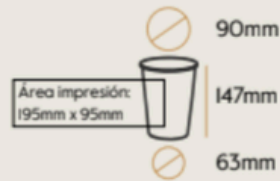
01.0330

Capacidad: 330ml / 11 oz
Peso: 26 gr
Tapa: 05.0076
Caja: 540 ud
Palet: 24 cajas



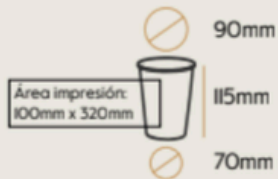
01.0400

Capacidad: 400ml / 20oz
Peso: 28 gr
Tapa: 05.0076
Caja: 500 ud
Palet: 24 cajas



01.0500

Capacidad: 500ml / 16,9 oz
Peso: 33 gr
Tapa: 05.0090
Caja: 312 ud
Palet: 24 cajas



01.0600

Capacidad: 600ml / 20 oz
Peso: 37 gr
Tapa: 05.0090
Caja: 384 ud
Palet: 24 cajas



01.1000

Capacidad: 1000ml / 33,8 oz
Peso: 73 gr
Caja: 261 ud
Palet: 24 cajas



LA IMPORTÀNCIA DE LA PERSONALITZACIÓ

Un producte a mesura té un gran valor per als clients. És per això que Ecogots personalitzen els productes amb molta estima. Disposen d'una àmplia gamma de colors per als envasos i si algun dels clients no troba el color que realment s'adequa a la seva empresa o esdeveniment entre tots es busca una solució. Imprimeixen els dissenys mitjançant serigrafia o tampografia.

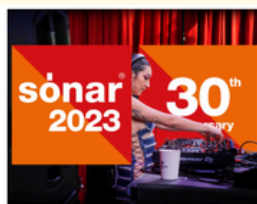
Recomanen els dissenys minimalistes, amb el mínim de tinta possible, seguint en la línia del seu compromís mediambiental.

A més, compten amb un departament de disseny que ofereix un servei integrat en cas de no disposar d'un logotip. El poden confeccionar a partir de la idea del client.

[Botiga](#)[Coneix-nos](#)[Gots per a esdeveniments](#)[FAQs](#)[Blog](#)[Contacte](#)[CA](#)[+34 93 895 78 51](#)

35è Mercat de Música Viva de Vic

> [Llegir més](#)



Ecogots revoluciona el Sónar 2023

> [Llegir més](#)



Els gegants d'Olot als Ecogots

> [Llegir més](#)



El Mercat Medieval de Vic més sostenible

> [Llegir més](#)



80.000 gots Ecogots a Les Fires de Sant Narcís de Girona

> [Llegir més](#)



Afro Nation Puerto Rico es suma als gots reutilitzables

> [Llegir més](#)



Ecogots a les Barraques de Sitges

> [Llegir més](#)



Ecogots amb Arròs Montsià

> [Llegir més](#)



Ecogots al Festival de Sitges

> [Llegir més](#)

DESCRIPCIÓ DEL PROBLEMA DE CONSUM

En les últimes dècades, el consum massiu de productes ha generat un impacte ambiental negatiu significatiu. La producció i l'ús de productes no sostenibles han contribuït a problemes com la desforestació, la contaminació de l'aigua i de l'aire, i l'augment de residus plàstics i altres materials no biodegradables.

Encara que existeix una creixent consciència sobre la importància de la sostenibilitat, molts consumidors, tant persones particulars com empreses i institucions, troben poques opcions ecològiques i sostenibles en el mercat. Els productes disponibles sovint no compleixen amb les expectatives en termes de qualitat, preu o accessibilitat. A més, cada vegada més consumidors busquen donar suport a marques que demostrin un compromís genuí amb la sostenibilitat i la responsabilitat social. No obstant això, hi ha un nombre limitat d'empreses que adopten íntegrament pràctiques empresarials ètiques i sostenibles a l'hora de produir els seus productes.

La combinació d'aquests factors ha creat una demanda urgent de solucions que puguin abordar aquests problemes de manera efectiva i sostenible. La marca Ecogots neix precisament per a respondre a aquesta necessitat, oferint productes ecològics, d'alta qualitat i accessibles.

La creació de Ecogots sorgeix com una resposta directa a aquests problemes de consum no sostenible. Ecogots es proposa abordar aquestes qüestions oferint una gamma de productes dissenyats per a minimitzar l'impacte ambiental, utilitzant materials biodegradables, reciclables i lliures de químics nocius. A més, els productes d'Ecogots estan dissenyats per a ser accessibles en termes de preu, sense comprometre la qualitat. Això facilita que més consumidors puguin fer la transició a un consum més sostenible. La marca es compromet a la transparència en els seus processos de producció i a mantenir pràctiques empresarials ètiques, demostrant un veritable compromís amb la sostenibilitat i la responsabilitat social.

En resum, Ecogots es crea com una solució innovadora als problemes de consum no sostenible, proporcionant als consumidors productes ecològics, d'alta qualitat i accessibles.



BENCHMARKING



PLANIFICACIÓ

- **Què volem mesurar?** Volem mesurar la qualitat del producte, l'*engagement* amb la sostenibilitat i el preu.
- **A qui volem mesurar?** Volem fer un Benchmarking de la marca Ecogots
- **Com ho farem?** Recerca de competidors del sector de la marca, selecció de mètriques a analitzar i comparar i traurem conclusions.



COMPETIDORS

Sarau i més

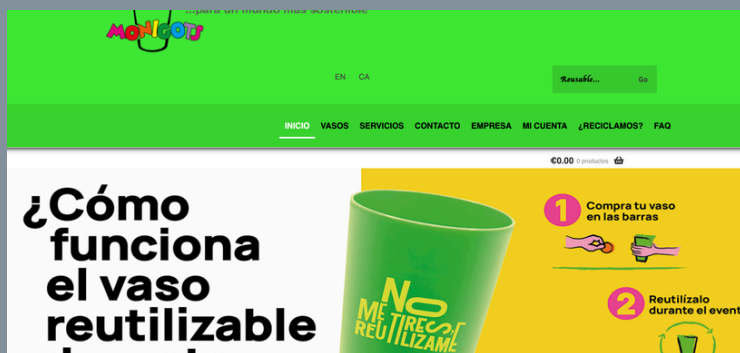
La marca Sarau i més va sorgir el 2007 a Vilafranca del Penedès, establint-se com a empresa dedicada a la producció de gots reutilitzables fabricats amb polipropilè. Es considera pionera en la implementació d'aquests gots personalitzats en festivals i concerts a Catalunya, una iniciativa que va néixer l'any 200X. L'objectiu d'aquesta iniciativa és minimitzar al màxim la generació de residus en aquests esdeveniments i reduir-ne l'impacte sobre el medi ambient.

Des dels seus inicis, l'empresa ha estat compromesa amb la sostenibilitat i la protecció del medi ambient. El 2007, va ampliar el seu catàleg incorporant vaixel·la compostable i biodegradable, marcant un pas més cap a la reducció de l'ús de vaixel·la de plàstic d'un sol ús.



Monigots

Monigots és una empresa especialitzada en la fabricació i comercialització de productes reutilitzables, amb un enfocament particular en gots destinats a esdeveniments. La companyia ofereix als organitzadors de festes, concerts, festivals, convencions, escoles, entre altres, l'oportunitat d'incorporar els seus productes amb l'objectiu de promoure pràctiques respectuoses amb el medi ambient, reduint així l'ús de recipients d'un sol ús que contribueixen significativament a la generació de residus.



Amb un equip professional que acumula anys d'experiència en el sector del got reutilitzable per a esdeveniments sostenibles, Monigots reconeix el paper rellevant del plàstic en la societat actual, sempre que sigui utilitzat de manera responsable. No obstant això, la manca de reutilització i reciclatge adequats dels productes pot convertir el plàstic en un element ambientalment perjudicial. D'altra banda, un ús adequat del material ofereix diversos avantatges en termes funcionals i econòmics, gràcies al seu baix cost. Monigots assumeix un compromís ferm en la promoció de solucions més sostenibles per a tota mena d'esdeveniments socials, amb la constant innovació com a eix conductor. L'objectiu principal de l'empresa és proporcionar productes i serveis de qualitat a preus competitiu, amb la finalitat de fidelitzar la clientela al llarg del temps.

Ecofestes

Ecofestes va ser fundada el 2005 a Sallent (Barcelona) i, des de llavors, ha crescut fins a establir diverses seus, tant a Espanya com en altres països de la Unió Europea, com França i Portugal.

L'activitat principal d'Ecofestes és la fabricació i distribució de gots reutilitzables, així com d'altres productes com plats, coberts i tasses. La nostra missió és proporcionar als organitzadors d'esdeveniments la possibilitat de reduir el seu impacte ambiental, evitant la generació de residus plàstics innecessaris.

A Ecofestes, apostem fermament per aconseguir esdeveniments més sostenibles. Per a això, oferim una àmplia gamma de serveis dissenyats per a aquest objectiu: des del lloguer de gots i serveis de rentatge fins a l'ús de tecnologia innovadora com les màquines d'esclarit H2GO, juntament amb el nostre Servei Integral per a grans esdeveniments.



ANÀLISI: MÈTRIQUES



ENGAGEMENT AMB LA SOSTENIBILITAT

Sarau i més ofereix recursos sostenibles i ecològics per a l'organització d'esdeveniments com àpats populars, festes, concerts i altres activitats: vaixel·la compostable, 100% biodegradable, reciclable amb la matèria orgànica; gots reutilitzables personalitzats de polipropilè, contribueixen a reduir les deixalles i complements de càtering com estovalles de paper i tovallons de paper reciclat, etc. Un dels seus principals objectius és la conscienciació per la conservació del medi ambient i del seu entorn. A través dels seus productes volen fomentar la reutilització, la reducció i el reciclatge.

Monigots és una fàbrica de vasos reutilitzables, personalitzables reciclables, lliure de BPA. S'asseguren d'utilitzar materials d'alta qualitat i tecnologia avançada per produir envasos que siguin segurs, duradors i resistents. A més, *Monigots* compta amb la recuperació de vasos, compra els gots de plàstic vells, trencats, bruts, que qualsevol persona pugui tenir per casa per donar-li un segon ús a través de la seva economia circular, convertint els gots de polipropilè en caixes de fruita. D'aquesta manera, *Monigots* ajuda a la reducció de residus, l'estalvi de recursos, ja que al recuperar la matèria primera i inserir-la en un model circular de fabricació, estem evitant afegir matèria primera nova al model circular, el que contribueix a frenar el consum de matèria primera.

Monigots ressalta que la importància de la recuperació de gots reutilitzables en els esdeveniments és molt rellevant en el context actual de crisi climàtica. En aquest sentit, l'ús de gots reutilitzables en lloc de gots d'un sol ús és una pràctica responsable i sostenible, que contribueix a la reducció de residus i a la cura del medi ambient.

A *Ecofestes* proposen solucions ecològiques per qualsevol esdeveniment. En un esdeveniment amb 1000 persones, utilitzant els seus gots reutilitzables es pot arribar a reduir 15 kg de plàstic. Amb els seus productes i serveis ofereixen uns esdeveniments més respectuosos amb l'entorn, evitant generar residus plàstics innecessaris. Els seus gots tenen un cicle de vida, el seu origen és el polipropilè, un material plàstic lliure de clor i reciclable. Es personalitzen els gots i es porten fins al client, llavors un mateix usuari pot utilitzar aquest got múltiples vegades. En acabar l'esdeveniment s'emporten els gots i els renten per una pròxima ocasió. Tanquen el cicle reciclant el got reutilitzable per triturar-lo, amb el material triturat fabriquen nous productes. A més de fer un cicle perquè hi hagi el menys impacte possible amb el medi ambient, durant el procés de creació també intenten fer-ho de la manera més sostenible possible. Refrigeren els motlles amb un circuit d'aigua tancat, no imprimeixen amb tintes contaminants, depuren i recuperen els dissolvents i químics del procés de serigrafia, empaqueten amb bosses compostables, recuperen i reutilitzen les capses de cartó i per últim emboliquen els palets amb el mínim de plàstic, en concret set micres.

DIVERSITAT DE PRODUCTES



La marca de competència Sarau i més compta amb una varietat de gots més petita. Tenen quatre tipus de gots: el de 900 ml, el de 550 ml, el de 400 ml i el de 300 ml. Encara que els gots poden ser per la utilitat que vulgui el comprador, el nom de cada got recomana el què hi pot anar allà dins. El de 550 ml es diu mojito, per tant, interpretem que és ideal per posar-hi mojito. El de 900 ml es diu "katxi", paraula que ve del "calimotxo", com a resultat, també fabricat per posar-hi "katxi". A més dels gots disposen de gots especials per begudes calentes, tassa de 300 ml, vaixel·la composta per plats, bols i coberts, i també canyetes compostables.

Monigots compta amb més varietat de gots que Sarau i més. La diversitat de gots va des del més gran, el de 900 ml fins al més petit el de 120 ml, passant pel de 200 ml, 280 ml, 330 ml, 400 ml, 500 ml i 600 ml. En aquest cas, dins dels gots de 500 ml compten amb dos tipus diferents, un més estret i llarg i l'altre més ample i baix, que com bé diu el nom, està fabricat per posar-hi sidra. De la mateixa manera, el de 900 ml, igual que la marca Sarau i més, el seu nom també és "katxi", suposem també que per posar-hi "calimotxo".

Ecofestes a part de gots, compta amb una gran varietat de copes, pinces per penjar-se el got, plats, cendrer de butxaca, caixes i més. Però interessant-nos amb la competència que són els gots, tenen un gran repertori. A part de vasos per utilitats varies, en tenen uns especialitzats pel cafè, amb les mesures de 470 ml, 370 ml i 280 ml, els quals disposen de tapa, cada mesura es recomana per una cosa diferent. Per exemple el de 280 ml és ideal per cafè o gelat, el de 370 ml també ideal per cafè en diferent mesura o per te i el de 470 ml és ideal per cafè amb llet o infusions.

Ara si, comparant els gots, trobem els de 900 ml, 600 ml, 500 ml, 400 ml, 300 ml, 280 ml i 120 ml. Dins dels de 300 ml trobem dos tipus, el normal i el de tub, i dins del de 500 ml també hi trobem dos tipus, el de base ampla i el llarg amb base petita. A més el seu got de 330 ml no és personalitzable, ja que és un got solidari amb la Rede Emergència Alimentar de Portugal. Els beneficis de la recaptació d'aquest got són per l'enorme tasca que fan els Bancs dels Aliments. Els gots d'Ecofestes tenen l'opció d'utilitzar diferents materials, per tal que siguin més o menys prims i també l'opció de diversos tipus d'impressió.

Dins de la diversitat de productes, a més de comptar amb diferents estils de gots reutilitzables la marca Ecogots també posa en venda bols, carmanyoles, plats i coberts. Centrant-nos en la diversitat de gots que ofereix Ecogots, trobem el got d'un litre, el de 600 ml, el de 500 ml, el de 400 ml, el de 330 ml, el de 250 ml, el de 200 ml, el de 165 ml, el de 110 ml i finalment el de 50 ml.

Després de veure la diversitat de productes, observem que Ecofestes predomina en diversitat de productes respecte a Ecogots. Monigots i Ecogots coincideixen en gran part en la diversitat de gots, encara que Monigots simplement se centra en els gots i és l'únic producte que té a la venda. Sarau i més és el que queda més apartat en competència de quantitat de mesures de gots, ja que tan sols té quatre mesures de got, tot i que guanya en varietat de productes. D'aquesta manera Ecogots destaca respecte a la resta de marques en ser l'únic en tenir gots d'un litre i de 50 ml, és a dir, és la marca amb els gots més grans i més petits.





