

La Setmana Santa porta uns dies de festa –tres, quatre o fins i tot vuit dies per als més afortunats–; tanmateix, per a la majoria dels empresaris, seran dies de feina, si més no, mental. Un dels trets principals que identifica l'empresari típic és la plena dedicació al seu negoci, una dedicació que passa davant de qualsevol altre aspecte de la vida, inclòs el familiar i el personal. En les empreses mitjanes i petites això encara es fa més evident, perquè aquell *self-made man* ha d'estar a tot arreu, ha de controlar tots els processos fins a l'últim detall i sovint –segons ell mateix– això és la garantia del seu èxit. Des de fora ningú no li negarà que és mereixedor dels llorers, com també ho és dels guanys i les pèrdues que genera el negoci. Molts empresaris no tenen hores per a altres coses que no siguin el seu negoci, ni altres temes de conversa, ni altres interessos; és la seva obra, la seva passió, la seva vida. I s'entén. El problema arriba quan aplica el mateix criteri als seus directius i treballadors. N'espera el mateix... i s'equivoca per diverses raons.

En primer lloc, per a la immensa majoria dels seus empleats –directius o no– l'empresa no és la seva vida ni tan sols el seu aspecte més important, sinó un mitjà per guanyar-se-la i poder fer altres coses. La família o els seus *hobbies* poden tenir més prioritat. Instal·lats en l'Estat de benestar del Primer Món, els

El temps és or

MODEST GUINJOAN / JOSEP MARIA LLAURADOR
Consulting Barcelona Economia

treballadors per compte d'altri volen aprofitar per a ells les conquestes de dècades de lluita per aconseguir unes millors condicions laborals, d'entre les quals el temps de lleure ha estat una de les més valorades. En segon lloc, els incentius tampoc no són els mateixos. El principal incentiu per a l'empresari és quedar-se amb el que s'anomena renda residual, que són si fa no fa els beneficis econòmics que dona l'activitat empresarial; també actuen d'incentiu l'obtenció d'un cert estatus social i la realització personal com a emprenedor, entre altres. Els seus treballadors, en canvi, en l'àmbit de l'empresa, tenen com a principal incentiu la retribució, en forma de salari, pel treball que efectuen, i també motivacions de caràcter més personal, com ara el prestigi professional o la satisfacció de la feina ben feta, entre altres; i totes penegen del fil de la continuïtat del seu lloc de treball. D'altra banda, els objectius finals de l'empresa no sembla que ajudin a llimar aquestes diferències; com que l'empresari típic mai no ha estat gaire amant de compartir dades del seu negoci –de vegades ni amb la família directa!–, també és difícil

que el treballador s'identifiqui gaire amb el seu projecte empresarial. Finalment, molts empresaris han volgut generalitzar la seva devoció personal envers la feina a la resta de l'empresa tot demanant als treballadors una sobrededicació que no sempre és retribuïda adequadament. Com se sap, passar moltes hores a l'empresa no equival a més productivitat; i un excés d'hores treballades fa caure en picat la creativitat i la innovació, augmenta la frustració personal i l'estrès, i multiplica els problemes de relació en altres àmbits, com per exemple el familiar.

Al cap i a la fi, tots, empresaris i treballadors, són persones amb una rica diversitat de dimensions –personal, familiar, social, laboral...– que cal conrear. Però que tants empresaris administrin el temps gairebé exclusivament pensant en la seva empresa és una elecció personal d'acord amb el principi que el temps és or –per cert, traducció del *time is money*– i potser és absurd pensar que la comparteixen amb els seus col·laboradors en el mateix sentit de la traducció. Molts d'aquests, amb escales de valors i, sobretot, amb incentius diferents, sovint acostumen a dedicar més temps a enriquir-se amb moltes altres coses o simplement al també tan respectable *dolce far niente*.