

Xavier Piera i Joan Vergés són dos joves consultors amb una trajectòria semblant que fa set anys van decidir començar un projecte per compte propi: **“En Joan és enginyer de telecomunicacions i jo, enginyer industrial; tots dos havíem fet un màster a lese per després incorporar-nos a una consultoria americana. Allà ens vam conèixer i vam estar treballant gairebé set anys.”** Però el 1991 les coses van fer un tomb: **“La companyia es va incorporar a un grup més gran i va agafar una orientació diferent. El 1994 aquell vaixell ja no era el que a nosaltres ens motivava i vam decidir agafar-ne un altre que s’ajustés més a allò que volíem i sabíem fer.”** És així, doncs, com neix Europraxis, de la mà i amb l’entusiasme de dos socis joves disposats a tirar endavant malgrat la crisi del moment: **“Es tractava també de veure si érem capaços de posar en marxa una companyia viable en una època dolenta, perquè pensàvem que això volia dir que quan canviés el cicle, tot aniria molt millor.”**

El cert és que la jugada els va sortir perfecta, i amb només set anys Europraxis ha passat de tenir sis treballadors a tenir-ne prop de 200, a més de ser present a nou països diferents: **“La base era sòlida, l’experiència i la qualificació de l’equip original també, i vam començar fent un pas rere l’altre, sense presses, per tal d’aconseguir alguna cosa segura.”** La idea inicial ja va ser la consultoria de negoci, molt enfocada a ajudar les companyies a créixer rendiblement, a desenvolupar-se i a aconseguir una posició millor en els mercats mundials: **“Segurament la clau va consistir en el fet que érem especialistes en el tema d’ingressos. En aquells moments, ningú no parlava de creixement, sinó de reduir costos, i el nostre era un missatge d’optimisme que va agradar als clients.”** Europraxis és, doncs, una companyia jove que ha crescut força de pressa, i això vol dir moltes oportunitats per a la plantilla: **“La gent amb potencial pot desenvolupar-se i anar adquirint noves responsabilitats a casa nostra, i part de l’èxit penso que ha estat haver trobat persones amb suficient capacitat per assumir aquesta responsabilitat, copsar-la i créixer amb la companyia.”** De totes formes, encara continuen sent ells dos els qui obren i tanquen cada dia les portes de l’oficina: **“No ens hem volgut deslligar mai de la nostra feina com a consultors i això significa treballar moltes hores, però no creiem en el model de director d’empresa de consulta que no veu els clients, que no hi parla, perquè és aleshores quan es perd el contacte amb la realitat d’una empresa d’aquestes característiques.”**

De consultories, tanmateix, n’hi ha de molts tipus, i a Europraxis tenen molt clar el que ofereixen als seus clients: **“Hi ha empreses que s’encarreguen de donar consell i acabar la feina aquí; nosaltres, en canvi, el que fem és aconsellar però també ajudar el client a portar aquella idea a la pràctica. Per tant, tenim un percentatge molt alt de consultors amb capacitat per a ser, també, bons directius o empresaris.”** I afegeixen: **“Creiem que, en la consultoria del segle XXI, la credibilitat te la guanyes ajudant els clients a fer realitat allò que has dit que es podia fer.”** Perquè, d’altra banda, el públic també ha canviat i cerca un altre tipus d’assessorament del que buscava fa una dècada: **“Cada vegada tenen més clar què és el que s’ha de fer per sortir d’un problema o per aprofitar una oportunitat, però el que encara no saben és com enfrontar-s’hi, com portar-ho a la pràctica.”** I és aquí on entren uns consultors experimentats

com en Joan i en Xavier. **“Per això la consultoria del futur passa per aconseguir resultats i demostrar al client que la inversió que ha fet ha estat vertaderament rendible per a la seva empresa.”**

Per a tot plegat les consultories han d’estar molt al dia: **“Hem d’anticipar-nos una mica al futur, i per això dediquem molt d’esforç a temes de formació i desenvolupament de nous conceptes de negoci, nous productes de consultoria i noves maneres d’enfocar i resoldre problemes.”** L’evolució de la societat és molt ràpida i, per tant, **“la capacitat de canvi que promoum en els clients l’has de tenir també permanentment dins la teva firma.”** Així, doncs, a Europraxis també han entrat conceptes com el de ‘nova economia’ i ‘globalització’: **“De fet, a nosaltres ens agrada parlar d’una sola economia, que és la de sempre, però que ha trobat canals més actuals en les noves tecnologies. És a dir, al final, client, producte i mercat són els mateixos, el que realment ha canviat ha estat la forma d’interrelacionar-se clients i proveïdors, però no hi ha res més. Gairebé sempre, les necessitats que vas a atendre com a consultor són les mateixes.”** De totes maneres, Europraxis ha creat àrees especialitzades en noves tecnologies o en turisme: **“Tenim en compte que el món energètic està en procés de liberalització, i això voldrà dir que l’energia es convertirà en un producte de consum. Pensem que amb la nostra experiència podrem entrar en aquesta àrea amb les garanties de donar un servei excel·lent.”** I és que tenir una perspectiva multisectorial és important **“perquè t’ajuda a triar el més profitós que has desenvolupat per a un sector i aplicar-ho a un altre.”**

No obstant els canvis empresarials, però, encara queda molt per evolucionar: **“La legislació, per exemple, va molt per darrere del que és el mercat únic i la globalització de mercats. Pel que fa a plantejaments generals, sí que es poden fer negocis arreu d’Europa i del món sense massa problemes, però les limitacions les trobem en l’òptica de l’operativa interna, administrativa, de contractació de persones i de moviments de capitals.”** Encara s’ha d’evolucionar, doncs, legislativament: **“Els reglaments que fan de suport a les lleis no s’actualitzen amb la suficient agilitat, es queden dos o tres anys enrere, i això s’haurà de millorar.”** La consultoria ha estat un sector que ha anat creixent amb aquests canvis, i companyies com la d’en Xavier i en Joan ho han notat: **“Avui és normal que una empresa gran, com les que són clientes nostres, estigui en contacte amb diverses consultories, cadascuna en la seva especialitat, perquè són un recurs extern necessari per afrontar tots els reptes que tenen per davant en un món global i competitiu.”** I és que és evident **“que potser és la primera vegada que un client té aquell problema, mentre que per al consultor pot ser la cinquantena vegada que el resol.”** Tot i la importància del fenomen de la globalització, no es pot deixar enrere la visió local de l’entorn: **“Ens agrada parlar de problemes de tipus ‘clocal’, i amb això volem dir que al final l’empresari continua sent un senyor amb noms i cognoms que tant pots trobar a la selva brasilera com a la Cerdanya, i que els problemes que tindrà no deixaran mai de ser locals.”** A més, la confiança encara continua sent també la clau de la relació amb el consultor: **“Malgrat la internacionalització de les companyies i de les temàtiques, tot es redueix a una qüestió de relació entre persones.”**



“Ens agrada parlar d’una sola economia, que és la de sempre, però que ha trobat canals més actuals en les noves tecnologies”

Xavier Piera i Joan Vergés - Barcelona (Barcelonès)