PREU

SARAU I MÉS	0,36€/u (300 ml)
MONIGOTS	0,81€/u (330 ml)
ECOFESTES	0,97€/u (330 ml)
ECOGOTS	0,98€/u (330 ml)

Entenem que aquestes marques ofereixen una varietat de productes reciclables i reutilitzables, i en aquesta anàlisi ens concentrem específicament en els gots, que són un producte comú entre elles. Hem seleccionat gots amb una capacitat entre 300 i 330 mil·lilitres per garantir una comparació equitativa entre les marques. Ecogots ven aquests gots a 0,98€ cadascun, i en comparar amb la competència, observem que altres marques ofereixen preus inferiors. Sarau ven els gots a 0,36€, Monigots a 0,81€ i Ecofestes a 0,97€.


Després d'examinar els preus entre Ecogots i algunes de les seves competidores, es nota que Ecogots presenta un preu lleugerament més alt. No obstant això, aquesta diferència és relativament petita, com es pot veure en el cas de Ecofestes, on Ecogots només supera el preu per 1 cèntim.

Malgrat aquesta discrepància en els preus, l'empresa podria interpretar-la com una possible barrera per ingressar al mercat. Tot i això, en el context de la sostenibilitat i la consciència mediambiental, els consumidors estan disposats a pagar una prima per a productes que ofereixen beneficis a llarg termini per al planeta. Així doncs, aquesta lleugera diferència de preus no sembla impactar negativament la percepció de la marca Ecogots. És important tenir en compte que, a més del preu, altres factors com la qualitat dels materials, el compromís amb la sostenibilitat i la reputació de la marca també poden influir en la decisió de compra dels consumidors. En aquest sentit, Ecogots podria optar per comunicar de manera més destacada els seus valors de sostenibilitat i els beneficis ambientals dels seus productes per tal de reforçar la seva posició en el mercat.

BUYER PERSONA

Un *buyer persona* és una representació semifictícia del client ideal, basada en dades reals i en conjectures fonamentades sobre demografia, comportament, motivacions i objectius. Els *buyer persona* s'utilitzen en màrqueting i vendes per entendre millor els clients i alinear les estratègies de negoci amb les seves necessitats i desitjos.

Nosaltres hem fet dut a terme tres perfils diferents, que després es veu com coincideixen amb les entrevistes.



MARC PINYOL

EDAT	32 anys
SEXE	Home
PAÍS	Catalunya
EDUCACIÓ	Universidad
OCUPACIÓ	Coordinador d'esdeveniments a l'Ajuntament de la ciutat
ESTAT CIVIL	Solter

PERSONALITAT

Creativitat	Metòdic
Sentimental	Pensatiu
Extrovertit	Introvertit

BIOGRAFIA

Em dic Marc Pinyol i sóc un jove entusiasta que treballa com a coordinador d'esdeveniments a l'Ajuntament de la meua ciutat. La meua tasca implica planificar i organitzar una àmplia gamma d'esdeveniments, des de festes de la ciutat fins a festivals culturals i fires. Com a membre actiu de la comunitat, em preocupa l'impacte ambiental dels esdeveniments que organitzem, i estic compromès a buscar maneres de fer-los més sostenibles.

MOTIVACIONS

Motivat per la sostenibilitat, l'economia, la logística, la imatge de marca i la participació comunitària, busco productes sostenibles i econòmics que reflecteixin positivament la imatge de la ciutat i fomentin la participació activa de la comunitat en els esdeveniments.

OBJECTIUS

Els meus objectius són contribuir al benestar de la meua comunitat promocionant la sostenibilitat i la inclusió, mentre busco un equilibri entre la meua vida professional i personal.


HABILITATS

Gestió d'esdeveniments	★★★★★
Comunicació interpersonal	★★★★★
Organització	★★★★★
Treball en equip	★★★★★

GUSTOS I AFICCIONS

- Passejar per la ciutat
- Llegir
- Passar temps amb els amics
- Ciclisme
- Anar a la platja

XARXES SOCIALS





ALBERT PUIG

EDAT	37 años
SEXE	Home
PAÍS	Catalunya
EDUCACIÓ	Cicle d'esports
OCUPACIÓ	Gerent de bar
ESTADO CIVIL	Solter

PERSONALITAT

Creatiu	Metòdic
Sentimental	Pensatiu
Extrovertit	Introverso

BIOGRAFIA

Sóc Albert Puig, gerent d'un acollidor bar familiar. Originari de Catalunya, gestiono un petit bar de poble on cada client és com un amic. El meu bar és el punt de trobada de la comunitat, especialment durant els partits de futbol, on ens reunim per veure els jocs i celebrar les victòries amb un esperit de camaraderia inigualable.

MOTIVACIONS

Les meves motivacions al capdavant del bar familiar inclouen la interacció i coneixement personal amb els clients, la passió per unir a la comunitat durant els esdeveniments esportius i la satisfacció de crear un ambient de camaraderia i amistat on tots es sentin benvinguts i feliços.

GUSTOS Y AFICIONS

- Fer esport
- Anar al bar
- Viatjar
- Passar temps amb amics i família
- Conèixer a gent nova

OBJETIUS

Els meus objectius inclouen crear un ambient acollidor on els clients es sentin com a casa, fomentar la unió comunitària a través del bar durant els esdeveniments esportius i altres celebracions, i mantenir un servei excel·lent per garantir la satisfacció dels clients i el creixement continu del negoci.

HABILITATS

Gestió del negoci	★★★★★
Atenció al client	★★★★★
Comunicació interpersonal	★★★★★
Gestió d'esdeveniments	★★★★★

XARXES SOCIALS



ELENA GARBÍ

EDAD	42 años
SEXE	Mujer
PAÍS	España
EDUCACIÓN	Universidad
OCUPACIÓN	Organizadora de eventos
ESTADO CIVIL	Casada

PERSONALIDAD

Creativo	Metódico
Sentimental	Pensativo
Extrovertido	Introverso

BIOGRAFIA

Soy Elena Garbí, graduada con honores en Administración de Empresas por la Universidad de Barcelona, con más de 15 años de experiencia en la organización de eventos. Me destaco en la negociación y gestión de proveedores, implementando procesos eficientes y estrategias innovadoras que reducen costos y mejoran la calidad del servicio. Apasionada por la excelencia y la atención al cliente, me comprometo a cumplir con los más altos estándares en cada proyecto.

MOTIVACIONES

Soy una profesional apasionada por la organización de eventos, enfocada en asegurar la excelencia y la satisfacción total del cliente. Me motiva optimizar costos y procesos para ofrecer servicios de alta calidad, buscando siempre la innovación y la mejora continua. Aspiro a desarrollarme profesionalmente y liderar proyectos importantes en la industria de los eventos.

GUSTOS Y AFICIONES

- Ver películas
- Leer
- Viajar
- Pasar tiempo con amigos
- Trabajar

OBJETIVOS

Mis objetivos son asegurar la excelencia en cada evento, optimizar costos y procesos, buscar la innovación y la mejora continua, y desarrollarme profesionalmente para asumir roles de liderazgo en la industria de los eventos.

HABILIDAD

Organización de eventos	★★★★★
Negociación	★★★★★
Gestión de proveedores	★★★★★
Orientación al cliente	★★★★★

REDES SOCIALES



CONTEXTUALITZACIÓ DE LES ENTREVISTES

SÍLVIA ARROYO: MARKETING AND COMMUNICATION MANAGER DE BMC GLOBAL & PROMOVIATGES

La Sílvia Arroyo és la directora de màrqueting i comunicació de les marques BMC Global, agència dedicada als viatges de negocis i als esdeveniments corporatius, i Promoviatges, agència de viatges per a particulars. Fa 5 anys que va entrar en aquesta empresa sabadellenca i, des d'aquell moment, ha realitzat diversos projectes com elaborar productes de marxandatge, havent de fer front a decisions que tenen a veure amb la sostenibilitat.

Les marques BMC Global i Promoviatges no són clients reals d'Ecogots, però donat que elaboren productes de marxandatge del tipus carmanyola pels seus treballadors i fins i tot externament, poden ser un client potencial d'Ecogots.

És per això que en aquesta entrevista volem plasmar les necessitats i preferències de les empreses en produir els seus productes de marxandatge, per tal d'obtenir informació sobre què hauria de fer Ecogots per arribar a aquest *target*.

MERITXELL ROIGÉ: ALCALDESSA DE TORTOSA FINS AL 2023, COMPRADORA D'ECOGOTS

L'entrevista amb Meritxell Roigé, "exalcaldessa" i actual portaveu a l'Ajuntament de Tortosa, se centra en la col·laboració de la ciutat amb l'empresa Ecogots. Aquesta col·laboració destaca la iniciativa de l'Ajuntament per adoptar pràctiques sostenibles i promoure l'economia circular a través de l'ús de gots fets amb clofolla d'arròs, un residu local del Delta de l'Ebre.

SITUACIÓ I CONTEXT GLOBAL: Tortosa és una ciutat situada a la província de Tarragona, a Catalunya. La regió és coneguda pel Delta de l'Ebre, una de les zones humides més importants del Mediterrani occidental i una àrea de gran producció arrossera. Aquesta ubicació geogràfica fa que les iniciatives de sostenibilitat que aprofitin els recursos locals tinguin un gran impacte en l'economia i el medi ambient de la zona.

EL PAPER DE L'AJUNTAMENT DE TORTOSA: L'Ajuntament de Tortosa, sota el lideratge de Meritxell Roigé, ha adoptat polítiques que promouen la sostenibilitat i la reducció de residus. La decisió d'utilitzar gots d'Ecogots en esdeveniments importants com La Festa del Renaixement i les Festes de La Cinta reflecteix un compromís institucional amb l'ambient. Aquestes festes són esdeveniments de gran rellevància per a la comunitat, reunint un gran nombre de participants i visitants.

CONTEXTUALITZACIÓ DE LES ENTREVISTES

MARTÍ TERÉS: EXREGIDOR DE SOSTENIBILITAT DE L'AJUNTAMENT DE GIRONA

Martí Terés va ser regidor de sostenibilitat del 2019 fins al 2023, any el qual va deixar de ser regidor. A més, és llicenciat en Psicologia per la Universitat de Girona i Màster en Societat de la Informació per la UOC. Es dedica professionalment a la comunicació corporativa i publicitària i és professor associat de la UdG en els estudis de Publicitat i Relacions Públiques.

Ha estat vinculat durant el seu càrrec a diferents entitats com Aigua és vida, Òmnium, l'Associació de Veïns de la Devesa, Mou-te en Bici, Fundació per la Pau, ACNUR, i soci cooperativista de SomEnergia i de la banca ètica Fiare.

Hem decidit fer l'entrevista amb el senyor Terés per la seva vinculació en tot el món de la sostenibilitat i la voluntat de continuar creant esdeveniments cada cop més sostenibles i que no siguin perjudicials per al medi ambient.

RAMÓN MAS ESPINALT: SOCI FUNDADOR DE WOLF, DISCOTECA DE BARCELONA

En aquesta entrevista, parlem amb Ramón Mas Espinalt, soci fundador de Wolf Barcelona, una discoteca reconeguda de la ciutat. Ramón ens explica la història de la seva empresa, la seva experiència al sector i el seu compromís amb la sostenibilitat. També comparteix la seva visió sobre la importància de la responsabilitat ambiental a les discoteques i la seva col·laboració amb ECOGOTS, una empresa dedicada a la producció de vasos sostenibles.

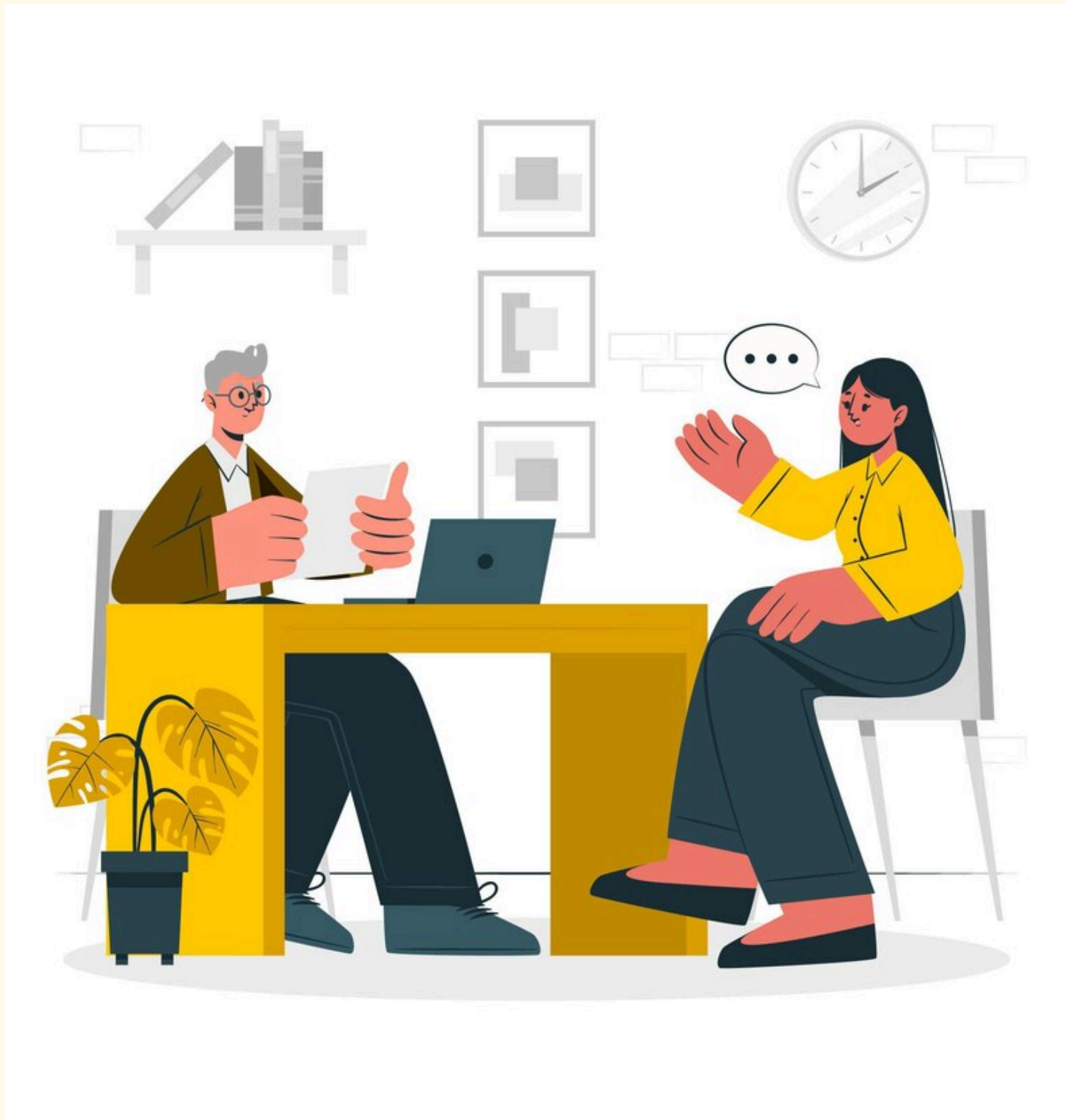
ARIADNA FABREGÓ: PRESIDENTA COMITÈ POMPEUFARRA, ORGANITZACIÓ DE FESTES A BARCELONA

L'entrevistada és l'Ariadna, presidenta del comitè Pompeufarra. La Pompeufarra és una organització d'estudiants de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) que es dedica a organitzar festes i esdeveniments socials per als estudiants de la universitat. Aquesta associació és coneguda per crear un ambient festiu i de convivència, facilitant la integració i la socialització fora de l'àmbit acadèmic.

Els esdeveniments que organitza Pompeufarra inclouen festes temàtiques, sortides, activitats culturals, concerts i altres activitats socials. L'objectiu principal és oferir als estudiants l'oportunitat de desconnectar dels estudis, divertir-se i conèixer altres companys en un entorn distès i agradable.

Hem trobat adient entrevistar l'Ariadna, ja que a les festes i esdeveniments que organitzen fan ús de gots reutilitzables. Això ens pot ajudar a aprofundir en el nostre estudi de mercat sobre pràctiques sostenibles.

