

G E S T I Ó E M P R E S A R I A L

**Guerra i competència,
poder i autoritat**

Modest Guinjoan / Josep Maria Llaurador

A principis del segle XXI, quan ens havíem acostumat a pensar que les vivències de guerra dels nostres predecessors i la nostra educació en una època de manca de llibertats eren una cosa llunyana en el temps i en l'espai, la crua realitat ens fa veure que tant un tema com l'altre són ben actuals, ben propers. La imminent guerra contra un dictador ens convenç encara més que no volem cap de les dues coses, ni guerres ni dictadors. Ni tampoc l'objectiu que s'intueix darrere, l'interès per tenir controlada una zona estratègicament crucial en el camp del petroli, matèria primera fonamental en les nostres economies.

Els directius d'empreses, grans i petites, prou que en saben, de guerres, per bé que menys cruentes que la de referència. Només s'utilitzen termes bèl·lics quan la cosa és molt greu, com ara quan hi ha una lluita aferrissada pel mercat a través d'una guerra de preus, una lluita que posa a prova la resistència de l'adversari, de manera que el més feble acabi per tirar la tovallola. Normalment, quan directius i empresaris afirmen que "anem batallant", es refereixen a les tàctiques, a les decisions, als riscos que han de prendre per tal de superar els adversaris, empreses amb les quals es disputen el mercat. El que fan les empreses –no cal dir que, com a tot arreu, també n'hi ha que practiquen la guerra bruta– és competir

amb l'objecte de guanyar posicions, quota de mercat, avantatge tecnològic, de preus..., cosa que pot arribar a comportar que desapareguin empreses competidores. Els empresaris i directius de les empreses perdedores –fins i tot alguns que s'han vist obligats a tancar– aprenen de les experiències i corregeixen els errors, milloren i poden arribar a recuperar les posicions competitives anteriors, si els queda tremp per fer-ho.

La competència entre empreses és un referent adequat de lluita creativa: es lluita per vèncer competidors, sobreviuen les empreses més eficients i, a diferència de les guerres, no cal aixafar el contrari, perquè no es lluita contra persones –encara que n'acabin pagant els plats trencats– sinó contra projectes.

Això que la primera potència militar i econòmica mundial, amb el suport testimonial de països satèl·lit, planeja fer a l'Iraq no és ben bé competir. I el que

xoca és que la potència en qüestió no tingui altre mitjà per fer fora un element indesitjable que armar un sarau de mil dimonis, amenaçant l'estabilitat política i econòmica mundial, i fent vessar sang innocent. S'hi deuen jugar molt, però el fet d'haver d'acudir a les armes, ¿no és una mostra de feblesa?

Una altra diferència molt substancial entre els guerrers i acompanyants del segle XXI i els directius empresarials radica en el fet que a aquests se'ls acostuma a reconèixer una autoritat fonamentada en les seves capacitats competencials (personal i professional), a part del fet que les organitzacions els donin poder perquè exerceixin el comandament; en canvi, aquells que prediquen la necessitat de la guerra tenen poder –delegat per part dels seus votants–, però no sempre mantenen l'autoritat. I per això omple de tristesa pensar que, basant-se només en el poder, hi hagi un bany de sang. El mercat és un gran mecanisme pel qual els occidentals ens hem de sentir satisfets i la forma en què s'hi competeix és tot un exemple –salvant algunes excepcions– per als polítics del nostre segle. I si la guerra arriba, i és per culpa del mercat del petroli, la cosa recorda més les èpoques colonialistes que no pas el tipus de capitalisme que pensàvem que teníem, d'empresaris i directius valents en lluita oberta, però respectuosos amb la vida d'altri.