EL POU de la gallina
Revista manresana d'informació i opinió

Emprendre o cooperar?

Â

Emprendre. Un verb de moda. Els matisos, moltíssims i diversos. Sobretot si no restringim la càrrega semàntica del terme a l'àmbit estrictament empresarial. Aprofundim-hi, doncs, tancant el focus en el substantiu que inclou tot un procés: l'emprenedoria. Dit d'una manera més planera, la voluntat d'encapçalar projectes i aventurar-se a tirar endavant idees per molt desgavellades que semblin a priori.

Francament ?i és aquí on rau la guspira d'aquestes ratlles? n'estic fart de gurus i oracles del coaching empresarial més interessats a fer avançar la religió que els paga les misses venent fum en màsters i cursos ?amb força dinàmiques de grup i algun paintball, per descomptat? que a orientar honestament els dits emprenedors. Massa sovint s'hi minimitza una realitat cruenta: el tant per cent de fracassos en negocis és elevadíssim si el comparem amb els escassos models d'èxit i, sobretot, d'un èxit sostingut en el temps.

A remolc, hi van institucions i governs àvids per projectar bons auguris i brots verds i vendre la reactivació de l'economia, però, malauradament, mancats de coordenades i recursos útils per destriar el gra de la palla entre tan Fu Manchú d'escola de negocis. Amb l'assessorament empresarial ha acabat passant com amb el mantra de la sostenibilitat i la indústria creada al voltant de la gestió de residus.

Quan hem tingut tota la fireta muntada, ens n'hem adonat que no donem l'abast a reciclar tanta merda. Per tant, ja queda clar que hauria estat més efectiu, d'entrada, limitar l'ús de les bosses de plàstic, eliminar els embolcalls superflus dels productes o, abans de malgastar diners pensant com canalitzar la brossa, aprendre a reduir-ne el volum.

Com brut i cada dia més tòxic esdevé el credo del somni americà aplicat al catalanet de peu: el foment de l'emprenedoria. En conec força discursos, n'he llegit algunes tècniques i me'n fascina el vocabulari: start-up, anàlisi DAFO, màrqueting mix, intel·ligència emocional, know-how, delivering, les habilitats directives... La llista de referències, webs, llibre d'autoajuda i assajos dóna per a molt.

Però, i les persones? Quina capacitació han de tenir? Com s'han de rendibilitzar o potenciar les seves habilitats? Tots estem preparats per ser o (el que és pitjor) fer d'empresaris? La resposta a aquesta última qüestió és ben clara. No. Per tant, caldria estripar aquells manuals que predisposin qualsevol persona a ordir un pla de negoci siguin quines siguin les seves circumstàncies i sigui quina sigui la seva formació. No hi ha pocions màgiques.

En aquest punt, sí que podem rescatar la intel·ligència emocional en el seu vessant més pedagògic. Podem fixar-nos objectius, però realistes. Fruit de tenir prou autoconeixement per tenir ben apamades les nostres limitacions i les dels que ens envolten. Per fer negocis o, simplement, per conviure en harmonia. Perquè el factor humà, com en gairebé tot en aquest món que ens envolta, esdevé crucial.

Evidentment que, en qualsevol punt del planeta, hi pot haver idees capaces de revolucionar qualsevol àmbit social o econòmic. Però tan basta és la terra com extensa la llista d'il·lusos que, després de llegir la biografia de Steve Jobs, pensen que poden construir un imperi des del garatge de casa.

L'únic garatge que em considero mig propi és a casa dels meus pares i amuntega pols, records i restes d'un negoci familiar de dècades de suor i llàgrimes que han servit, això sí, per encarar tres fills per una trajectòria vital amb la generositat, l'esperit crític i l'esforç com a principals preceptes.

Al capdavall, doncs, si l'objectiu final ha de ser emprendre per fer negoci, el que ha de quedar ben clar és que la trajectòria no sempre és tan recta i pautada com voldríem. I les bones idees, fins i tot les més revolucionàries, no tiren endavant sense un bon equip. O sigui, una suma equilibrada d'habilitats gens fàcil d'aconseguir, sobretot quan les expectatives són ambicioses. Si bé és cert que les idees matriu poden sorgir d'un únic cervell, mai esdevenen un projecte i encara menys una realitat si no s'escullen bons companys de viatge i es planifica bé la ruta.

Si la idea és conservar l'autoritat a qualsevol preu, mantenir l'estatus per damunt de tot i no arromangar-se per a res, no cal ni que comencem el viatge. Per tant, el més sensat serà buscar aliats i, si som prou llestos, seran actius que ens complementem o tinguin aquelles qualitats de les quals nosaltres estem mancats. Persones que sumin. La idea ha de ser sumar: valors i talents: ordre, tenacitat, ambició, responsabilitat, imaginació, rigor, humanitat, capacitat de sacrifici, ordre, genialitat, passió, etc.

Si l'adició de talents té un quocient interessant, tant se val quina sigui la governança. L'enriquiment serà total personalment i monetàriament. L'actitud, el compromís, la lleialtat i el sentit comú són conceptes valuosíssims que no apareixen en cap contracte laboral ni es desglossen en cap nòmina. Però són la clau de l'èxit. De la mateixa manera que, paral·lelament, l'empatia, l'equanimitat, el sentit comú o la capacitat de diàleg no figuren en la majoria de currículums per liderar projectes.

Normal
0

21

false
false
false

CA
X-NONE
X-NONE

/* Style Definitions */
table.MsoNormalTable
{mso-style-name:"Taula normal";
mso-tstyle-rowband-size:0;
mso-tstyle-colband-size:0;
mso-style-noshow:yes;
mso-style-priority:99;
mso-style-parent:"";
mso-padding-alt:0cm 5.4pt 0cm 5.4pt;
mso-para-margin-top:0cm;
mso-para-margin-right:0cm;
mso-para-margin-bottom:10.0pt;
mso-para-margin-left:0cm;
line-height:115%;
mso-pagination:widow-orphan;
font-size:11.0pt;

font-family:"Calibri","sans-serif";
mso-ascii-font-family:Calibri;
mso-ascii-theme-font:minor-latin;
mso-hansi-font-family:Calibri;
mso-hansi-theme-font:minor-latin;
mso-fareast-language:EN-US;}