

EVA MITITIERI

CEO DE KAPATAZ

“Con Kustomed, nuestra nueva línea de negocios, no solo ofrecemos herramientas personalizadas, sino que también asesoramos en la selección y después ayudamos a venderlas”

Desde hace 26 años, Eva es la actual CEO de KAPATAZ. Mujer multiempresadora, que ella misma se define como “empresadora”, palabra inventada que aúna “la mentalidad de empresaria y el alma de emprendedora”.

Texto: Ramon Capdevila / Fotos: Paula Rauber

¿Explíquenos como fue el comienzo de Kapataz?

Durante un día del mes de enero del año 1961, en el transcurso normal de una visita comercial como tantas otras, un cliente le enseñó a Joaquim Mititieri, mi padre, un nuevo nivel de la marca francesa *Antichoc*, y simplemente le pidió que se lo consiguiera. Entonces Mititieri se puso manos a la obra para descubrir donde se fabricaba. Fue así como se desplazó a la pequeña localidad fronteriza de Saint Louis, entre Suiza y Francia,

donde se encontraba el propietario de los famosos niveles, un tal señor Holzac. De esta manera, Kapataz incorporaba la 1ª línea de niveles e iniciaba su trayectoria en el mercado. Así, empezó todo: “ayudando” a los clientes a encontrar los productos idóneos para cubrir las necesidades de sus negocios. Ahora, seguimos manteniendo la misma filosofía y nos “dejamos guiar” por nuestros clientes y sus necesidades. Al final, ayudarlos a que vendan más y mejor y a tener un

negocio más rentable nos beneficia también como empresa.

¿Cuál crees que ha sido la clave para que Kapataz se consolide en un sector tan competitivo?

Sin duda la clave de que aún estamos aquí es el servicio que ofrece nuestro equipo. Y digo servicio en el sentido más amplio de la palabra: desde ejercer un asesoramiento comercial profesional y no intrusivo, al trato personalizado por nuestro servicio de atención al cliente, o a



la selección de productos bajo los requerimientos de nuestros clientes.

¿Qué valores o principios han sido fundamentales en tu trayectoria como empresaria?

Creo que las empresas las hacemos las personas a todos los niveles. En el caso de las personas que estamos al mando de una empresa, es muy importante ver cuáles son nuestros valores y canalizarlos a través de nuestro posicionamiento como líderes, ya que serán, estos, los que guiarán el camino de la empresa.

En mi caso, mis tres valores principales son la honestidad, la coherencia (entre pensamiento, sentimiento y acción) y la creatividad. Y estos valores los intento aplicar tanto en mi vida personal, como, por supuesto, en la profesional.

¿Recuerdas alguna experiencia o logro que consideres especialmente significativo en tu carrera profesional?

Bueno, lo de los logros y las mujeres ya sabemos como va, -ja,ja,ja- (siempre tendemos a minimizarlos). Yo estudié la carrera de Publicidad y después Márketing, pero no tenía conocimientos sobre gestión y dirección de empresas, y fue un reto sobrevivir al relevo generacional (en nuestro caso, bastante traumático) y es una de las cosas de las que me siento especialmente orgullosa. ¡Ah! Y también haber superado la crisis del 2008, donde pasamos a facturar la 1/2 en un año, sin despedir a nadie ni dejar “colgado” a ningún proveedor.

Seguro que como empresaria estás constantemente pensando en cómo innovar y mantenerte actualizada. ¿Tienes algún nuevo reto que estés liderando?

Bueno, como soy un poco “culo inquieto” siempre estoy pensando y ejecutando cosas nuevas. Por poner un ejemplo, en el año 2020 creé un club de mujeres emprendedoras, donde celebramos reuniones de net-

working, formaciones presenciales y online, y una jornada anual para mujeres emprendedoras (Empren-camp). Y este año, la novedad surge dentro de mi propia empresa: lanzamos Kustomed, una nueva marca de productos personalizados.

¿Qué puedes explicarnos sobre Kustomed?

Esta idea la he retomado después de muchos años, porque en su día no me pareció adecuada (cada cosa requiere su momento). Ahora, creo que sí es el momento de poner al servicio de otras empresas mi conocimiento y ayudarlas a hacer crecer su negocio a través de la incorporación de productos personalizados a su portafolio.

¿Cuál es su propuesta de valor?

La propuesta de valor no es solamente proporcionarte herramientas personalizadas, esto lo hacen muchas empresas, sino que le hemos dado un *twist*: nosotros te asesoramos en la selección de cuáles son las que pueden encajar mejor en tu cartera, y después nosotros te ayudamos a venderlas.

“No se trata tanto de las herramientas que podemos suministrar, sino de todo lo que ponemos a tu alcance”

¿Qué te inspiró en crear esta marca y cómo conecta con tu visión empresarial?

Como te comentaba antes, Kapataz es bastante reflejo de quién soy (y mira que intento no personalizar, pero es así) y me he dado cuenta de que soy feliz ayudando a las personas. Lo hago con los clientes de Kapataz, pero ahora también quiero hacerlo extensivo a otras marcas que necesiten incorporar herramientas personalizadas a su oferta.

¿Qué tipo de clientes o público objetivo tienes en mente para Kustomed?

Nuestro público objetivo son las marcas que quieren aumentar su visibilidad, fidelizar sus clientes y/o diferenciarse de la competencia a través de las herramientas personalizadas. Puede que sea una marca que ya tiene herramientas en su catálogo, o igual aún no las tiene, pero en ambos casos les proponemos que incorpore herramientas personalizadas para marcar la diferencia con la competencia e impulsar sus ventas.

¿Qué se llevarán los clientes que compren Kustomed?

Las marcas que confían en Kustomed gozarán del *Know how* de una empresa que creó desde la nada una marca que aún perdura 64 años después. No se trata tanto de las herramientas que podemos suministrar, sino de todo lo que ponemos a tu alcance: nuestros proveedores certificados que ofrecen total garantía, nuestra capacidad de gestionar las compras, certificaciones, logística, etc., todo para que tengas que dedicar el mínimo tiempo posible a ello, pues ya lo hacemos nosotros. Y como broche final: te ayudamos a venderlas.

Tanto para Kapataz como para Kustomed, ¿cómo visualizas el futuro en los próximos cinco años?

Creo que Kustomed pasará a ser una parte importante de la facturación, ya que las empresas están viendo el gran beneficio que tiene “tener tu propia marca”. Por otro lado, en Kapataz nos estamos centrando cada vez más en productos de la línea “GoGreen”, desarrollados con criterios de sostenibilidad que permite reducir el impacto medioambiental. Creo que por ahí irá el futuro, aunque el mercado aún sea reticente.

Como mujer empresaria, ¿qué consejo darías a otras mujeres que desean emprender o liderar proyectos en un sector tan “masculino” como la construcción?

Primero un consejo extensivo para todas las personas que quieran emprender: confía en ti y tus capacidades, pero rodéate de I@s mejores. Y un consejo específicamente para las mujeres: que aprovechen las capacidades “femeninas” de comunicación y gestión de las personas, y que no intenten actuar con el estilo masculino. Es que no nos es propio...