CONCLUSIONS DE LES ENTREVISTES



ANÀLISI DE CADASCUNA DE LES ENTREVISTES



CONCLUSIONS ENTREVISTA 1

SÍLVIA ARROYO: MARKETING AND COMMUNICATION MANAGER DE BMC GLOBAL & PROMOVIATGES – PÚBLIC POTENCIAL

CONCLUSIONS DE L'ENTREVISTA:

QUÈ VALOREN LES EMPRESES D'AQUESTS PRODUCTES?

En entrevistar a la Sílvia, ens hem adonat que en un primer moment, les empreses es fixen en l'estètica dels productes. Si no els sembla bonic o maco el producte i el seu disseny, ja no el contemplaran com a opció.

A més, hem vist que es dona molta importància al producte de proximitat, per tant, recomanariem a Ecogots que s'adrecés a empreses de la seva mateixa població, comarca... Ja que com més propera és l'empresa o institució, més probable és que es converteixi en un client real.

A les empreses els és còmode que un mateix proveïdor els hi produeix diversos productes i, després de veure el *welcome pack* que es dona a BMC Global i Promoviatges, hem pogut veure que hi ha certs productes que Ecogots no ofereix. Arran d'això, proposem a Ecogots que incorpori productes com cantimplores per poder oferir un servei més complet i captar a més diversitat de clients.

EL PREU ÉS UNA BARRERA?

Si l'empresa està conscienciada en sostenibilitat, sovint estarà disposada a pagar una diferència del 10 o el 15% per tal que els materials siguin reciclables i sostenibles. Tal com ha dit la Sílvia, una diferència del 50% és molt difícil d'assolir per a les organitzacions, però la diferència de preu que ofereix Ecogots respecte a les altres marques no suposa un problema per a les empreses i institucions responsables amb el medi ambient.

MANERA D'ARRIBAR AL PÚBLIC OBJECTIU

Hem observat que BMC Global va conèixer al seu proveïdor actual, Publirem, a través del boca a boca i creiem que és la via de comunicació més eficaç per arribar al públic. És per això que recomanariem a Ecogots que donés molta importància a generar el boca a boca per tal que un Ajuntament li parli d'Ecogots a un altre o un bar expliqui a un altre la seva experiència usant Ecogots.

CONCLUSIONS ENTREVISTA 2

MERITXELL ROIGÉ: ALCALDESSA DE TORTOSA FINS AL 2023, COMPRADORA D'ECOGOTS – CLIENT REAL

PUNTS FORTS D'ECOGOTS:

SOSTENIBILITAT I ECONOMIA CIRCULAR

Afavoreixen a la sostenibilitat i a l'economia circular, un fet que importa moltíssims a altres empresaris o en aquest cas, ajuntaments. A més, que el residu sigui de tanta proximitat, com és la clofolla d'arròs del delta, encara augmenta més l'interès sobre la marca i fa que sigui un punt pel qual molts compradors finalment apostin per aquesta empresa. El fet de substituir el plàstic per un material ecològic és un punt molt important. Encaixa perfectament amb les necessitats dels clients i amb els seus objectius de sostenibilitat.

PRODUCTE EXCLUSIU

El producte d'Ecogots és únic al mercat, només aquesta marca és capaç de substituir el plàstic per un material ecològic, fet que atrau molts clients que busquen alternatives innovadores, encara més ecològiques, als gots de plàstic tradicionals.

ADAPTABILITAT I FLEXIBILITAT EN EL DISSENY

Capacitat per personalitzar els gots segons les necessitats i els dissenys dels clients, fet que afegeix valor i atractiu al producte.

ACCEPTACIÓ POSITIVA DEL PÚBLIC

Els comentaris dels usuaris finals han estat majoritàriament positius, especialment pel que fa a qualitat i disseny, però sobretot per la iniciativa de la sostenibilitat.

COL·LABORACIÓ EFICIENT

Els processos de col·laboració i producció han estat descrits com fàcils i eficients, i amb un temps de resposta ràpid per part de Ecogots.

PUNTS FEBLES D'ECOGOTS:

COST MÉS ELEVAT

Els gots d'Ecogots són una mica més cars que els gots de plàstic reutilitzables convencionals, fet que pot suposar una barrera per a alguns clients amb pressupostos més ajustats.

DIFUSIÓ DE LA INFORMACIÓ

La informació sobre la composició i els avantatges dels gots no sempre arriba a tots els usuaris finals, fet que podria reduir l'impacte positiu percebut pel públic.

CONCLUSIONS FINALS:

Ecogots és una empresa amb una proposta de valor clarament enfocada a la sostenibilitat i l'economia circular, utilitzant materials locals que redueixen l'impacte ambiental i donen suport a l'economia de la zona. La seva exclusivitat i la capacitat de personalització són punts forts que atrauen clients conscients del medi ambient.

No obstant això, el preu més elevat en comparació amb els gots de plàstic reutilitzables pot limitar la seva adopció massiva. A més, la difusió insuficient de la informació sobre els beneficis dels gots pot restringir la consciència i l'acceptació del producte per part dels usuaris finals. Malgrat aquests desafiaments, la resposta positiva del públic i la col·laboració efectiva amb clients com l'Ajuntament de Tortosa suggereixen que Ecogots té un futur prometedor en el mercat dels productes sostenibles.

ASPECTES A DESTACAR DE L'ENTREVISTA:

PERFIL DE L'ENTREVISTADA

Meritxell Roigé és una figura política rellevant a Tortosa, exalcaldessa i actual portaveu a l'ajuntament, així com membre de la Diputació de Tarragona. La seva implicació en projectes sostenibles reflecteix un compromís personal i institucional amb la sostenibilitat.

MOTIVACIÓ PER COL·LABORAR AMB ECOGOTS

La decisió de col·laborar amb Ecogots va estar motivada per l'ús d'un residu local (clofolla de l'arròs del Delta de l'Ebre), promovent l'economia circular i reduint l'ús de plàstic. L'interès pel producte va augmentar per la seva connexió amb el territori, fet que va reforçar la decisió de triar aquesta empresa.

APLICACIÓ PRÀCTICA

Els gots d'Ecogots es van utilitzar en esdeveniments importants com La Festa del Renaixement i les Festes de La Cinta, destacant la seva idoneïtat per a grans esdeveniments comunitaris. Es van fer dos dissenys diferents per a cada festa, demostrant la capacitat de personalització d'Ecogots.

ASPECTES LOGÍSTICS I COL·LABORACIÓ

El procés de treball amb Ecogots va ser descrit com ràpid i eficient, amb una comunicació fluida i una resposta ràpida als dissenys enviats. Ecogots va oferir la possibilitat de personalitzar els gots, fet que va ser molt ben valorat.

ACCEPTACIÓ DEL PRODUCTE

Els comentaris sobre els gots van ser molt positius, especialment pel que fa al disseny i la iniciativa de sostenibilitat. No es van rebre crítiques negatives significatives. L'ús exclusiu dels gots d'Ecogots en els establiments durant les festes va facilitar la seva acceptació i ús per part del públic.

COMUNICACIÓ I DIFUSIÓ

Tot i els esforços per comunicar els avantatges dels gots (roda de premsa, xarxes socials), la informació no sempre va arribar a tot el públic, indicant una àrea de millora en la difusió de la informació.

DECISIÓ ECONÒMICA

Tot i que el preu era una mica més alt que els gots de plàstic convencionals, l'Ajuntament de Tortosa va considerar que els beneficis ambientals justificaven el cost addicional. Això mostra un fort compromís amb els valors de sostenibilitat.

CONCLUSIONS ENTREVISTA 3

MARTÍ TERÉS: EX-REGIDOR DE SOSTENIBILITAT DE L'AJUNTAMENT DE GIRONA – CLIENT REAL

PUNTS FORTS D'ECOGOTS:

SOSTENIBILITAT I PROXIMITAT DEL PRODUCTE

Ecogots utilitza la pellofa de l'arròs per crear els seus gots reutilitzables, la pellofa de l'arròs és del Delta de l'Ebre, per tant, té una certa proximitat amb Girona. El fet que sigui un producte sostenible i amb poc impacte ambiental és un gran punt a favor perquè l'Ajuntament de Girona fes el pas de fer el canvi, i passar d'uns gots reutilitzables normals als gots biodegradables. La proximitat amb el producte és força baixa, per això mateix el procés d'enviament també redueix despeses.

PROCÉS TRANSPARENT I COMPETITIU

La contractació d'Ecogots es va fer mitjançant un procés obert i transparent, on es van avaluar diverses empreses segons criteris econòmics i ambientals. Això reflecteix un compromís amb la transparència i la competència justa tant de l'administració pública com de la mateixa marca d'Ecogots, assegurant que les decisions es prenen basant-se en dades objectives i no en preferències personals.

ECONOMIA CIRCULAR I LOCAL

L'ús de materials de proximitat com la pellofa d'arròs del Delta de l'Ebre per a la fabricació dels gots contribueix a una economia circular i local, generant llocs de treball i suportant l'economia regional. Aquesta estratègia no només és beneficiosa per al medi ambient sinó també per a l'economia local.

PUNTS FEBLES D'ECOGOTS:

COST MÉS ELEVAT

Tot i que l'Ajuntament de Girona està disposat a pagar aquest augment de preu per poder obtenir uns gots sostenibles, cal destacar que és un punt que pot fer que algunes empreses o compradors amb un pressupost més baix renunciïn a l'opció de la compra d'Ecogots.

COMUNICACIÓ I EDUCACIÓ

Martí suggereix millorar la comunicació sobre els beneficis dels Ecogots i el seu impacte positiu en el medi ambient. És fonamental que els usuaris compreguin que, tot i ser biodegradables, aquests gots no s'han de llençar irresponsablement. Una millor comunicació i educació pot ajudar a sensibilitzar la població sobre la importància de la sostenibilitat i fomentar comportaments responsables.

CONCLUSIONS FINALS:

En aquesta entrevista, Martí Terés destaca l'ús dels gots sostenibles d'Ecogots a les Fires de Girona com una iniciativa positiva per minimitzar l'impacte ambiental. Subratlla la biodegradabilitat dels gots fets de pellofa d'arròs i la importància d'educar els ciutadans sobre el seu correcte ús. El procés de selecció de Ecogots es va realitzar de manera transparent, destacant per les seves credencials ecològiques i la proximitat dels materials. Martí recomana fermament Ecogots a altres ajuntaments, festivals i restaurants per la seva eficàcia en reduir residus i el seu compromís amb la sostenibilitat.

ASPECTES A DESTACAR DE L'ENTREVISTA:

COMPROMÍS AMB LA SOSTENIBILITAT DE L'AJUNTAMENT DE GIRONA

Martí Terés ha demostrat un fort compromís amb la sostenibilitat, prioritzant la implementació de productes que minimitzen l'impacte ambiental. La introducció dels gots d'Ecogots és un exemple clar d'aquesta política, ja que estan fets de materials biodegradables i de proximitat (pellofa d'arròs del Delta de l'Ebre), reduint així la petjada de carboni i promovent l'ús de residus naturals en lloc de plàstic.

ADOPCIÓ D'ECOGOTS:

Ecogots s'utilitza en diversos esdeveniments de Girona, no només a les festes majors. Aquest model de got biodegradable busca reduir l'impacte ambiental enfront dels residus plàstics no biodegradables que acabaven al riu i altres entorns naturals de la ciutat de Girona. La decisió d'utilitzar Ecogots en diferents esdeveniments va provenir d'un procés de contractació pública transparent, on es van avaluar múltiples ofertes basant-se en criteris econòmics i d'impacte ambiental.

CANVI DE MODEL I REACCIÓ CIUTADANA:

Tot i que hi va haver certa resistència inicial pel canvi en el model de reutilització de gots (abandonant el sistema de devolució de dipòsit), la ciutadania sembla haver valorat positivament el compromís amb la sostenibilitat. Això suggereix que, amb una comunicació efectiva, els canvis ecològics poden ser ben rebuts per la població.

IMPLEMENTACIÓ PROGRESSIVA EN DIVERSOS ESDEVENIMENTS:

Ecogots no es va limitar a un únic esdeveniment sinó que es va utilitzar en diverses activitats organitzades per diferents àrees de l'Ajuntament (cultura, esports, etc.), i també en esdeveniments gestionats per associacions de veïns. Això indica una estratègia d'implementació gradual i inclusiva, on diversos sectors de la comunitat estan implicats en la transició cap a pràctiques més sostenibles.

PERSPECTIVA DE FUTUR:

L'Ajuntament de Girona es manté obert a noves solucions que puguin sorgir i que ofereixin fins i tot menys impacte ambiental que els Ecogots.

RECOMANACIÓ A ALTRES ENTITATS:

Martí recomana Ecogots a altres ajuntaments, festivals i restaurants per les seves qualitats sostenibles i el seu impacte ambiental positiu. Això pot fomentar una adopció més àmplia d'aquest tipus de productes, ajudant a reduir els residus plàstics en diversos contextos.

LA DIFERÈNCIA DE PREU NO ÉS UNA BARRERA:

L'Ajuntament de Girona està disposat a pagar aquesta diferència de preu respecte a la competència per poder obtenir uns gots sostenibles.

CONCLUSIONS ENTREVISTA 4

RAMÓN MAS ESPINALT: SOCI FUNDADOR DE WOLF, DISCOTECA DE BARCELONA – CLIENT REAL

PUNTS FORTS D'ECOGOTS:

SOSTENIBILITAT

ECOGOTS ofereix vasos fets amb materials sostenibles, com el producte d'arròs, que ajuden a reduir l'impacte ambiental i contribueixen a la protecció del medi ambient.

SEGURETAT

Els vasos d'ECOGOTS són una alternativa segura als de vidre, especialment importants a l'estiu per evitar talls i altres accidents.

INNOVACIÓ I DISSENY

Els vasos tematitzats i de disseny atractiu agraden als clients, que sovint volen endur-se'ls com a record.

ADAPTABILITAT

ECOGOTS ha demostrat flexibilitat i capacitat per ajustar-se a les necessitats operatives dels seus clients, com en el cas de la modificació dels vasos per encaixar-los millor als rentavaixelles.

RESPONSABILITAT SOCIAL

L'ús de vasos ECOGOTS demostra una preocupació per la problemàtica del plàstic als mars i una voluntat d'influir positivament en la conscienciació ambiental dels joves.

ACCEPTACIÓ PER PART DELS CLIENTS

Els clients han mostrat una reacció positiva cap als vasos ECOGOTS, apreciament tant la seva funcionalitat com el seu disseny.

PUNTS FEBLES D'ECOGOTS:

COST MÉS ELEVAT

Els vasos sostenibles d'ECOGOTS tenen un cost més alt en comparació amb els vasos de plàstic tradicionals, fet que pot representar un inconvenient econòmic per a les discoteques i altres establiments.

PROBLEMES INICIALS DE QUALITAT

Al principi, alguns vasos tenien olors estranyes i no encaixaven bé als rentavaixelles, la qual cosa va requerir ajustos i millores posteriors.

CONCLUSIONS FINALS:

L'entrevista amb Ramón Más destaca el seu compromís amb la sostenibilitat i la innovació a la indústria de l'oci nocturn. Com a soci fundador de Wolf Barcelona i líder en diverses associacions del sector, Ramón ha demostrat la seva capacitat per adaptar-se a les noves tendències i necessitats del mercat, prioritzant sempre la seguretat i la responsabilitat ambiental. La seva col·laboració amb Ecogots reflecteix la seva dedicació a promoure pràctiques sostenibles, demostrant que és possible combinar l'èxit empresarial amb la cura del medi ambient. Ramón subratlla que la sostenibilitat no només és una prioritat, sinó una necessitat per assegurar un futur millor per a les pròximes generacions.

