

«El dubte no et deixa avançar, si tens clara una cosa, fes-la»

EMPRESES. L'Àgència de comunicació i relacions públiques **Briefing** fa vint-i-tres anys que manté intactes la il·lusió de l'inici. Un negoci innovador que en els últims anys s'ha especialitzat en Dreaming, és a dir, en detectar i fer realitat els somnis dels seus clients. A **Núria Cabrera**, la propietària d'aquesta empresa, és una emprenedora amb anys d'experiència, una defensora de l'essència d'aquesta paraula molt abans que es posés de moda.

La Núria Cabrera és i es defineix com a emprenedora i no dubta en explicar la seva experiència. El 1989 després d'acabar els estudis de Publicitat i Relacions Públiques, decideix amb la seva ex-sòcia, Meritxell Selga, treballar a Manresa del que ha estudiat. Una decisió valenta, tenint en compte que a finals dels vuitanta les empreses tenien poc coneixement del que volia dir comunicació o relacions públiques. A més, d'una absència de referents al Bages, on no hi havia cap empresa que oferís serveis externs de comunicació.

Núria Cabrera, propietària de Briefing, al seu despatx Foto: Aida Mallofré

Què us va portar a començar el projecte?

Un dia vam veure un anunci al Regio7 on deia que l'Ajuntament de Manresa donava ajudes a persones que volguessin muntar la seva empresa. A partir d'aleshores la idea ens va anar donant voltes pel cap i diu «ostres perquè no m'hi apunto». Vam veure que ens hi podíem acollir i bé ens van acceptar el pla d'empresa. Ens van donar durant nou mesos un aportació econòmica.

Quines dificultats us vareu trobar al començar el projecte?

Les dificultats que vam tenir, més que financers o de subsistència, van ser del propi servei. A la gent li costava entendre que volia dir una empresa de comunicació, és a dir, quins eren els serveis que ells podrien contractar per a la seva empresa. També és cert que en aquell moment érem joves i no necessitàvem els diners de manera molt immediata. Fins al cap de cinc anys l'agència no va començar a donar els fruits.

I ara, us trobeu amb dificultats?

La gent necessita rapidesa, immediatesa i això no és fàcil perquè la immediatesa dependrà del pressupost. Les empreses s'han despertat tard i ara el que tenen és una necessitat. A més, com que hi ha empreses que no estan acostumades a aquest servei encara no tenen clar el terme econòmic, si els hi sortirà car o barat. Això no vol dir que el servei sigui car, però clar l'estudi s'ha de poder portar a terme.

Com definiries que és un emprenedor?

Ser emprenedor és un estil de vida que es porta a dintre, jo no me'n vaig adonar fins que vaig obrir el despatx. A mi m'han ofert treballar per d'altres i he preferit viure amb la inseguretat d'un negoci propi. No canvio per res la llibertat de poder tenir molts projectes diferents i la necessitat d'autosuperar-se constantment. Tot i així, també crec que es pot arribar a aprendre a ser emprenedor.

Consells a un emprenedor...

Sobretot si tens clara una cosa, fes-ho. El dubte no et deixa avançar. Evidentment sempre has de tenir respecte a la incertesa, però jo sóc de la opinió que quan les persones pensem una cosa tant

fixament no ens equivoquem. A més, si no surt bé no vol dir que hagi fracassat, simplement que has de millorar. El més important és tenir seguretat en el teu projecte, tirar endavant, ser perseverant i constant.

Finalment, com es planteja el futur Briefing?

El futur es planteja molt en termes de col·laboració per poder donar un aspecte més ampli a l'agència. En aquests moments l'especialització és molt important i no ens quedarem endarrere. Amb una altra persona estem iniciant un projecte per treballar la imatge de la persona. La imatge d'una empresa no és només la marca d'ella, sinó les persones que la transmeten i la gestionen. Nosaltres plantegem un treball d'acompanyament als qui gestionen les empreses. Es dona eines a les persones per transmetre, per treballar en equip i per enfortir el que realment ha de tenir un directiu que és lideratge.