

Un cop obtinguda la llicenciatura en ciències econòmiques, els primers passos dins l'empresa privada van suposar un complement formatiu bàsic en la trajectòria professional de Josep Abadal Soler. Més de 10 anys d'experiència adquirida en empreses com el banc BBVA, Henkel, Marcilla i Nutrexp van donar pas, el 1994, a l'establiment de la seva pròpia consultora MCG-JAS, especialitzada en l'apartat comercial, sobretot referit a màrqueting internacional. Des d'aleshores l'equip de professionals que conforma l'empresa ha recorregut un camí gens fàcil que els ha donat prestigi dins i fora del territori català. Josep Abadal viu amb passió la seva professió. **"La nostra especialització és el comerç exterior, ja sigui de productes o de serveis. El nostre client és aquella empresa que desitja introduir-se en un mercat forà o millorar-hi l'actuació. M'agrada treballar en sectors de mercat diferents tot i que mai no ho faig a la vegada amb clients que puguin ser competència entre ells. El nostre target és l'empresa petita i mitjana."** Quan un client es posa en contacte amb l'equip d'MCG, s'inicia un procés complex i laboriós per tal de determinar l'estratègia a seguir: **"Treballem colze a colze amb el client des del primer dia. Hem de saber quins són els seus objectius, és a dir, quina empresa vol tenir. La resposta a aquesta pregunta és essencial per a la nostra feina posterior. A continuació hem de conèixer el producte i les seves aplicacions per tal d'establir la política comercial més adient perquè pugui tenir sortida a l'exterior. Hem de veure quins són els seus punts forts i els febles, i d'aquí derivaran uns arguments de venda i, també, els beneficis que suposarà per a la persona que el compri."**

El camp de l'exportació és tot un repte per a l'empresari ja que no li és fàcil fer el pas cap a aquest terreny. És un món desconegut i hi ha una por que sovint frena les expectatives empresarials. **"Hi ha tres factors bàsics que l'empresari ha de tenir en compte si vol vendre a l'estranger: en primer lloc disposar de recursos tècnics, que són els que fan que l'empresa doni un servei o tingui un producte competitiu. En aquest punt la feina de l'assessor consisteix a comprovar si el producte s'adapta a la demanda, és a dir, si el producte s'està ofertant tal com es demana en el mercat on es vol vendre. Un segon factor el constitueixen els recursos financers per abordar l'activitat exterior. És recomanable que els primers passos en aquest camp es facin amb recursos propis. Com que els que té la PIME són sovint escassos, cal no deixar de banda els ajuts que poden arribar de les institucions. El tercer factor, que considero més important, el constitueixen els recursos humans."** L'experiència viscuda en camps ben diversos fa que en Josep tingui les idees molt clares i les exposi d'una forma ben planera: **"Qualsevol empresa, per petita que sigui, pot vendre a l'exterior, fins i tot aquelles que no tenen producte propi, com per exemple la majoria del sector auxiliar de l'automòbil. A Catalunya es fan productes molt bons que si no són presents als mercats internacionals és perquè no s'hi han ofert. Sovint passa que una empresa té bona part de la producció venuda a un nombre limitat de clients i això és arriscat perquè es produeix una concentració de la facturació que esdevé un punt molt feble. L'empresa catalana està vivint un bon moment i les xifres de negoci són encoratjadores: hi ha feina i la**

sensació és que la prioritat és poder servir tot el que ens demanen abans d'ampliar la cartera de clients. Jo no ho veig així. En el marc d'una globalització com la que estem vivint, els mercats són oscil·lants, fan pujades i baixades. Quan es produeix una davallada, millor tenir trenta clients que quinze." I és que les característiques econòmiques mundials són molt variables, vivim una època de canvis constants i s'ha d'estar pendent de tot allò que passa i cal adaptar-s'hi. **"No hi ha una nova economia, l'economia és la mateixa però han aparegut altres elements com les noves tecnologies, que han generat un augment de la productivitat que hem de saber aprofitar. El canvi és positiu i crec que el futur ens portarà millores en l'àmbit empresarial. Cada dia em trobo amb situacions noves i, sempre que puc, repeteixo solucions que he aplicat en altres sectors, perquè les situacions acostumen a ser molt semblants, tant si parlem d'una empresa que fa béns de consum com d'una d'industrial."**

El més important per poder començar a treballar és que l'empresari clarifiqui les seves idees i no tingui por de sortir al mercat internacional. No és fàcil perquè veu obstacles i se l'ha d'ajudar a superar-los. **"Estic portant a l'estranger productes i serveis amb característiques ben diferents. M'adono que una bona estratègia és bàsica per accedir a qualsevol mercat. Es parla de la Unió Europea com de mercat local i realment ho és. Hi ha molts mercats per poder treballar i nosaltres busquem el màxim d'informació útil per a trobar els més permeables als productes dels nostres clients. Es poden fer diferents tipus d'accions, viatges de prospecció, participació en fires... tot això requereix paciència i perseverança. Cal aconseguir bons contactes que t'obrin les portes. Un aspecte que sempre destaco és que quan se surt a l'estranger s'ha de tenir present un concepte, el d'humilitat. Cal seguir una sistemàtica d'actuació, escollir bé la diana i apuntar al centre. Els resultats poques vegades són visibles de forma immediata, però, si la preparació és correcta, seran favorables. De tota manera, no val a badar i les oportunitats no ens vindran soles, sinó que s'han de trobar i s'ha de lluitar per aconseguir-les."**

Per poder seguir aquesta tasca cal gaudir d'una confiança completa per part del client: **"En tot el procés treballem en equip amb el client. Ha de veure que estem fent el que ell voldria fer però que no sap o no té temps ni personal especialitzat per tirar-ho endavant. De fet, a MCG busquem clients per als nostres clients. El meu equip rara vegada es troba a la nostra oficina ja que treballem a la de l'empresa que ens ha contractat: identifiquem, contactem i fem el seguiment de la seva clientela potencial. En aquest darrer punt és on fallen moltes empreses. Deixar-nos-ho a nosaltres no suposa incrementar l'estructura i converteix aquesta feina en un cost variable. D'aquí precisament va sortir l'oportunitat que va permetre la creació de la nostra empresa, un servei innovador que implica una forta integració amb el client, fent nostres els seus objectius."**

Aquest equip de professionals encapçalat per Josep Abadal ha fet possible que productes i serveis nascuts en empreses catalanes hagin anat trobant mercat més enllà de les nostres fronteres. Amb rigor i professionalitat continuaran aquesta tasca d'assessorament a l'empresari català.



**“Busquem clients per
als nostres clients”**

Josep Abadal - Manresa (Bages)