ASPECTES A DESTACAR DE L'ENTREVISTA:

HISTÒRIA I EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL DE RAMÓN MÁ

Ramón Más és soci fundador de Wolf Barcelona des de l'any 2018 i té una àmplia experiència en la gestió de discoteques i bars de copes a Barcelona. A més de la seva feina a Wolf, també ocupa posicions de lideratge en el gremi de discoteques de Barcelona i la patronal nacional "España de Noche".

COL·LABORACIÓ AMB ECOGOTS:

Wolf Barcelona va ser una de les primeres discoteques a provar els vasos sostenibles d'ECOGOTS, mostrant un compromís amb la sostenibilitat i la innovació. L'ús dels vasos ECOGOTS es va motivar tant per raons de seguretat com de sostenibilitat ambiental.

IMPACTE POSITIU I REACCIÓ DELS CLIENTS

Els clients van rebre molt bé els vasos tematitzats d'ECOGOTS, mostrant interès a portar-los com a records. La discoteca ha rebut comentaris positius sobre l'ús d'aquests vasos i ha observat una bona acceptació entre els assistents.

COMPROMÍS AMB LA SOSTENIBILITAT

Wolf Barcelona intenta minimitzar l'impacte ambiental a través de pràctiques com la separació dels residus i l'ús de materials sostenibles. La discoteca ha estat reconeguda per la seva eficàcia en el reciclatge, tal com ho va mencionar Ramón en referència a una inspecció que van tenir.

INNOVACIÓ I DIFERENCIACIÓ

Wolf Barcelona treballa constantment en la innovació per mantenir l'interès dels clients, com ara canviant temàtiques dels vasos i oferint experiències diferents segons les temporades. Aquest enfocament ajuda a mantenir la frescor i l'atractiu de la discoteca per als joves, que són el seu públic principal.

DESAFIAMENTS I SOLUCIONS

Ramón va parlar obertament sobre els desafiaments inicials amb els vasos d'ECOGOTS, com ara problemes d'olor i d'ajust als rentavaixelles, i com aquests problemes es van solucionar amb el temps. També va esmentar l'impacte del cost més alt dels vasos sostenibles, però va destacar la seva determinació per continuar utilitzant-los per raons de responsabilitat ambiental.

VISIÓ DE FUTUR

Ramón Más subratlla la importància de la responsabilitat ambiental en el futur de la indústria de l'oci nocturn, creient fermament que cada acció sostenible contribueix a un planeta millor. La seva visió inclou continuar innovant i millorant les pràctiques sostenibles dins dels seus locals per inspirar altres empreses a seguir el mateix camí.

CONCLUSIONS ENTREVISTA 5

ARIADNA: PRESIDENTA COMITÈ DE LA POMPEUFARRA

CONCLUSIONS DE L'ENTREVISTA:

L'ASSISTÈNCIA A LES FESTES VA RELACIONADA AMB COM ENFOCA L'ORGANITZACIÓ LA SOSTENIBILITAT?

L'Ariadna, presidenta de la Pompeu farra, explica que les festes i esdeveniments que organitzen són molt multitudinàries, i que això es deu als factors que els diferencien d'altres associacions del mateix sector. El grau de sostenibilitat que empleen ells no es veu en la seva competència, el que els diferencia i els fa únics. Afirma que aquestes iniciatives sostenibles, com els gots reutilitzables, ha fet que al llarg del anys la gent s'hagi anat conscienciant i hagin adquirit una actitud positiva cap als esdeveniments sostenibles.

EL PREU ÉS UNA BARRERA?

Pel que comenta l'entrevistada, als inicis de la seva organització de festes i esdeveniments van fer recerca dels gots reutilitzables que comprarien per oferir a les festes, i com bé ha afirmat, el preu no va ser el motiu o impediment que compressin o no Ecogots. Comenta que la diferència de preu amb una de les seves competidores principals, Ecofestes, és tant mínim que no tira enrere a l'hora de comprar a Ecogots.

MANERA D'ARRIBAR AL PÚBLIC OBJECTIU

A través de l'entrevista hem pogut veure que la manera més eficaç d'arribar al públic és de boca a orella, ja que com comenta l'entrevistada ells es van decantar per una altra marca perquè, entre d'altres factors, els hi van recomenar uns coneguts, la qual cosa dona molta confiança a comprar el producte. Per altra banda, la web ha d'estar actualitzada i ben organitzada donant la informació clau i fonamental, perquè quan els possibles compradors facin recerca de quina és la millor marca on comprar puguin trobar tot el que busquen.

INSIGHTS

Sobre la base de l'anàlisi exhaustiva del mercat i les entrevistes realitzades per a l'estudi de mercat d'Ecogots, hem identificat diversos *insights* crucials que destaquen el rendiment i la percepció de l'empresa. A continuació, es presenten els més rellevants, acompanyats de cites extretes de les entrevistes:



INSIGHTS

1 El preu realment no és una barrera

En el sector de l'hostaleria i esdeveniments, la diferència de preu és notable, però molts estan disposats a assumir-la a causa de la responsabilitat ambiental i la percepció positiva entre els clients.

"... costava una mica més car que no el got de plàstic normal, però vam pensar que era un cost que s'havia d'assumir si és que estàvem convençuts de l'objectiu que anàvem a assolir... que era reduir els residus, per tant, en tot moment vam decidir que sí que ho faríem igual." (Entrevista a Meritxell Roigé)

2 L'única competència és indirecta

Encara que no existeixen competidors directes que fabriquin productes amb pela d'arròs, Ecogots competeix indirectament amb productes de plàstic reutilitzable i d'un sol ús. El repte principal és la reeducació del consumidor cap a opcions més sostenibles.

3 Cal fer un pas endavant pel que fa a la comunicació i la distribució

Una de les principals àrees de millora és la comunicació del valor i la sostenibilitat dels productes. Cal que Ecogots es doni més a conèixer i arribi a un públic més ampli.

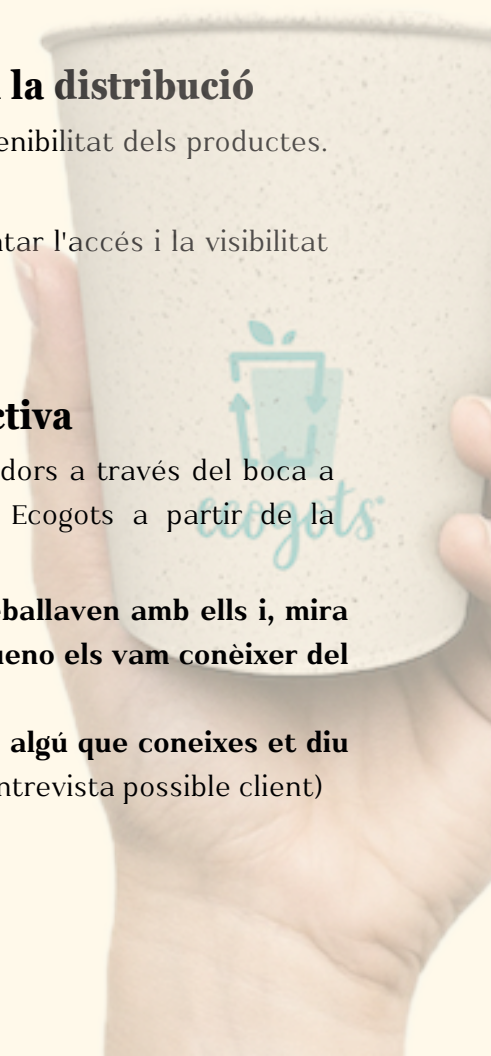
A més, l'expansió en supermercats i punts de venda és clau per a augmentar l'accés i la visibilitat dels productes.

4 La comunicació a través del boca a boca és molt efectiva

Hem observat que sovint les organitzacions descobreixen als seus proveïdors a través del boca a boca. De fet, l'Ajuntament de Tortosa va començar a treballar amb Ecogots a partir de la recomanació de l'Ajuntament d'Amposta.

"... En realitat va ser perquè quan Transglobal es va unir a BMC, ja treballaven amb ells i, mira vam començar a treballar, tenim una relació superpropera i tal, però bueno els vam conèixer del boca a boca en realitat."

"...uns coneguts ens la van recomanar per tema qualitat preu i doncs si algú que coneixes et diu que està bé tens més garantia que sortirà bé" (parla d'una altra marca, entrevista possible client)



INSIGHTS

5 Adaptabilitat i millores en el producte

L'empresa ha mostrat adaptabilitat millorant els productes basant-se en el *feedback* operatiu i del client.

"...se han ido corrigiendo cosas" (Entrevista a Ramón Mas)

6 Recepció positiva i ús en esdeveniments

La recepció del producte en esdeveniments ha estat majoritàriament positiva, amb un alt valor percebut tant per la qualitat com pel compromís ambiental del producte.

"Els comentaris van ser bastant positius... que s'haguessin utilitzat molt més..." (Entrevista a Meritxell Roigé).

7 La gamma de productes és limitada

SSI Ecogots oferís més veritat de productes, podria arribar a un públic més ampli. Per exemple, per elaborar el marxandatge d'una empresa, sovint es fabriquen productes com cantimplors, i Ecogots no n'ofereix.

"Produïm, doncs marxandatge tant pels nostres treballadors, amb un *welcome pack* en què s'inclouen doncs el que comentàvem, els *tuppers*, una ampolla reutilitzable, tot una mica encarat a transmetre aquesta imatge de sostenibilitat dins de la nostra empresa." (Entrevista a Silvia Arroyo).

8 Recomanació i repetició de compra

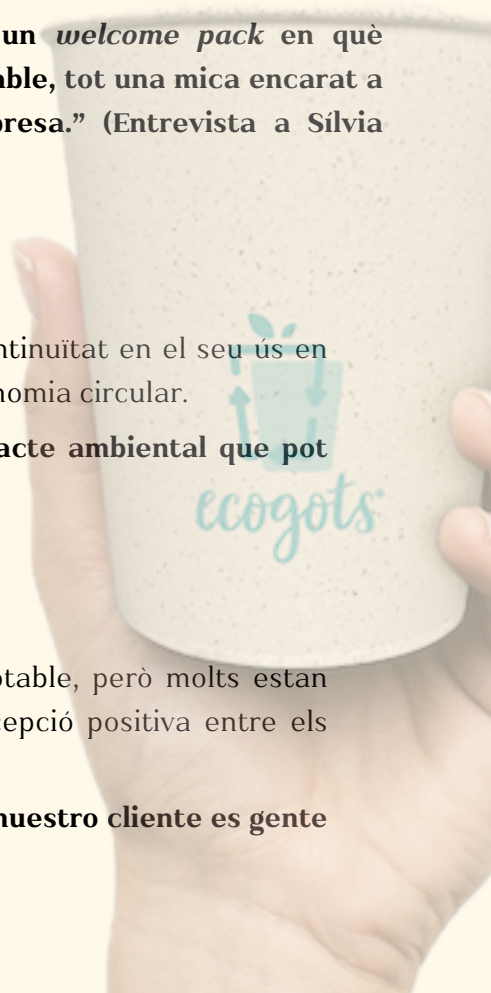
La satisfacció amb Ecogots ha portat a recomanacions positives i a la continuïtat en el seu ús en esdeveniments i organitzacions, destacant el seu impacte ambiental i l'economia circular.

"Per tant, jo ho recomanaria sobretot per, per, per l'evolució de l'impacte ambiental que pot tenir..." (Entrevista a Martí Terés).

9 Barreres de preu en el sector de l'hostaleria

En el sector de l'hostaleria i esdeveniments, la diferència de preu és notable, però molts estan disposats a assumir-la a causa de la responsabilitat ambiental i la percepció positiva entre els clients.

"Bueno, el coste, parte del coste lo asumimos nosotros... porque al final nuestro cliente es gente joven..." (Entrevista a Ramón Mas).



RECOMANACIONS PER A L'EMPRESA A PARTIR DELS INSIGHTS



Conclusions finals.

ENTREVISTES RELACIONADES
ENTRE SÍ



1 No encarir ni abaixar el preu

Gràcies a les entrevistes, hem pogut observar que les empreses i institucions conscienciades amb la sostenibilitat i el respecte al mediambient estan disposats a pagar la diferència de preu que presenta Ecogots respecte a la seva competència. Per tant, recomanariem a Ecogots que no abaixés el preu dels seus productes. Tot i això, també hem observat que les organitzacions no es poden permetre pagar una diferència de preu molt elevada i és per això que aconsellem que en cap cas l'encareixin.

2 Recalcar que el seu producte és únic

També hem notat que no es dona prou èmfasi a la característica que els fa únics en la seva producció. Els seus productes s'elaboren gràcies a la pellofa de l'arròs, la qual cosa els distingeix de la competència. Tanmateix, hem constatat que, encara que es menciona aquest fet, no se li dona la importància necessària. Al cap i a la fi, aquest element és el que els diferencia i motiva els compradors a triar els seus productes. Per tant, us recomanem posar més vigor en aquest aspecte.

3 Ampliar la seva gamma de productes

Al llarg de l'estudi, hem constatat que la seva gamma de productes és limitada. Per tant, els aconsellem innovar en les seves produccions per tal d'expandir la seva clientela. Us suggerim explorar noves línies de productes que responguin a les necessitats emergents del mercat, desenvolupant productes amb materials sostenibles, variacions de disseny atractives per a diferents segments de consumidors i col·leccions temàtiques per a nínxols específics.

4 Col·laboracions i patrocinis

Ecogots podria col·laborar amb universitats i organitzacions d'estudiants per promoure l'ús de gots reutilitzables en esdeveniments, fomentant així una cultura de sostenibilitat entre els joves i futurs líders. Aquesta col·laboració pot incloure activitats educatives, tallers i campanyes de conscienciació sobre la importància de reduir els residus plàstics. A més, Ecogots podria patrocinar esdeveniments ecològics i sostenibles, aprofitant aquestes oportunitats per augmentar la visibilitat de la marca i demostrar el seu compromís amb el medi ambient. Aquestes accions no només millorarien la imatge de la marca, sinó que també contribuirien a un canvi positiu en les pràctiques de consum de les comunitats universitàries i altres públics.

PROPOSTA D'UNA SOLUCIÓ

N.2



UN TEXT A L'INFERIOR: FABRICAT AMB
PALLOFA D'ARRÒS



Annexos



TRANSCRIPCIÓ

ENTREVISTA ELISABET ZARAGOZA

TRANSCRIPCIÓ

ENTREVISTA SÍLVA ARROYO

TRANSCRIPCIÓ

ENTREVISTA MERITXELL ROIGÉ

TRANSCRIPCIÓ

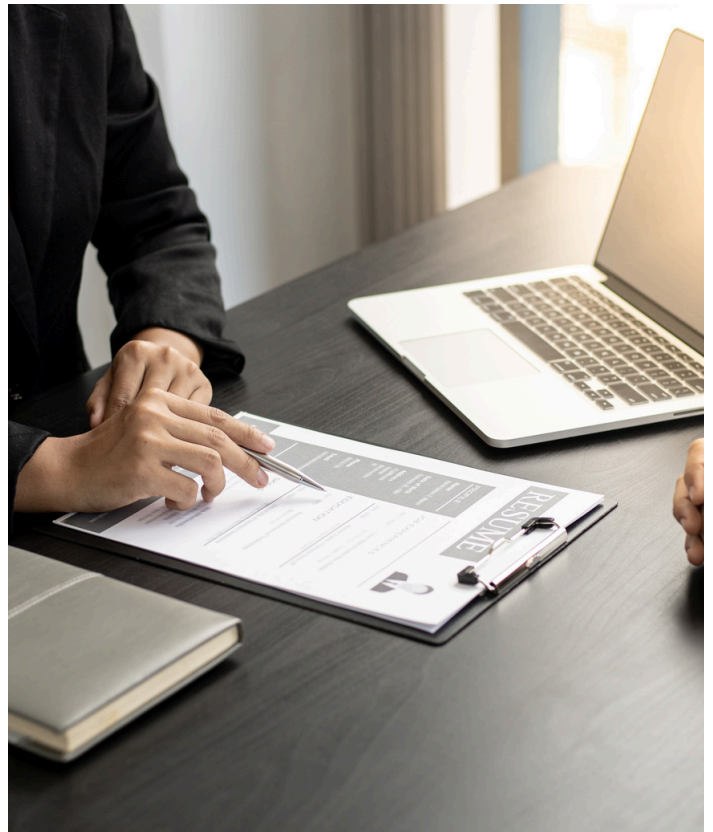
ENTREVISTA MARTÍ TERÉS

TRANSCRIPCIÓ

ENTREVISTA RAMÓN MÁ S

I ALTRES

MATERIALS ADICIONALS



TRANSCRIPCIÓ 1

ENTREVISTA A ELISABET ZARAGOZA, GERENT D'ECOGOTS

Entrevistadora: Hola, bon dia, que parlem amb l'Elisabet?

