

## CASOS D'ÈXIT DE L'ACCIÓ 3

### DEL PROJECTE “ACTE: UNA XARXA PER LA INNOVACIÓ”:

*Empresa HALLOTEX S.L.*

HALLOTEX ha analitzat les dinàmiques del sector i de l'economia i, enlloc de claudicar, ha sabut aprofitar les oportunitats que el mercat oferia, creant una aliança amb un soci marroquí.

Imatge empresa

#### Dades d'identificació de l'empresa

Nom de l'empresa – Nom comercial	<b>HALLOTEX S.L.</b>
Població	Mataró
Pàgina web	<a href="http://www.hallotex.com">www.hallotex.com</a>
Data de constitució de l'empresa	1991
Nombre de centres de treball de l'empresa	1
Forma jurídica de l'empresa	Societat Limitada (SL)
Descripció de l'activitat	Disseny i confecció de peces exteriors de gènere de punt, de moda jove, dirigides al públic femení.
Dades generals de l'empresa:	
Volum de facturació actual	>5.000.000 €
Tipologia de clients i àmbit geogràfic comercial	Cadenes de botigues i distribució amb marca pròpia. Les marques per a les que treballen comercialitzen fonamentalment a Espanya i Europa, tot i que tenen distribució arreu del món.
Plantilla	24

## 1. Principal element de canvi/innovació

---

El principal element d'innovació és l'**aliança que HALLOTEX ha desenvolupat amb altres socis del clúster textil del Maresme i un soci marroquí per crear un nou negoci al Marroc, en concret, una empresa d'estampació.**

Adicionalment, hi ha altres elements innovadors:

1. **Traslladar l'estructura productiva al Marroc** creant una aliança amb el soci marroquí.
2. **Inversió en contractació de personal** en el departament de disseny.
3. **Inversió en noves tecnologies** i creació d'un nou centre de treball per incrementar la fidelització de la clientela i millorar la gestió interna.

## 2. Necessitat de la innovació/del canvi

---

### a. Història i motiu de la innovació / del canvi

Per part de HALLOTEX, s'identifiquen 4 motius principals per al canvi:

1. **Tancament de moltes indústries tèxtils a Catalunya** (entre elles les empreses d'estampació).
2. Les **grans cadenes** estan **molt focalitzades en preus i serveis**.
3. El **core business** de l'empresa és el disseny.
4. El **80% de la producció** de HALLOTEX són **peces estampades**.

### b. Estratègia

Quatre són també els elements que determinaren l'estratègia de l'empresa:

1. **Major orientació al client** per tal de millorar el poder de negociació, l'eficiència i rendibilitat del negoci.
2. **Aliança estratègica** amb altres socis del clúster i amb un soci estranger (taller de producció al Marroc) **per crear un nou negoci al Marroc**.
3. **Protegir els llocs de treball d'alt valor afegit a Catalunya**.
4. **Potenciar les TIC**.

### c. Punts forts

Els punts forts que destaquen són múltiples i variats:

1. El **core business** de l'empresa és el disseny.

2. Bona relació amb el principal client (grup Inditex).
3. Subcontractació de la producció a un taller soci del Marroc per reduir costos.
4. Bon nivell d'implantació de les TIC.
5. Eines punteres en disseny i patronatge.
6. Aliança amb una empresa tèxtil competidora per muntar un taller d'estampació digital al Marroc.
7. Personal qualificat.
8. Costos estructurals petits.
9. Capacitat per diversificar el producte.
10. Capacitat de reorientació.

#### d. Obstacles

La principal barrera consideren que va ser **el finançament**, el qual ha condicionat la manera i el *timing* en què s'ha portat a terme el projecte.

### 3. Resultats de la innovació/del canvi

---

#### a. Vivències del procés i valoració actual

El procés de canvi a l'empresa es va viure amb normalitat, atès que l'equip humà tenia la mentalitat de la **necessitat de canvi i reorientació contínua**.

#### b. Canvis organitzatius o productius

Els canvis que es van produir van ser els corresponents a la **creació i gestió d'un nou centre de treball**. En aquest sentit, consideren que ha estat senzill, pel fet que **s'ha integrat físicament i a nivell de gestió al centre de treball** que ja operava la seva producció.

#### c. Mètode de finançament

Fons propis i un préstec bancari.

#### d. Avantatge competitiu aconseguit

Creuen que han aconseguit un avantatge competitiu en la **fideltzació de la clientela**, degut a la millora de la seva oferta de producte, preu, servei ràpid i personalitzat.

#### e. Resultats comercials

1. Augment de comandes.
2. Oferta de producte a un millor preu per al client.
3. Millor assegurament de la qualitat del seu producte.
4. Servei més ràpid, a través del control de la gestió del procés d'estampació.

#### 4. Valoració del canvi

---

##### a. Errors

Des de HALLOTEX manifesten que, si repetissin de nou el procés, intentarien **no dependre del finançament extern** per poder realitzar el projecte al 100% de la manera que es considerava més adient.

##### b. Encerts

L'aliança amb altres socis del clúster del Maresme però especialment **l'aliança amb el soci marroquí**.

#### 5. Oportunitats del sector tèxtil

---

##### a. En general

1. **Aprofitar el *know how* i la important experiència tècnica** que té HALLOTEX i que també atresoren la resta d'empreses catalanes.
2. **Proximitat amb el Marroc** com a país productor, i que pot oferir una resposta ràpida que cada dia més el mercat demana.

##### b. Possibilitats de cooperació empresarial

HALLOTEX ja ha implementat processos de cooperació empresarial amb empreses del clúster tèxtil català, per ser més forts i competitius en el procés productiu.