

Tots tenim una visió global de la comunicació. La identifiquem com a procés d'interacció, de moviment d'informació; de vegades, però, no parem compte de l'enorme especialització que comporta. L'evident compenetració d'Andreu Alsius i Marc Cartaña respon al fet que, malgrat les diferents funcions de cadascun, tots dos treballen pel coneixement del mercat i dels entorns competitiu, i coincideixen a afirmar que el millor per a estar en consonància professionalment és la vocació. L'Andreu va crear Market AAD **"quan estava estudiant ciències de la comunicació a la universitat. Havia començat escrivint articles per a revistes especialitzades sobre temes de mercat, i vaig decidir dedicar-me a la recerca. Vaig estar un any col·laborant en un institut d'investigació i després vaig fundar l'empresa."** Per la seva banda, en Marc es va integrar a l'empresa familiar quan encara estava estudiant. Això el va fer adonar que allò que realment volia era **"anticipar-se als dubtes que teníem, tractar les incerteses. Per això em vaig especialitzar en la investigació comercial i en l'anàlisi dels entorns empresarials. Després d'uns anys de tràmit dins l'empresa industrial em vaig poder incorporar al món de l'anàlisi dels sectors competitiu."**

Cadascun enfoca les qüestions des d'un punt de vista particular i fan efectiu el concepte de comunicació com a **"capacitat de coordinar visions multidisciplinàries."** La comunicació és un instrument per a operar en el medi en què vivim, independentment de l'entorn, i això està del tot connectat amb la recollida i l'anàlisi d'informació, en el fet de pensar i d'actuar. El tancament d'aquest cercle és el que procura una millora contínua en qualsevol organització: **"El nostre equip contempla tres possibilitats de connexió i ens dividim en tres àmbits. Hi ha una part inicial, el treball de camp, que requereix gent acostumada a la gestió de recursos humans. En segon lloc, hi ha el grup de persones especialitzades en tècniques d'investigació de mercat, que s'encarrega d'analitzar tota la situació. Finalment, tenim un equip de màrqueting operatiu que es responsabilitza de solucionar els problemes i de dur a terme les propostes. A més d'auditar la situació i diagnosticar-la, aportem solucions."** El que sembla més evident cada vegada és que les actuacions empresarials d'adaptació a l'entorn, i per tant de canvi, es basen en sòlids coneixements elaborats a partir d'estudis de mercat. **"La potència d'aquests estudis es troba en el propi coneixement del màrqueting dels dirigents de l'empresa. És així com arribem a solucions concretes i úniques per als nostres clients. Això és innovació i lideratge."**

Cada client i cada projecte són diferents, i la filosofia d'empresa de Market AAD ho deixa molt clar: **"Sempre hem procurat fugir de l'estandardització. Cada cop hi ha més analogies entre els diferents sectors, i treballar amb empreses de diferent caire t'aporta molts coneixements, et renova."** Ells saben quin és el grau d'interacció que volen aconseguir: **"Les empreses detecten que hi ha situacions que es poden optimitzar, però no veuen clar com fer-ho, per això s'adrecen a nosaltres i ens demanen una solució. Nosaltres no tan sols els aportem el mètode, sinó que els proposem la millora, les solucions i els donem el suport necessari per a tirar-ho**

**endavant. Aquesta és la feina d'un consultor, és l'àrea del compromís i és la mena de relació que volem establir amb tots els clients. D'aquesta manera aconseguim una implicació total, per les dues bandes, i una fidelització del client. Nosaltres ens oferim com a especialistes en tècniques d'investigació de mercat i de gestió de l'entorn. Volem ser components de l'equip, integrar-nos en la part que es fa càrrec del problema conjuntament amb l'empresari, que és qui aporta la vessant experta en el seu producte. Això és el que fa que un grup sigui fort."** Aquesta manera d'entendre la relació amb els clients és el que afegeix un alt compromís de futur amb les empreses per a la introducció de millores.

Els professionals d'estudis de mercat estan ajudant la indústria a emmotllar-se a les noves situacions. **"El nivell de competència ha afavorit molt l'evolució de l'empresari català. El nostre entorn treballa per adaptar-se i nosaltres els ajudem a trobar el seu lloc. L'empresa ha integrat el canvi com a vida pròpia de l'organització i ens està donant la raó de ser. L'explicació la trobem en el canvi generacional, empès per la gran oferta en formació d'aquest país. Ara es comencen a observar avenços importants i entorns competitiu forts."** Les generacions joves són les més capacitades per a encarar-se als canvis radicals que es preveuen per al futur. L'equip de Market AAD està format per divuit persones, gent jove i molt formada: **"Creiem que les maneres d'actuar canviaran molt en el futur i això requereix una visió fresca, pròpia de la joventut. Es necessiten persones que puguin assimilar els canvis ràpidament, que tinguin molts coneixements tècnics i una gran capacitat d'aprendre. El futur és de la gent jove que té aquestes aptituds."**

Amb el transcurs del temps, Andreu Alsius i Marc Cartaña han fet créixer la consultoria; ha augmentat el nombre d'empreses i la qualitat d'aquestes. La seva posició és de capdavanters en el sector i el seu futur es construeix a partir del manteniment d'aquest lideratge i de la constant innovació. En aquest sentit, **"a la nostra pàgina web es pot veure quin és el concepte d'una empresa que camina cap a la globalització."** Ser constant, treballar i no deixar mai d'aprendre són les autoexigències de Market AAD. Però la clau de l'èxit rau, en darrera instància, a obtenir el reconeixement dels clients: **"És el que fa que creixis professionalment i personal. La comunicació forma part de la nostra feina per partida doble, és el que venem i és el puntal per a aconseguir-ho. Si no saps entendre les necessitats de l'empresari, no pots ajudar-lo. No hem d'oblidar mai la importància de la comunicació en tots els àmbits, i l'hem de potenciar fins i tot quan el ritme de treball s'hi oposa."**

Tenen seu a Barcelona, a Madrid i, en aquests moments, focalitzen la seva visió als EUA: **"El nostre esdevenidor està vinculat al futur de l'economia internacional. Entrem als Estats Units per aportar prospeccions a les empreses d'aquí que es volen endinsar en aquell país, tal com ho fan també a Europa. L'objectiu és estendre la nostra activitat en un món sense barreres. Les úniques fronteres es troben en la comunicació; si et pots comunicar amb tothom, són inexistent."**



**“Coneixement de l’entorn: una eina imprescindible per la gestió contínua del canvi i el lideratge”**

**Andreu Alsius i Marc Cartaïa** - Barcelona (Barcelonès)