Elisabet: Sí, soc jo, hola.

Entrevistadora: Perfecte, som les noies que vam sol·licitar una entrevista pel nostre projecte de la Universitat.

Elisabet: Sí, digues-me en què et puc ajudar.

Entrevistadora: Genial, serà breu.

Elisabet: Vale, cap problema. Em sentiu bé?

Entrevistadora: Sí, et sentim bé. Començaríem per la primera pregunta, que seria... com i quan vas crear Ecogots.

Elisabet: Nosaltres fa molts anys que tenim una empresa d'arts gràfiques, llavors el tema dels gots reutilitzables de plàstic ja el coneixíem perquè havíem treballat amb ells en alguns concerts i festivals. Llavors el Joan, que és el meu company, ja feia temps que volia buscar una alternativa més sostenible al que serien els gots formats 100% de plàstic. Va començar a buscar materials alternatius per poder obtenir un got diferent amb menys plàstic, però que fos reutilitzable i que la duresa que tingués fos també suficient perquè poguéssim fer-lo servir com a alternativa. Llavors això passa per un procés llarg de diversos anys, això va començar el 2008-2010, en què la idea comença a donar voltes; són molts anys de buscar material, de fer diferents proves... Tot just abans de la Covid, abans que ens tanquessin, de l'aïllament que vam tenir tots, tot just en aquell moment vam aconseguir tenir el got que tenim actualment, l'Ecogot com a tal. Per tant, podríem dir que va néixer abans de la pandèmia i la pandèmia ens va servir per a madurar idees i per pensar en altres productes.

Entrevistadora: I amb quina finalitat neix l'empresa?

Elisabet: Ecogots neix perquè coneixíem el món dels festivals i clar, tot i que ja s'estaven fent servir gots reutilitzables de plàstic, també veiem els munts de gots d'un sol ús que hi havia i volíem buscar una alternativa sostenible i més respectuosa amb el medi ambient.

Entrevistadora: Quins són els seus competidors directes?

Elisabet: A nivell de competidors amb el producte igual no n'hi ha, perquè tenim l'exclusiva de poder fabricar amb arròs d'ús alimentari, usant la pellofa de l'arròs. Per tant, com a directe amb el mateix producte no n'hi ha. Evidentment, indirecta sí que n'hi ha perquè tot el que la majoria de la població coneix són els gots de plàstic o els tappers de plàstic, tot el que és plàstic reutilitzable. O sigui al final el nostre competidor és el reutilitzable de plàstic; Ecofestes, Ecomón... mil d'aquests competidors. I també, hem de ser realistes, per qüestions de preu i practicitat, també hi ha els competidors d'un sol ús, perquè al final, segons quin tipus de client li costa molt fer el pas al reutilitzable, ja que és molt més fàcil agafar gots de cartó i utilitzar-los i tirar-los. És així de trist, però és així. Hem de passar per un procés de reeducació de la població, en resum.

Entrevistadora: Creieu que el preu és una barrera pels vostres clients a l'hora de comprar Ecogots?

Elisabet: El que tenim molt clar és que el client que s'interessa o que compra Ecogots ja té un compromís mediambiental clar en el seu cap. Això ja és com un primer filtre que indirectament la gent ja passa, perquè tu quan busques un envàs i mires la descripció d'un envàs, això ja t'està filtrant d'alguna forma. Llavors pel que fa al preu, evidentment és una miqueta més car que el got de plàstic, això sí que és cert, però no és una diferència en què es duplica el preu. La diferència és un 10%, un 15% més en què estem parlant de cèntims, no estem parlant d'euros euros. I jo crec que el canvi de tendència i el pensament, la necessitat que hi ha actual en l'àmbit ambiental, normatives i els objectius pel canvi climàtic i el que hem de disminuir i tot fa que la gent estigui més conscienciada. Aquesta miqueta més que paguen per l'envàs, ells mateixos, la persona que ho paga, o l'empresa, o l'Ajuntament, o el col·lectiu... compensa, no els hi molesta pagar una mica més perquè sap que està comprant un envàs que a llarg termini és més respectuós que els que podem comprar de plàstic. Nosaltres fabriquem aquí Catalunya i això també és un valor afegit, hi ha molta gent que això ho té en compte.

Entrevistadora: On exactament fabriqueu els gots?

Elisabet: Doncs aquí a Catalunya tenim l'aula de pagès d'arròs del Delta de l'Ebre, la injecció que és el procés pel qual es fabrica el got es fa a Centelles i a l'Ametlla del Vallès, llavors aquí a Cubelles tenim les oficines centrals i també tenim tota la part de personalització. Estem molt centralitzats aquí al cor de Catalunya, al final en aquest radi es fa tot.

Entrevistadora: Llavors Ecogots podríem dir que està centralitzat a Cubelles, no?

Elisabet: Sí, l'oficina i la seu mare està aquí a Cubelles, exacte.

Entrevistadora: I tu d'on ets?

Elisabet: Jo soc nascuda a Barcelona, però visc a Calafés.

Entrevistadora: Ens podries dir també quines són les vostres àrees a millorar?

Elisabet: I tant, moltes, com a tot arreu. A millorar, bueno, doncs ara actualment per exemple estem en un procés de millora de comunicació per explicar el projecte i producte que s'entengui, que la gent pugui entrar a la nostra web o ens pugui demanar una informació li puguem facilitar i compregui el que estem fabricant i oferint.

Entrevistadora: Bueno, t'hem de dir que nosaltres vam estar mirant la web i ens va agradar molt i de fet ja vam recaptar molta informació d'allà, o sigui, que fins i tot podria ser un punt fort.

Elisabet: Creiem que, clar nosaltres tenim una identitat de producte, però és un producte que s'ha d'ensenyar molt, amb fotografia, aplicació, perquè és molt diferent i no el coneixem, i quan no coneixes algo has d'intentar fer fotos, fer una àmplia difusió perquè veient allò entengui el que pot tenir, per exemple molta gent ens ha preguntat si són de cartó i tal perquè clar per les fotos de vegades ho pot semblar. Llavors, un punt és aquest, a millorar la comunicació. També, hem de reforçar com empresa evidentment la part comercial perquè volem que els Ecogots, i no només els gots en si sinó Ecogots com a marca, que té tapers, que té plats, que té bols, coberts, que té molts envasos reutilitzables. Volem que estiguin als supermercats perquè qualsevol persona pugui tenir accés i pugui tocar, un dia que vagi a comprar peix ho trobi allà i digui "ostres, doncs, jo vull això", no? Hem de fer una ... comercial per intentar implantar els nostres productes i que siguin lo més accessible possible per als consumidors.

Entrevistadora: Teniu Ecogots en alguns punts de consum, com ara supermercats?

Elisabet: Tenim una prova pilot, res molt petita, feta a Bon Preu, que no estan tots els Bonpreu, ja que no tots els Bon Preu tenen l'apartat de "basat", és a dir coses per la llar, des de tovalloles fins a coberts. Llavors allà, sí que tenim en algun Bon Preu els packs de 500 sense serigrafia, llavors volem implantar packs de 3 tapers, perquè la gent en pugui comprar per la seva feina, per la universitat, per fer un pícnic, per anar a la platja. L'objectiu és anar entrant a cadenes de supermercats com ara Bonpreu, Caprabo, Consum...

Entrevistadora: A quants Bon Preus esteu?

Elisabet: Crec que ara érem vint-i-cinc, dels llocs que hi ha més grans, però ara no t'ho podria dir exactament.

Entrevistadora: Ens agradaria preguntar-te quins creus que són els vostres punts forts?

Elisabet: Doncs tenim un producte totalment diferent de la resta, això és el punt significatiu. Utilitzem menys plàstic, per tant, ens diferenciem de la resta. Si busques gots que utilitzin menys plàstic, busca Ecogots. Això és el principal. El segon és que el fabriquem aquí, per tant, jo crec que això és molt important. La gent valora la proximitat. De la mateixa manera que tu compres verdures i mires que siguin de la terra, no? Però al final estàs donant llocs de treball aquí. I vulguis o no, si sempre comprem tot de fora, no fomentem l'economia de proximitat, la qual és molt important. Això, d'una banda, i, d'altra banda, és un material que podem reciclar, és a dir, el recicla al contenidor d'envasos, perquè al final, és un bon material, el... i el plàstic s'uneixen i fan un ... Llavors, si vols ficar-ho al contenidor, pots. O nosaltres, quan els gots, tappers, bols, el que sigui estan defectuosos, els utilitzem per fer-ne de nous. Bàsicament, tenim un producte que és totalment circular en aquest sentit. Agafem els residus per fer els materials i si finalment aquest producte no va al mercat, el podem recuperar i utilitzar-lo per altres coses, mobiliari urbà, cistells per a les plantes, que no ho tirem bàsicament, ho aprofitem. Són tres punts que crec molt interessants.

TRANSCRIPCIÓ 2

ENTREVISTA SÍLVIA ARROYO: MARKETING AND COMMUNICATION MANAGER DE BMC GLOBAL & PROMOVIAATGES

Entrevistador 1: Comencem, ens podries dir una mica qui ets i quina és la teva funció dins de BMC Global i Promoviatges?

Sílvia: Vale mmm... El meu nom és Sílvia i soc la responsable de màrqueting i comunicació dins de BMC Global i Promoviatges. Emm ara mateix al departament som dues persones i una mica del que ens encarreguem és tant de portar la comunicació interna com la comunicació externa de l'empresa mmm i això inclou doncs tot el tema d'imatge de marca a nivell de marxandatge. Produïm, doncs marxandatge tant pels nostres treballadors, amb un welcome pack en què s'inclouen doncs el que comentàvem, els tappers, una ampolla reutilitzable, tot una mica encarant a transmetre aquesta imatge de sostenibilitat dins de la nostra empresa. I llavors també cada vegada més, a nivell marxandatge extern, també intentem que tot el que produïm doncs també sigui fet amb material reciclat, tot també que segueixi aquesta línia. I, bueno no sé, igual ho he enfocat molt cap aquest tema però...

Entrevistador 1: No no! Està superbé de veritat eh, tot el que ens diguis ens serveix bueno superbé. La primera pregunta és si consideres important que una empresa sigui sostenible.

Sílvia: Sí, jo crec que cada vegada més, inclús quan treballem amb els nostres proveïdors, amb alguns clients, emm una mica la línia que s'està seguint en moltíssimes empreses és doncs, dins del que cap, anar una mica cap aquest camí. Òbviament, som una empresa, vull dir, i més nosaltres som una empresa turística, amb lo qual mai serem 100% sostenibles, és així, però el que volem és que dins de les nostres possibilitats, doncs contribuir al màxim possible amb la manera que que... doncs nosaltres puguem. Vull dir, ja a part d'internament voler transmetre aquests valors als nostres treballadors, jo crec que també, a nivell extern, cada vegada més la teva imatge hummm, la imatge que projectes cap als possibles clients i cap a proveïdors i la comunitat en general crec que és molt més positiva si veuen que tu estàs fent alguna cosa per contribuir en aquest canvi. Que llavors entra tot el tema del greenwashing...

Entrevistador 1: Com l'evento que vau fer d'Air France, no? Algo així. Era algo relacionat oi?

Sílvia: Sí, l'any passat vam fer un evento, va ser amb Lufthansa. Sí ells ens van donar...

Entrevistador 1: Ah hahaha.

Sílvia: Nono, però amb Air France també fem coses eh.

Entrevistador 1: Perquè era algo d'emissió zero dels avions o algo així.

Sílvia: Sí, o sigui Air France té un programa, que és el programa SAF, que bueno, BMC el que fem és contribuir econòmicament a la compra de combustibles verds diguem, que són menys contaminants que el combustible normal. I, llavors a banda també l'any passat vam fer un esdeveniment amb Lufthansa per presentar el nostre projecte BMC Terra, que és un projecte que va néixer l'any passat i... és un projecte intern que vam començar a desenvolupar fent un petit comitè de sostenibilitat dins de l'empresa, i llavors doncs el que volem és fer com un eix 360 graus en el que involucrem doncs els nostres treballadors, ehm no sé si us sona el programa de yusfir, és com un programa que moltes empreses s'estan unint a ell, i diguem que tu per entrar has de complir uns estàndards de sostenibilitat. O sigui, tens una plataforma en la que poses "doncs mira jo faig tot això" i... Si m'enrotllo molt em dieu.

Entrevistador 2: No no!

Entrevistador 1: Que va Sílvia, està súperbé!

Entrevistador 2: Sí sí sí!

Sílvia: Jo vaig parlant perquè no sé el que us servirà i el que no, llavors...

Entrevistador 1: Ens va súper bé tot de veritat.

Sílvia: Si em dieu fins aquí, fins aquí. Ehm llavors diem que si tu compleixes un número d'evidències, et donen aquest segell. Mmm llavors ara el que estem fent amb els nostres treballadors és dir-s'hi mira, totes aquestes evidències són el que nosaltres, si ho fem, ens poden ajudar a tenir aquest segell. Rollo per exemple, mmm fer un taller de l'aigua entre els nostres treballadors per conscienciar sobre l'estalvi d'aigua i la sequera. Doncs un treballador et pot dir "mira doncs jo l'organitzaré i la resta de treballadors que puguin es poden apuntar i fer aquest taller" un altre pot dir "doncs mira jo faré una guia de desperdici alimentari i l'enviaré a la resta de treballadors". Tot això són com evidències.

Entrevistador 1: Vale súper.

Sílvia: Llavors a nivell de proveïdors també tenim com un check list, sobretot més enfocat a eventos, a MICE, en el que tu a l'hora de contractar un servei o esdeveniment, doncs pots dir, o sigui pots marcar més d'aquest check list quins paràmetres compleix i veure si realment encaixa dins dels paràmetres que nosaltres consideràriem ehmm sostenibles. A nivell de comunitat doncs, tot el que fem a nivell d'empresa ho transmetem, bueno ja sigui bueno, bàsicament per xarxes socials. I a nivell de clients tenim un projecte de compensació de petjada de carboni, de moment no se'ns ha adherit cap client, hem tingut algunes reunions per explicar-los-hi, però bueno, les empreses grans que són les que realment sí que compensen la seva petjada de carboni, moltes vegades ja tenen un departament dins l'empresa encarregat de fer-ho. Llavors ja no tenen la necessitat de demanar-t'ho a tu que ho facis. Però bueno donem aquesta possibilitat de que les empreses que vulguin doncs els hi enviem el CO2 que bueno, que han produït en els viatges que han fet amb nosaltres i tenen la possibilitat de compensar-ho. I, bueno, ja està.

Entrevistador 1: Súper. Moltes gràcies. La següent és que, tenint en compte que treballes en el departament de comunicació d'una empresa, en el moment de crear marxandatge teniu en compte que la producció d'aquest sigui sostenible?

