



Roser Pujol s'encarrega d'elaborar els anàlisis de mercat, els plans estratègics i la rendibilitat de costos dels productes de la companyia.



Any de fundació: 2000

Facturació: 2,5 milions d'euros en tancar l'any fiscal 2006-2007 i un benefici de 270.000 euros.

Expansió: han firmat un acord de distribució per a televisió de Ki-Kids als Estats Units.

Reconeixements: Premi Empresa Sant Joan Despi 2007 per la seva trajectòria empresarial, el creixement de l'empresa i l'encament en el món infantil.

Pàgina web: [www.essentialminds.es](http://www.essentialminds.es)

Seu: Fructós Gelabert, 2-4, 8è 1a, 08970 Sant Joan Despi (Barcelona).

Telèfon: 93 477 32 37

Foto: Essential Minds

Essential Minds SL està especialitzada en el desenvolupament, màrqueting i comercialització de productes i serveis educatius per a nens. Baby Einstein, Maisy, Ki-Kids i So Smart desperten la imaginació dels més petits

ROSER PUJOL, FUNDADORA I CONSELLERA DELEGADA D'ESSENTIAL MINDS

# “Com a mare, tot el que venem ho compraria”

**P**odeu fer l'experiment. Col·loqueu una criatura davant de la tele per veure Baby Einstein i no es mourà fins que acabi el vídeo. A simple vista, els dibuixos no criden l'atenció, no sembla que transmetin res, no s'entén per què enganxen, però en realitat representen un autèntic món d'estímuls visuals, sons i tàctils per als més petits. És el producte estrella d'Essential Minds, una empresa pionera i líder a Espanya en producció i distribució de productes d'entreteniment divertits i educatius per a nadons i primera infància.

## Com definiries Essential Minds?

És l'empresa pionera al mercat espanyol i la primera que de manera respectuosa ha apostat per oferir a pares i educadors les millors "eines" per interactuar amb els seus nadons i infants de 0 a 6 anys. Essential Minds ha donat valor als estímuls i hem demostrat que l'element educatiu no té per què estar renyit amb el món audiovisual i sensorial, sinó ben al contrari, i l'hem utilitzat en favor dels nens.

“Els empleats poden fer part de la jornada laboral a casa o adaptar-la a les seves necessitats”

## El perfil

Roser Pujol és llicenciada en ciències econòmiques i administració d'empreses. Va fundar la companyia gràcies als coneixements de la gestió estratègica i comercial, les relacions públiques, la promoció i el *network marketing*. És propietària del concepte *prescription branding*, un mètode de treball de màrqueting registrat a nivell mundial.

## Mare de dos fills

Roser Pujol és casada i té dos fills, gaudint passant temps amb la seva família i li encanten els nens. En el seu temps lliure li agrada llegir biografies i tot el que estigui relacionat amb el màrqueting.

## Com va sorgir la idea de formar la companyia?

Esperit emprenedor, curiositat i creativitat sempre funcionant, la necessitat de conciliar vida familiar i vida professional i un vídeo que van regalar-me quan va néixer la meua primera filla, l'any 1999. A partir de la barreja d'aquests ingredients neix la companyia.

## Per què vas decidir canviar de rumb professional i personal?

Va ser una necessària imposició del meu nou rol com a mare. Em va canviar la vida a tots els nivells i volia fer alguna cosa per ajudar les mares primerenques, ja que jo, personalment, em vaig sentir molt sola i amb molt desconeixement. Així que vaig llegir molt perquè vaig abocar-me totalment en la tasca de ser mare de la mateixa manera que abans m'havia dedicat plenament a la meua vida professional.

## Quina és l'especialització de la companyia?

Ens especialitzem en tots aquells productes que recolzen i desper-

ten els diferents sentits del nadó i infants amb adequats estímuls auditius, visuals, tàctils, gustatius i, fins i tot, olfactors. Un cop despertats els sentits, no volíem deixar els infants sense una continuïtat. Volem acompanyar el nen durant tota la seva infància, fins als 6 anys. Vam detectar la manca de productes que d'una manera natural, intuïtiva, permetien al nen jugar amb una llengua nova, l'anglès.

## Quines marques representeu i quines són pròpies?

En aquests moments només tenim una marca pròpia, els Ki-Kids. Representem tota la resta de marques, com ara Baby Einstein, Maisy, So Smart, Taggies, Music for Babies o Cloud9.

## Quins productes destacaries?

Sens dubte Baby Einstein, perquè ofereix oportunitats de desenvolupament visual i auditiu úniques que no han estat aconseguides per cap altre producte que hagi sortit al mercat espanyol. I n'han sortit més de deu!

Però no deixaria de banda els Taggies, perquè seran el "fenomen infantil" d'aquest Nadal. I els nostres Ki-Kids, un producte audiovisual que té extensions al món real, com ara obres de teatre (el 13 d'agost estarem al Festival de Peralada) o tallers i espectacles personalitzats per a centres comercials, escoles o ajuntaments.

## Quina és la regla a l'hora de crear programes educatius per als més petits?

El valor del joc i de l'aprenentatge, la necessària interacció del nadó amb els pares, educadors o éssers estimats i el fonamental respecte pel món infantil. Com a mare, tot el que venem ho compraria per als meus nens i de fet, fins ara, han estat un punt de referència important.

## Per què Essential Minds és líder en oferta d'entreteniment per a nens?

Perquè tots els productes que oferim donen garanties als pares de qualitat a nivell educatiu, de joc, de servei, d'atenció a reclamacions, de respecte pel consumidor final i també pel botiguer, gran o petit.

## Què impliquen les polítiques "family-friendly"?

Les polítiques amigables amb la família parteixen d'una total confiança empleador-empleat i d'un alt nivell d'implicació i responsabilitat amb la feina. Des del meu punt de vista, comptar amb un equip motivat té els seus efectes directes en la seva productivitat.

Anabel Herrera