Sílvia: Sí, et diria, mira quan vaig entrar aquí, sincerament no era algo que tinguéssim gaire en compte, o sigui bàsicament el que miràvem era que fos maco i que fos, dins de què tingués qualitat, que surtis lo millor de preu possible. I sí que és veritat que ara cada vegada més, ehm ens estem implicant molt més en què estigui fet amb materials reciclats, que tot el que produïm doncs sigui reutilitzable, no fer coses per fer-les, sinó que realment doncs que l'impacte que té aquesta producció, doncs ehm, bueno que serveixi d'alguna cosa. I ara ja realment sempre tirem cap a aquesta banda, tant per eventos per clients, com internament, sempre intentem que..., que de nou, som una empresa, i moltes vegades, tot i que soni malament dir-ho, si em cobraràs 50 euros per una cosa feta amb material reciclat i em cobraràs... saps si la diferència de preu és supergran, realment cosa d'assumir moltes vegades, no, però sempre que podem...

Entrevistador 1: Sí, després profunditzarem en això també.

Sílvia: Vale.

Entrevistador 1: Més endavant. Llavors la tercera és què més valoreu que tinguin els proveïdors d'aquest marxandatge. O sigui a part de què el material sigui reciclable i tal, què valoreu?

Sílvia: Mmm dins de, sobretot a nivell de Promoviatges, a nivell de BMC sempre treballem amb un proveïdor que ens ho fa molt bé i bueno són de proximitat, vull dir que això sempre ho intentem.

Entrevistador 1: Podem dir noms o no es pot...

Sílvia: Sí, sí sí sí. Mira treballem molt amb una empresa que es diu Publirem, que ara mateix no me'n recordo exactament d'on estan ubicats, estan per aquí prop, ja us ho enviaré si voleu.

Entrevistador 2: Vale.

Sílvia: I, bueno treballen molt bé, la veritat, o sigui sempre intentem que siguin proveïdors del nostre voltant. Llavors a nivell de Promoviatges sí que sé que treballen amb una empresa que era, tenia gent treballant com amb discapacitat psíquica i tal. I diria que els que ens fan la recollida de paper i tal, que es diuen CIPO, em sembla que també és gent amb discapacitats psíquiques.

Entrevistador 1: Vale súper.

Sílvia: O sigui no és com pot ser el que més ehmmm pesa, no, en aquest sentit, perquè sí que és veritat que amb qui ho fem tot és una empresa, bueno familiar que al final, pues mira també té un impacte familiar proper.

Entrevistador 1: Clar. Vale després, quins productes heu ofert als empleats els últims anys del tipus cantimplores i tal.

Sílvia: Mira quan entra un treballador aquí a l'empresa els hi donem un *welcome pack*, que és, després si voleu us ho ensenyo.

Entrevistador 1: Jo en tinc a casa alguns haha.

Sílvia: Vale vale haha.

Entrevistador 1: Jo tinc el tupper, que me l'emporto, la cantimplora que també...

Sílvia: Siii, bueno el que fem és donar una caixa de cartró que porta com una mena de faixa de colors, que tanquem, i a dins hi ha un *tupper* de vidre, amb una tapa que és com de bambú em sembla, una ampolla també de bambú reutilitzable, una tovallola, que la vam fer una mica amb la idea doncs de promoure la vida saludable entre els treballadors, és una tovallola de gimnàs, una samarreta d'aquestes també per anar al gimnàs tècnica.

Entrevistador 1: Sii, també la tinc.

Sílvia: Hahaha. I diria que ja està, són aquestes 4 coses. Els hi donem amb una targeteta, per cada treballador. I llavors aquesta convenció última vam fer unes *tote bags* que són també de cotó que tenen el segell *trade fair*, *trade fair* em sembla que es diu, que representa que ho han fet de manera sostenible, i llibretes de paper reciclat.

Entrevistador 2: Vale.

Entrevistador 1: Vale súper. Vale després, i de quin material estan fetes les cantimplores i tal? Bueno, crec que ja has dit que vidre i bambú.

Sílvia: Us ho puc passar eh. He buscat abans al mail on tenia això perquè he pensat "si m'ho pregunten... tenir ja la xuleta". Vale això és d'un altre evento que vam fer, però bueno, us puc buscar l'altre eh. Però és que també vam fer ampolla de vidre, això és de cotó i yute, això és de cotó reciclat... vull dir que sempre anem cap aquesta línia. Però puc passar, ho busco i serà lo mateix, però amb lo del *welcome pack*.

Entrevistador 1: Vale i si és molt complicat el que ens has dit ens va súper bé ja.

Sílvia: No no, ho tinc tot als mails i us ho passaré.

Entrevistador 1: Vale doncs moltes gràcies! I com vau conèixer als vostres proveïdors de *tuppers* i cantimplors actuals; Publirem.

Sílvia: En realitat va ser perquè quan Transglobal es va unir a BMC, ja treballaven amb ells i, mira vam començar a treballar, tenim una relació superpropera i tal, però bueno els vam conèixer del boca a boca en realitat.

Entrevistador 1: Vale llavors, creus que la majoria d'empreses estarien disposades a pagar entre un 10 i un 15% més en la producció d'aquest marxandatge per tal que els productes siguin ecològics?

Sílvia: Jo crec que si és un 10 o un 15 sí.

Entrevistador 1: Vale.

Sílvia: Més ja no t'ho sabria dir, o sigui una mica el que ens passa no, doncs si és algo que costa el doble, sí que ostres, costa més no al final? Però jo crec que un 10 o un 15, jo crec que les empreses que realment estan disposades a fer aquest canvi i que són conscients de l'impacte que té, jo crec que sí.

Entrevistador 1: Vale. I en el teu departament i en l'empresa que treballes, estaríeu disposats a pagar aquesta diferència? Bueno, pel que has dit ja entenc que sí.

Sílvia: Sii, avera hahaha no li ensenyis al teu pare.

Entrevistador 1: No no hahaha no et preocupis.

Sílvia: Però no no, jo crec que ell també, vull dir si realment hi ha un motiu que dius "osti és que mira, realment considerem que això representa un canvi... vull dir, si no no faríem aquestes donacions per col·laborar amb el SAF, ehm saps, jo què sé, per Sant Jordi per exemple també vam comprar roses pels treballadors a FUPAR, que és una associació... L'empresa sempre que pot col·labora. També el desembre passat vam fer una donació a Open Arms i Arrels, vull dir que crec que som una empresa molt proactiva a això, sisi.

Entrevistador 1: Molt bé. Doncs no hi ha més preguntes.

Entrevistador 2: Tenim tot el que necessitem.

Entrevistador 1: Sisi súper bé.

Sílvia: Si voleu qualsevol altra cosa o que us envii qualsevol altra informació concreta... saps és que avui he pensat "osti pressupostos de coses reciclades que hagi demanat o el que sigui, tot el que necessiteu i si necessiteu els noms de les empreses en concret. És que tot el que és Promoviatges ho porta més la Teresa, i sé que treballava amb un proveïdor que era, o sigui que els treballadors tenien discapacitat, però no recordo com es deia. Si ho necessiteu li recordo i us ho passo.

Entrevistador 2: Vale. Moltes gràcies.

MATERIAL ADICIONAL:

Welcome pack que es dona als nous treballadors en entrar a l'empresa (elaborat per Publirem)

PUBLIREM

Botella de Acero Inox de doble pared
Botella termo de doble pared de acero inoxidable con tapa y asa para transportar en 90°
Capacidad: 600 ml.
Anti-fugas.
Dimensiones: 24x13x34
Ref. mod372



100% CON MARCAJE I COLOR INCLUIDO 5,899 €/u

*Opcional marcate a laser o a mida de 3 color: consultar.

*Plazo entrega: aprox. 3 semanas desde ck al submontaje. Para necesidad de plazo inferior, consultar. Plazo a reordenar en el momento de formalización del pedido.
*Material entregado en un punto de Br/3 provincia
*Material entregado en packaging estándar. Para necesidades logísticas concretas, consultar.
*El bandedo es un producto natural, puede haber ligeras variaciones en el color y el tamaño por artículo, lo que puede afectar al resultado final de la impresión.
*ZTN no es incluido.
*Precios válidos 1 semana desde 04/10/23. Es posible que algunos proveedores cambien tarifas durante el mes de enero.

PUBLIREM

Fiambrera en vidrio con tapa de bambú y banda de silicona
Capacidad 900 ml.
Ref. mod982



100% CON MARCAJE I COLOR INCLUIDO 5,899 €/u

*Opcional marcate a laser o a mida de 3 color: consultar.

*Plazo entrega: aprox. 3 semanas desde ck al submontaje. Para necesidad de plazo inferior, consultar. Plazo a reordenar en el momento de formalización del pedido.
*Material entregado en un punto de Br/3 provincia
*Material entregado en packaging estándar. Para necesidades logísticas concretas, consultar.
*El bandedo es un producto natural, puede haber ligeras variaciones en el color y el tamaño por artículo, lo que puede afectar al resultado final de la impresión.
*ZTN no es incluido.
*Precios válidos 1 semana desde 04/10/23. Es posible que algunos proveedores cambien tarifas durante el mes de enero.

PUBLIREM

Toalla grande de microfibra 80% RPET
Con elástico para fácil plegado.
Faltantes: 100% / 20% / 100% / 100%
MEDIDAS: 60x140 cm x 130 cm.
Ref. mod924



100% CON MARCAJE I COLOR INCLUIDO 5,899 €/u

*Opcional marcate BORDADO: consultar.
*Para mostrar en entregado sobre fondo de trabajo oscuro, se muestra sobre blanco. Consultar.

*Plazo entrega: aprox. 3 semanas desde ck al submontaje. Para necesidad de plazo inferior, consultar. Plazo a reordenar en el momento de formalización del pedido.
*Material entregado en un punto de Br/3 provincia
*Material entregado en packaging estándar. Para necesidades logísticas concretas, consultar.
*ZTN no es incluido.
*Precios válidos 1 semana desde 04/10/23. Es posible que algunos proveedores cambien tarifas durante el mes de enero.

L'empresa amb què treballava la marca Promoviatges amb un vessant social era Icaria <https://www.icariagraphics.com/>, però des d'abans de la pandèmia ja no la utilitzen.

La destrucció de paper la duen a terme amb l'empresa CIPO <https://cipo.cat/es/>, una empresa social sense ànim de lucre que va néixer a Sabadell amb l'objectiu de millorar la vida de les persones amb discapacitats intel·lectuals o malalties mentals, a més de desenvolupar activitats relacionades amb el medi ambient, el reciclatge i la sostenibilitat.

D'altra banda, van comprar les roses de Sant Jordi a Fupar <https://www.fupar.es/>, una associació de Terrassa que acompanya a les persones amb discapacitat intel·lectual en el seu accés al món laboral.

TRANSCRIPCIÓ 3

ENTREVISTA MERITXELL ROIGÉ: ALCALDESSA DE TORTOSA FINS AL 2023, COMPRADORA D'ECOGOTS

Entrevistador 1: Vale! Genial! Primer de tot... moltes gràcies per concedir-nos l'entrevista.

Meritxell: No, cap problema!

Entrevistador 2: Doncs comencem fent-te una sèrie de preguntes... Però abans, explica'ns una mica sobre tu, presentat.

Meritxell: Bueno...jo soc Meritxell Roigé, i en aquests moments estic de portaveu a l'Ajuntament de Tortosa del meu grup, i he estat alcaldessa de Tortosa fins l'any passat. També estic a la Diputació de Tarragona.

Entrevistador 2: Molt bé, perfecte. Doncs la primera pregunta que et volíem fer és: Com vas conèixer l'empresa Ecogots?

Meritxell: Mira, vam treballar en un parell d'empreses del sector... Ecogots ha estat la última. La coneixem perquè és l'empresa que utilitza la clofolla de l'arròs del Delta, per aquest motiu vam veure qui eren i vam contactar amb ells. Se'ns van oferir ells dient-nos que tenien un producte novedós que utilitzava aquesta clofolla de l'arròs, i per tant utilitzaven aquest material molt proper al nostre territori, i que podria substituir el que era el plàstic, perquè al final el que natros vam fer l'any anterior, és a dir, en la primera empresa que he comentat abans, era poguer fer gots de plàstic, reutilitzables, sí, però eren de plàstic. Llavors se'ns va oferir esta possibilitat, i vam acceptar de seguida. Eren una mica més car que els altres, però realment valia moltíssim la pena perquè estem parlant de què fèiem un salt a què era un residu que es genera al mateix territori que el nostre, i això és absolutament als conceptes que natros teníem a l'hora d'aplicar l'economia circular, de poder fer d'una cosa que no s'utilitzava poder convertir-ho en gots, en el nostre cas. Per tot això vam fer-ho.

Entrevistador 2: Perfecte. La segona pregunta, que més o menys ens has contestat, era si, vosaltres des d'un principi sabíeu que l'arròs era del Delta...

Meritxell: Ha, ha, ha, sempre em passa! Sí, sabíem que era d'allí. Exactament d'Amposta, de la càmera arrossera d'Amposta.

Entrevistador 1: I ja ens agrada que et passi! Està molt bé, ens serveix molt.

Entrevistador 2: Llavors, això va ser un punt pel qual vau voler apostar encara més pel producte i per la marca?

Meritxell: I tant, i tant. Perquè, a veure, si ens haguessin dit que era un altre residu també reutilitzable, que diguéssim...no ho sé...mmm, a partir d'una fusta per exemple, que es genera a qualsevol fàbrica... Doncs segurament també ho hauríem fet, perquè al final l'objectiu era substituir el plàstic per algo que ecològic i creava aquesta economia circular que us he dit abans i que nosaltres hi havíem apostat molt. Però clar, al dir-nos que a més a més provenia del Delta, de l'arròs, d'un producte molt nostre i de la nostra comarca doncs encara més, ho vam fer tot encara en més ganes. No ens ho vam pensar... vaja, en seguida vam decidir fer-ho.

Entrevistador 2: Vale, perfecte, per què ens recordes en quines ocasions els heu fet servir? En quines festivitats i ocasions va utilitzar Ecogots?

Meritxell: Els vam utilitzar a La Festa del Renaixement, esta passada el 2023, i a les Festes de La Cinta, que són les festes majors de Tortosa, també aquestes últimes, el 2023. Vam fer dos dissenys diferents, un per a la Cinta i un per al Renaixement.

Entrevistador 2: Parlant del disseny... va contractar a Ecogots només pel concepte de què fossin una empresa ecològica o també per les facilitats que t'ofereixen a l'hora de dissenyar i com fan aquesta part?

Meritxell: Pel producte en general que portaven... és a dir, pel fet que era la clofolla de l'arròs, per tant, això ja ens va atreure... si ens haguessin dit que simplement eren una empresa de gots de plàstic normals, com qualsevol altra, ens haguéssim buscat altres, però en aquest cas era un tema de molta exclusivitat, només ho fan ells, i a més a més, com ens van oferir, que també podíem nosaltres dissenyar el que era el got, òbviament encara ens va atraure més, i per això ho vam fer.

Entrevistador 2: I a l'hora de fer el disseny us van facilitar tot? Van comentar algo sobre utilitzar com menys tinta possible?

Meritxell: Que jo sàpiga no, vam parlar directament amb els dissenyadors que ens van fer els gots, llavors ja... ens van fer el nostre disseny tal com havíem acordat.

Entrevistador 2: I com va ser aquest procés amb ells?

Meritxell: La veritat és que el procés va ser fàcil i eficient, vam enviar el disseny i en seguida ho vam tindre. Molt ràpid.

Entrevistador 2: Molt bé... I ara, parlant més del tema "preus"... En algun moment el preu que tenen ho va veure plantejat com una barrera? O des d'un principi va estar al 100% convençuts de què podíeu treure-ho endavant?

Meritxell: No, no... a veure, costava una mica més car que no el got de plàstic normal, però vam pensar que era un cost que s'havia d'assumir si és que estàvem convençuts de l'objectiu que anàvem a assolir... que era reduir els residus, per tant, en tot moment vam decidir que sí que ho faríem igual.

Entrevistador 2: Com era aquesta diferència de preus? Ho recordes?

Meritxell: Uf...no ho recordo això ara, però sí recordo mirar-ho amb el regidor i veure que hi havia molt poqueta diferència, alguns cèntims, però tot i així sí, Ecogots era més car.

Entrevistador 2: Mmm... vale tranquil·la, ens serveix. Parlem ara dels resultats que hi vas veure... La qualitat, els comentaris que vas rebre de la gent...

Meritxell: Els comentaris van ser bastant positius, fins i tot hagués preferit que s'haguessin utilitzat molt més, perquè al final clar, nosaltres els posem a la venda, però sí que vam demanar a nivell dels establiments era que no hi haguessin un altre tipus de gots, això també facilitar molt que la gent els utilitzes... i de fet, crec que pel tema disseny, pel que suposava apostar per la sostenibilitat... tot plegat va fer que el producte tingui una bona acollida. No sé si tu entre el jovent vas veure que els utilitzaven...

Entrevistador 2: Sí, bueno... que els utilitzàvem sí! El que passa és que sabíem que el que teníem era un got reutilitzable, però no molta més informació, no sabíem que no era plàstic i que s'utilitzava l'arròs.

Meritxell: Ja... al final bueno, ho vam explicar, però és un dels problemes que t'hi trobes, costa molt arribar a tothom... ho vam dir a través de les xarxes i d'una roda de premsa... però clar, arriba a qui arriba.

Entrevistador 2: Ja, ho entenem... i comentaris negatius? En algun moment vas rebre alguna queixa pel que fa a qualitat o...

Meritxell: No, no!!!

Entrevistador 2: Ni pel que a disseny ni res no?

Meritxell: Tot van ser comentaris positius, almenys el que em van arribar a mi. Per part nostra no vam sentir ninguna crítica. La gent amb això va estar molt receptiva.

Entrevistador 2: Doncs... no sé si la meva companya vol afegir alguna cosa més...

Entrevistador 1: Jo crec que ja està, ens ha servit de molta ajuda.

Meritxell: No res! Tant de bo tot fos així de fàcil, qualsevol cosa estic a la vostra disposició.

Entrevistador 2: Perfecte!!

Entrevistador 1: Moltes gràcies

Meritxell: Sort! Adeu!

Entrevistador 1: Adeu!

TRANSCRIPCIÓ 4

ENTREVISTA MARTÍ TERÉS: EXREGIDOR DE SOSTENIBILITAT DE L'AJUNTAMENT DE GIRONA

Entrevistadora 3: Bueno, bon dia i...

Martí: Bon dia.

Entrevistadora 3: Bueno, abans de començar amb l'entrevista si et volguessis presentar una mica i explicar-nos qui ets i el paper que tenies dins l'Ajuntament de Girona.

Martí: Hola, el meu nom és Martí Terés, vaig ser regidora l'Ajuntament de Girona de l'any 2019 fins al 2023 com a responsable de l'àrea de sostenibilitat on es porta doncs, emm, tota la gestió relacionada amb el medi ambient, ja sigui de parcs i jardins, ahh, la qualitat de l'aire, ahh, no sé, animals de companyia, animals salvatges, fauna salvatge, gestió forestal, ahh, vale, per tant, tota aquesta part de medi ambient i la part de serveis urbans, gestió de l'empresa d'aigua, d'aigua potable, gestió de la depuradora, aigües residuals, i també la part de gestió de residus val?, i, per tant, des d'aquí, ahh, doncs posàvem criteris a l'hora de fer contractació pública per tal de potenciar tot allò que tingués a veure, ahh, amb un consum per part de la ciutat de, de temes que fossin respectuosos amb el medi ambient, ahh, vaig estar doncs això, quatre anys gestionant tota aquesta àrea i evidentment el contracte de, d'això d'Ecogots va comptar amb el nostre vistiplau.

Entrevistadora 3: Comencem amb l'entrevista, ehm per començar la primera pregunta és si vas rebre una bona valoració respecte als ciutadans de Girona?

Martí: Sí, home òbviament sempre que hi ha un canvi, ahhh hi ha gent que esperava doncs poder tornar el got, no?, i que li tornessin els diners com era el model que hi havia abans, no? Doncs utilitzàvem gots reutilitzables i les persones podien anar a una guixeta que hi havia i allà doncs si donaves els, el got et tornaven mig euro, un euro, val?, depèn de...

Entrevistadora 3: Sí...

Martí: A l'implementar aquest nou sistema això es perd no?, perquè lògicament els gots que no retornen, però, per altra banda, és evident que és un got més sostenible perquè està fet doncs amb material que és computable...

Entrevistadora 3: Mhhmm

Martí:...i que, per tant, no genera impacte en el medi ambient i, per tant, doncs hi havia gent que sí que com és lògicament de, té pues una opció més sostenible.

Entrevistadora 3: Ja, pues jo això no ho sabia que no es retornaven els diners, bueno, però està bé. I... la segona pregunta és ehm, bueno havent vist això de què l'Ajuntament de Girona va fer els gots de Fires de Girona amb Ecogots i saber si és l'únic sector o esdeveniment, ahh, on heu recorregut a la marca o si n'hi ha algun altre?

Martí: Ahhh, Ecogots s'ha utilitzat en altres esdeveniments el que no et sé fer la llista exacta perquè...

Entrevistadora 3: Vale.

Martí: ... hi ha esdeveniments que els organitzaven més de l'àrea de cultura, d'altres més d'esports, però que era un model que es volia anar implementant als diferents esdeveniments, segurament l'últim, el de les festes de barri, perquè les organitzen directament les associacions de veïns. Però la idea era que tot allò que tingués participació de l'ajuntament s'anés incorporant aquest nou sistema de gots perquè genera molt menys impacte. Pensa que nosaltres ens trobàvem, ahh, gots de festes, de fires, barraques i tal, ahh, al riu no?, i com que eren de plàstic...

Entrevistadora 3: Ja

Martí: ... doncs, ahhh, no, no es desfan i estaven allà durant anys i bueno quan anaven a treure residus al riu podies trobar gots de feia molts anys perquè al ser de plàstic no es desfeien. En canvi, aquests, ahhh, no es desfan a la primera de canvi lògicament, vull dir que et permeten, ahh, no?, que duri una mica, que t'aguanti la beguda i tot això, però sí que és veritat que amb el temps s'acaben, s'acaben...

Entrevistadora 3: Clar, sí.

Martí: ... desfent, biodegradables.

Entrevistadora 3: Vale, bueno i seguidament amb això. Com vau conèixer la marca d'Ecogots?

Martí: Ahhh, es va presentar doncs, en el sistema de contractació pública, mmm, en els ajuntaments lo habitual és que quan es fa un contracte amb una empresa doncs es fa de manera oberta i transparent i, per tant, doncs, ahhh, devien proposar la iniciativa m'imagino, però en qualsevol cas segur que no, vull dir de la contractació, doncs es va donar possibilitat de que altres empreses es presentessin. Evidentment, fan promoció, doncs el sistema, doncs es donen a conèixer en fires de productes de, ahhh, per ajuntaments, mmm, en fires doncs, ahhh, de productes reciclats. És una empresa que estan actius en aquest sentit i que han donat a conèixer aquesta solució, no a l'Ajuntament de Girona sinó a moltes altres institucions.

Entrevistadora 3: Vale, i llavors, també pues per donar alguna recomanació a ells, consideres que hi ha algun canvi que faries tant en el procés d'execució com en el de la compra de gots, de la marca d'Ecogots?

Martí: Mmmm, hamera, crec que el model que tenen està bé i funciona, no ho sé, a nivell potser de, això no ho sé si és tant cosa seva o potser cosa dels ajuntaments d'explicar millor l'impacte que generen tots aquests plàstics d'un sol ús, no? I com soluciona. En canvi, Ecogots no és l'única, però evidentment doncs, ahh, mola, perquè anar a les festes, bé ja ho veiem no?, a la festa del Girona doncs com encara...

Entrevistadora 3: Sí...

Martí: ... se servien amb gots de cartó, però que tenen un recobriment plàstic, o bé amb gots reutilitzables que se suposa que la gent guarda, col·lecciona i no els tira alegrement perquè valien dos euros no? I, per tant, però, ahhh, també explicar millor de què estan fets, com funcionen, doncs que són biodegradables, però malgrat tot no s'han de tirar, que aquesta és l'altra cosa no? No perquè siguin gots biodegradables ja els podem tirar alegrement...

Entrevistadora 3: Ja...

Martí: ...com un residu, jo què sé, a un medi natural, o a la via pública. Segurament millorant la comunicació de tot aquest.

Entrevistadora 3: Vale, i, bueno també què, què és el que us va atraure primerament d'Ecogots? El que, com, quan us va dir la marca què és el que més us va agradar?

Martí: El fet de que, el fet de que la marca sigui no?, doncs això una marca ecològica, que generi poc impacte, ah, el fet de que estigui fet de pellofa d'arròs d'una certa proximitat no? Si no recordo malament...

Entrevistadora 3: Del Delta.

Martí:...del Delta de l'Ebre, que, per tant, és un producte, no en podem dir quilòmetre zero, però pràcticament no?, és un producte que es fa en el propi país...

Entrevistadora 3: Ja.

Martí: ... i que no requereix de portar i exportar mercaderies com seria el cas d'un plàstic no?, que evidentment s'ha d'elaborar a partir de petroli, un procés que implica, doncs, mmm, molt de transport, molta manipulació, ara hi ha canvi doncs en el que és amb la zona del medi ambient. Com una solució alternativa fins i tot del got reutilitzable o del got de cartó, doncs també està bé no?

Entrevistadora 3: Sí...

Martí: És donar ús per exemple a això a un residu com és la pellofa de l'arròs, que és algo que possiblement no tindria sortida no?...

Entrevistadora 3: Clar.

Martí: ... i, en canvi, ells han trobat una funció diferent.

Entrevistadora 3: Sí... Llavors, vau notar alguna diferència de preu molt gran respecte als altres anys? I més o menys de quin tant per cent parlaríem?

Martí: No conec les xifres al detall eh, però sí...

Entrevistadora 3: Bueno, sí.

Martí: ... que són gots, que són, que tenen un cost superior, lògicament. El got de plàstic convencional d'un sol ús, és a dir, si féssim una escala, el got més econòmic és el got de plàstic d'un sol ús que crec que la Unió Europea ja els ha prohibit o està a punt de fer-ho, ah, després els gots de cartó no?

Entrevistadora 3: Sí.

Martí: de cartó els podem trobar i que aquests encara es poden seguir utilitzant no?, com a gots d'un sol ús, després vindrien els gots de plàstic reutilitzables no?, que tenen un cost superior i és veritat que a dia d'avui el got de, ah, l'Ecogot, el got que no és retornable per dir-ho així, també és el que té cost una mica més elevat que els altres, però només mirem el cost de lo que li costa a l'ajuntament o al consumidor comprar-lo. Doncs mirant tota la, tota la fotografia completa per dir-ho així, des de que es genera fins que s'elimina, lògicament aquest al tenir menys impacte, suposa també un estalvi a l'hora de, d'això no?, de gestionar els residus...

Entrevistadora 3: Del medi ambient.

Martí: ... de recollir, etcètera.

Entrevistadora 3: Vale, i en el moment de voler comprar, ai de voler una marca de gots sostenibles, mmm bueno també imagino que vau mmm gestionar altres, altres marques que també fabriquessin els gots sostenibles. Llavors, per què Ecogots en concret?

Martí: Val, ahh, en el cas concret de les barraques de Girona hi ha una, hi ha un organisme que se'n diu la comissió de la copa, que hi ha representades les entitats que tenen barraca a la, en a la Copa i també hi ha l'ajuntament. Tot i així, tot allò que compra l'ajuntament, és a dir, per una banda, en aquí es va tenir en compte l'opinió de les parades no?, les barraques que hi ha allà de les diferents entitats que serveixen begudes i així. Ahh, però per, per altra banda, tot allò que compra l'Ajuntament, el que té relació amb la compra de l'Ajuntament es fa com et deia abans, amb un sistema de, de transparència no?, de contractació pública, en què tu veus les conviccions, mira volem un got doncs que sigui pues això, ample, que no generi residus, etcètera i llavors es poden presentar les empreses que vulguin. No sé quantes es van presentar en aquesta licitació, però fan un plec de condicions i es diu doncs escolta, la millor oferta econòmica domina tants punts, la que posi, la que generi menys impacte ambiental tants punts més. Es posen tota una sèrie de condicions, es fa un sistema de puntuació, les empreses es presenten i per tant jo ara no recordo si Ecogots va ser l'única o n'hi havia més d'una, però en tot cas és un procés que és una mica al revés de quan un consumidor, o de quan tu i jo anem a comprar i som nosaltres els que triem, en aquí són les empreses que es presenten i amb un sistema objectiu s'acaba triant-la, la que fa la millor oferta, no només en el sentit econòmic sinó en el sentit de tot allò que es puntua val? Per tant, mmm, no, no es tria a dit per dir-ho així, sinó com que són diners públics doncs és un sistema, ahh, públic.

Entrevistadora 3: Vale, i què és el que més us motiva de seguir comprant els gots de Fires de Girona amb la marca d'Ecogots?

Martí: Doncs sobretot això, el, l'objectiu que es persegueix que és generar el menor impacte possible no? Pensa que a, en a l'espai de les barraques, de la Copa s'utilitzin principalment aquests gots, ahh, hi va moltíssimes persones no? Depèn de les nits, bé hi poden haver-hi més de vint mil persones, trenta mil. Totes consumeixen habitualment algun tipus de beguda i totes treuen de la barraca el got. Pensa que al principi, et, et donaven, fa molts anys enrere, et donaven els envasos i tal i s'acabaven, tot i així s'acabava generant eh, però molt de vidre...

Entrevistadora 3: Ostres, clar...

Martí: ... trencat a terra i clar. Ja fa anys que lògicament el vidre no surt de la barraca i només es dona el got, però sí que és veritat que hem anat fent una evolució no? D'aquests gots de plàstic cap a gots més sostenibles o reutilitzables, retornables i ara aquest que és el model que s'ha trobat millor. Potser d'aquí un temps surt alguna cosa encara millor que generi menys residu, menys impacte no? Per tant, l'objectiu és aquest, i Ecogots doncs ara s'ajusta molt a, ahh, a l'objectiu que l'Ajuntament es planteja no?, que era aquest, el de generar el menor impacte possible.

Entrevistadora 3: Vale, i bueno ja per finalitzar l'entrevista és si personalment recomanaries la marca d'Ecogots a altres ajuntaments, festivals o restaurants i per què?

Martí: Doncs, ahh, jo crec que sí, però sobretot per motius de sostenibilitat no?, és una marca que porta en el propi nom no? Ecogots i, per tant, no és una, no és una cosa que, a vegades en diem greenwashing no? D'empreses que són molt sostenibles, són molt, ahh, ecofriendly, són molt no sé què i en la realitat després, ahh, quan grates una mica no ho són no? En aquest cas per tota la informació que tenim doncs sí, no? Perquè treballen amb un producte, doncs això, de proximitat no? Amb un residu que és, mmm, natural, ecològic, que és compostable, solucionen un problema ambiental. Per tant, jo, crec que han tingut una bona idea, ahh, i que l'executen bé i que a més a més preus raonables no? A vegades les coses ecològiques són molt més cares i, per tant, tenir aquest compromís ambiental ens suposa més despesa. En aquest cas no és tant així no?, i per tant jo ho recomanaria sobretot per, per, per l'evolució de l'impacte ambiental que pot tenir doncs una festa multitudinària doncs a les barraques o altres esdeveniments no? D'altra banda, ahh, bueno, genera una certa economia circular i local no? Donant llocs de feina, ahh, portant un producte doncs que és això, sostenible, ahh, respectuós amb el medi ambient no? I crec que a més a més dona un bon servei...

Entrevistadora 3: Sí!

Martí: ...bueno, és el que hem parlat no? Jo què sé, a vegades, trobar productes que són, no sé, ara penso amb les palletes de paper, que al cap d'una estona queden toves i que no sé no? Hi ha coses que no estan del tot ben solucionades i, en canvi, aquesta sí que ho està no? Per exemple aquest got no té un tacte que sigui desagradable...

Entrevistadora 3: No, no!

Martí: ... és consistent, no se't desfà a les mans per dir-ho així no? Bueno que compleix amb la funció principal no?, i és això a més a més, és un producte ecològic, per tant, un bon producte.

Entrevistadora 3: Vale! Doncs bueno, ja estaria. Moltes gràcies!

Martí: Doncs perfecte! Espero haver-vos ajudat. Adeu!

Entrevistadora 3: Moltes gràcies! Adeu!

TRANSCRIPCIÓN 5

ENTREVISTA RAMÓN MAS ESPINALT: SOCI FUNDADOR DE WOLF, DISCOTECA DE BARCELONA

Entrevistadora 4: Vale, bueno, pues para empezar nos gustaría que nos hiciera una breve introducción sobre la historia de su empresa y su rol en Wolf.

Ramón: Bueno, yo me llamo Ramón Más Espinalt, soy socio fundador de Wolf Barcelona desde el año 2018. También soy secretario general del gremio de discotecas de Barcelona y provincia y presidente de la patronal nacional España de Noche desde el 2018 y secretario del gremio desde el 14. Llevo desde los 18 trabajando de noche, llevando discotecas en Barcelona y bares de copas. Ahora mismo tengo Wolf Barcelona, CUP Pedralbes, de nuevo Aribao, de nuevo Planou y Barenostum como locales míos. En Wolf, la experiencia con esta marca, ¿no? Nosotros empezamos... Esta marca se dirigió a nosotros a través del gremio para hacer una colaboración porque querían introducir el producto que tienen, tienen varios tipos de producto, tienen uno que es el... El que está hecho con producto de arroz, ¿no? Nosotros lo... Bueno, nosotros, yo como siempre hago aquí, cuando hay un producto nuevo, yo soy el primero que lo prueba. Entonces lo probamos en Wolf. Vasos tematizados y ahora tenemos otro tipo de vaso, que es de plástico también, pero estuvimos trabajando mucho tiempo en el vaso, el vaso este de arroz, ¿no? Que, bueno, nosotros fuimos un poco conejillo de indias e hicimos las pruebas de vaso tematizado, que a la gente le gustaba mucho, se lo llevaban. Y, bien, funcionaba bien, la verdad.

Entrevistadora 4: Vale, entonces, como usted ha dicho, la empresa Ecogots les contactó para trabajar con ellos, sin embargo, nos gustaría saber ¿qué fue lo que os motivó a trabajar con esta empresa? ¿Vuestro interés en esta colaboración estaba estrictamente relacionado con el consumo responsable y sostenible?

Ramón: Pues me parecía que era una manera de influenciar en los jóvenes y de hacerles ver que, nosotros, por el tema del plástico y el tema de los vasos no de cristal, lo hemos hecho siempre por dos temas, ¿no? Por un tema de sostenibilidad, lógicamente, y también por un tema de seguridad, ¿no? Sobre todo porque cuando llega el verano hay muchos cortes, te puedes cortar y tal. Y entonces, bueno, nos parecía un tipo de vaso diferente, bonito, distinto y que estaba muy bien y que a la gente le podía hacer gracia y así fue. Nos parece que también es evidente que lo que está pasando en los mares con los plásticos y todo, bueno, tenemos que tener un poco de responsabilidad. Porque si no, vamos a heredar un planeta un poco complicado, la verdad.

Entrevistadora 4: Totalmente. ¿Y el coste representó algún inconveniente en algún momento? Porque al final la diferencia de precio entre los vasos de plástico normales y estos es notable.

Ramón: Bueno, el coste, parte del coste, lo asumimos nosotros. Es verdad que cuando tienes una compra grande, pues el coste baja. Pero como todo, bueno, también sube la luz, sube los costes laborales, sube los impuestos, sube muchas cosas y nosotros poco, poco lo repercutimos en el cliente. Porque al final nuestro cliente es gente joven como vosotras, de 18 a 22, que tiene poco poder adquisitivo, que estudia en la universidad y claro, y al final, yo siempre digo lo mismo, es el público más exigente. Porque si tienen 20 euros, quieren que esos 20 euros le renten mucho, ¿no? Y entonces exigen una vuelta muy rápida y vamos a ver dónde los invertimos para que realmente la fiesta sea productiva. Y entonces no lo podemos repercutir, pero bueno, subimos el coste.

Entrevistadora 4: Pero entonces sí que notaron como una diferencia entre lo que os valdría un pack, aunque sea grande de plástico.

Ramón: Claro, si es un vaso de tubo de cristal vale mucho más barato. Pero bueno, yo creo que esta página hay que pasarla.

Entrevistadora 4: Vale. A pesar de la diferencia de precio, ¿consideran que vale la pena invertir más para ser responsables con el planeta o actualmente no es lo suficientemente rentable en relación con los ingresos de la empresa?

Ramón: Yo creo que si todo el mundo hacemos, hacemos lo que tenemos que hacer, todos ayudamos y bueno, no es un coste que sea inasumible para nada.

Entrevistadora 4: Vale. Y ¿Han observado alguna reacción positiva por parte de sus clientes respecto a esta iniciativa?

Ramón: Sí, los clientes les encantaría llevarse todos los vasos cada día, pero no puede, no puede ser, ¿no? Entonces sí que tendríamos un coste elevado, tendríamos que comprar millones de vasos. Pero a la gente le gustan, le gustan.

Entrevistadora 4: Porque lo que decía de las temáticas, ¿cómo es?

Ramón: Bueno, ahora lo vamos haciendo por etapas, porque si no también cansa, ¿no? Entonces depende del mes, pues ahora estamos un tiempo sin hacerlo, ahora volveremos a hacerlo pues seguramente para verano, porque es más un vaso de verano y pues pondremos algún tipo de frase como las nuestras típicas de "bailar es lo más importante" o "pásatelo bien" o no sé, estas frases en inglés que tenemos. Pues eso, hacemos frases que el equipo de marketing se inventa, ¿no? De cosas interesantes que a la gente le llaman un poco la atención, sí.

Entrevistadora 4: Claro. ¿Y han recibido alguna queja relacionada con el uso de Ecogots?

Ramón: Bueno, alguna vez al principio hubo algún problema porque algunos vasos olían como un poco, ¿no? Al producto de... Claro. Pero en principio ellos también han ido modulando porque al principio también teníamos un problema también porque a la hora de ponerlos no encajaban para que se lavaran y tal y se hizo una especie de ranura para que se pudieran encajar bien en los lava vasos porque es un vaso que se puede lavar y queda bien, ¿no? Bueno, se han ido corrigiendo cosas.

Entrevistadora 4: Sí, se han ido haciendo mejoras y demás.

Ramón: Claro, porque al final tú puedes proyectar una cosa, pero la operativa es lo que te enseña si funciona o no funciona, cómo el cliente lo recibe, pero bueno.

Entrevistadora 4: ¿Y notasteis alguna diferencia de sabor en la bebida debido a los vasos?

Ramón: Al principio había algo, pero después se corrigió.

Entrevistadora 4: ¿Y cómo ha sido su experiencia trabajando con ellos? ¿El trato ha sido positivo?

Ramón: Sí, es una empresa de gente aquí, muy eficiente, es muy... muy buena. La verdad es que yo estoy muy contento. Ha sido bueno el trato.

Entrevistadora 4: ¿Se han planteado implementar los vasos sostenibles de Ecogots de manera permanente en su discoteca?

Ramón: Nosotros los tenemos ya, los compramos. Lo que pasa es que tenemos ahora uno de plástico más duro que no sé exactamente... lo venden ellos también, pero no es el mismo que teníamos antes. Sí. Y los vamos a ir variando. La idea es... es que esto entra dentro de muchas cosas, ¿no? Al final, nosotros lo que tenemos que hacer un poco es que vosotros cuando vayáis os sorprendáis, porque si no, si os acostumbráis siempre a lo mismo, os acabáis agobiando y aburriendo. Y necesitamos, no sé, por ejemplo, pues ahora en verano... En invierno damos los croissants de chocolate, ¿no?, de desayuno, pero en verano damos helados. Y ahora lo hacemos siempre y es una cosa, un cambio, ¿no? Y a la gente le gusta. Y, bueno, tenemos que ir haciendo cosas, ir cambiando los shows, cambiando los vasos, creando chupitos interesantes, algún rincón de... para que la gente se haga fotos con 360, yo qué sé, ir pensando cosas para que... bueno, para que estéis divertidos.

Entrevistadora 4: Y entonces, bueno, has dicho que utilizáis también vasos de plástico y ¿Cómo diferenciáis el uso de los de Ecogots de los de plástico?

Ramón: No, son de Ecogots también.

Entrevistadora 4: Sí, ¿los utilizáis para lo mismo?

Ramón: Sí, sí.

Entrevistadora 4: Ah, vale.

Ramón: Lo que pasa es que utilizamos, ya te digo, a veces utilizamos unos, a veces utilizamos otros en función un poco del día, un poco del público

Entrevistadora 4: Y bueno, ya la última pregunta, que si en su empresa, la sostenibilidad ecológica es una prioridad.

Ramón: Es una prioridad y nosotros, en una inspección que tuvimos, y os puedo pasar el artículo de la vanguardia... El inspector que hacía el control del reciclaje nos solicitó, porque decía que nunca había visto que en una sala con tanta gente se reciclará tan bien. En eso intentamos ser muy... y eso es mi socio que lo lleva, que lo lleva muy a rajatabla, el tema de que los camareros separen mucho, lo que es el cristal de lo que es el plástico, lo que es el cartón de lo que es el orgánico... Eso se hace, se hace bien.

Entrevistadora 4: Sí, pero al final en una discoteca es muy complicado gestionar toda la basura, digamos.

Ramón: No es tan complicado si se ponen unos métodos. O sea, al final es todo voluntad. Evidentemente, es menos complicado no hacerlo, pero si lo tienes que hacer, que hay que hacerlo, no es tan complicado. O sea, al final los limones van a una bolsita, porque es orgánico, y el plástico va en un sitio, el cartón en otro y el cristal en otro. Bueno, estamos hablando de cuatro... cuatro recipientes diferentes. Tampoco es tanto.

Entrevistadora 4: Sí, sí, toda la razón. Muy bien. Pues nada ya estaría.

Ramón: Vale, pues nada, encantado y si necesitáis cualquier cosa no dudéis en contactarme.

Entrevistadora 4: Muchísimas gracias por tu tiempo!

TRANSCRIPCIÓ 6

ENTREVISTA ARIADNA FABREGÓ, PRESIDENTA DE LA POMPEUFARRA

Entrevistadora 5: Podries dir una mica qui ets, què és la Pompeufarra i quina és la teva funció dins d'aquesta organització?

Ariadna: Val, bàsicament el meu nom és Ariadna Fàbrega, soc la presidenta actual de la Pompeu farra, és el meu tercer any dins de l'organització dels quals primer vaig està dos anys a recursos humans i ara el tercer any he ascendit a presidenta. Bàsicament, la meva funció dins l'organització pues és revisar bàsicament totes les feines, tot el que dugui a terme a l'organització passa per les meves mans, llavors no és només donar el vistiplau sinó tirar la iniciativa a tothom i, per tant, està sobre de tot.

Entrevistadora 5: Tenim entès que les festes i esdeveniments que organitzeu feu ús de gots reutilitzables?

Ariadna: Sí exacte, de totes les festivitats que organitzem l'única on fem servir gots reutilitzables és a la Cervesada que té lloc un cop a l'any des de 2018 que vam començar. Em, de fet justament aquest any ha sigut l'únic que no l'hem organitzada per diversos temes. Bé, bàsicament la universitat decideix si et dona permís per portar-la a terme o no, a partir de x criteris de sostenibilitat valora si ens ho deixa fer o no. Llavors, nosaltres ens decantem per una Cervesada sostenible a través de gots reutilitzables i també a través d'utilitzar tiradors de cervesa en lloc de llaunes i ampolles normals.

Entrevistadora 5: Quina marca de gots compreu i per què?

Ariadna: Emm...doncs els gots que comprem són de Ecofestes, bàsicament perquè vam trobar que és una marca que permet fer grans comandes, és barat i, al cap i a la fi, és això amb què ens fixem, ja que som una associació universitària i intentem agafar el més barat. A més pots personalitzar els gots i ficar el teu logo o el que vulguis, que és el que nosaltres fem. També perquè uns coneguts ens la van recomanar per tema qualitat preu i doncs si algú que coneixes et diu que està bé tens més garantia que sortirà bé.

Entrevistadora 5: Consideres una bona iniciativa la producció de gots sostenibles i reutilitzables?

Ariadna: Sí itan, definitivament penso que la producció de gots sostenibles i reutilitzables és una iniciativa fantàstica! Mira, de fet ho hem parlat mil cops després d'alguna de les festes que organitzem, que si en lloc de gots reutilitzables utilitzéssim gots normals de tota la vida es crearien unes quantitats de residus impressionants, i multipliquen per tots els esdeveniments, una bestiesa. Creiem que com a comitè que fa festes dins una universitat, tenim la responsabilitat, diguéssim, de ser un exemple en sostenibilitat.

A més, és una manera genial de conscienciar tota la comunitat universitària sobre la importància de cuidar el medi ambient. És com un petit pas que pot fer una gran diferència. I, francament, crec que els estudiants, professors i tots els que formem part de la universitat estarem més que contents de contribuir a una causa així.

I és clar que també hem de reconèixer que tenir aquest tipus d'iniciatives ens dona una imatge molt positiva.

Entrevistadora 5: Quins altres materials o recursos sostenibles feu servir en els vostres esdeveniments a part dels gots reutilitzables?

Ariadna: A part de la Cervesada que com t'he dit fem servir tiradors de cervesa i gots reutilitzables també acostumem a habilitar molts contenidors diferents per tal de reciclar el màxim possible, dins del que cap perquè al final són joves que van animats i acaben fent una mica el que volen, però bueno ho intentem.

Entrevistadora 5: Heu notat alguna diferència en la participació o l'actitud a les vostres festes des de que heu començat a implementar pràctiques més sostenibles?

Ariadna: Realment la participació en les nostres festes, o concretament la Cervesada, és molt elevada, i si és molt elevada és principalment pels criteris de diferenciació que utilitzem respecte a la resta d'associacions. Cap altra associació utilitza tiradors de cervesa i diria que no m'equivoco quan dic que cap altra associació universitària crea els seus propis gots reutilitzables, i de fet aquest criteri ho hem anat implementant al llarg dels anys, la gent és molt conscient d'això i cada any a les Cervesades hi ha molta gent que ja ve amb el seu got reutilitzable. Per tant crec que això ens diferencia de forma notòria amb la resta i l'actitud que adquireix la universitat davant nostra i les facilitats que ens dona la uni per fer la Cervesada gràcies a aquestes polítiques sostenibles les considerem molt rellevants.

Entrevistadora 5: Comuniquen als assistents les vostres iniciatives de sostenibilitat?

Ariadna: Nosaltres comuniquem a través de les nostres xarxes socials com seràn els esdeveniments, no fem menció dels tiradors però sí que fem menció dels gots reutilitzables, perquè creiem que això pot incentivar la gent.

Entrevistadora 5: Quins beneficis creieu que té per a la vostra imatge com a organització l'ús de gots reutilitzables i altres pràctiques sostenibles?

Ariadna: Aviam, al cap i a la fi, jo crec que avui dia com més accions per cuidar el medi ambient, fomentar maneres de reduir contaminació, iniciatives verdes... tot això et dona bona imatge siguis una empresa gran, una petita com un simple comitè de festes com som nosaltres. Nosaltres no ho fem per la imatge, ja sé que això ho pot dir tothom, però ben bé no ens aporta cap benefici important pel que fa a que assisteixi més gent o menys als esdeveniments i festes. Ho fem més que res perquè els que formem part de la Pompeufarra som força conscienciats amb aquest tema i doncs des d'un inici ja vam dir que intentaríem fer-ho el màxim sostenible.

