

DOMINGO

24 DE JUNIO DE 2018

La veu de l'empresa al territori



**ANA VELASCO GARCÍA, REPRESENTANT DE L'ESPAI DONA LLEIDA**

Dissenyadora interiorista per l'Escola Superior de Disseny i Arts Llotja, col·legiada 1296 del Col·legi de Dissenyadors d'interiors i Decoradors de Catalunya-Lleida i sòcia del despatx professional *francesc coit + ana velasco arquitectura + interiorisme*. En el present article esgrimeix els motius pels quals una empresa liderada per una dona és una empresa presidida pel concepte de l'empatia.

# Dona emprenedora, motor de canvi

La visió de la dona en la direcció d'una empresa fomenta novetats sobre la manera d'entendre la seva gestió i el resultat final esdevé confort social. Es parla molt de l'ajut que necessita la dona per conciliar la vida laboral amb la professional. Però el fet és que si la dona és l'empresària, hauria de ser més fàcil, fins i tot pels homes. Els seus orígens històrics de dedicació al benestar de la família, fan que la dona empatitzi ràpid en aspectes relatius al respecte a la vida personal i a l'horari de les persones. Alhora sap percebre que afavorir-los beneficia el seu negoci o servei professional. No obstant, fer la transformació no depèn només d'ella.

Per la meua experiència personal, sóc professional liberal, i per la simple observació, durant anys, d'altres dones emprenedores del meu entorn, les empreses liderades per dones que han pres la decisió de construir una empresa adaptada a la seva situació vital i, si és el cas, a la dels seus treballadors, han hagut de realitzar actuacions valentes i assumir riscos. En totes s'implanta un esperit d'innovació que finalment demostra la millora en eficàcia, reinventant l'establert, fent empresa atenent primer de tot el capital humà que la compona.

Aquesta decisió ha implicat reflexionar sobre l'adequació d'horaris, i posteriorment analitzar com respon el mercat, ja que en aquesta aposta la reacció del client és diversa. Generalment, comporta renúncia a clients per guanyar-ne uns altres. L'esforç d'aquestes dones ha estat molt, i durant anys, per concretar la personalitat de la seva empresa o servei professional.

Amb una bona gestió del temps, i només en una específica administració del temps, es poden estalviar recursos econòmics, es guanya qualitat en l'àmbit laboral que repercuteix en el personal i finalment retorna al negoci fomentant el treball eficient.

Per què s'estalvien recursos econòmics? Perquè una perso-

na satisfeta i reconeguda es manifesta estable, i fa evitable el canvi reiterat de treballadors o col·laboradors que altera, en la majoria dels casos, la rendibilitat. Per contra, si se'ls fa partícips són més eficients. No es tracta de la quantitat de temps emprat en una tasca si no de rendir millor i per aquest motiu el resultat final d'una feina o servei és més fructuós. Fins i tot, més cotitzat econòmicament. En definitiva, és raonable pensar que per aquests motius s'arribi a la satisfacció del client, que serà qui faci promoció i es puguin guanyar més clients. De fet, ja no és només l'estalvi de recursos sinó l'augment del benefici, que és l'objectiu final d'una activitat.

Per què es guanya qualitat en l'àmbit laboral? Perquè les em-

preses que aconseguen adaptar l'horari en benefici dels que hi treballen aconseguen un model de personal i client implicat en el projecte i es converteixen en el capital més important. Per un banda, si es connecta amb les necessitats de l'equip contractat o col·laboradors i se'ls motiva prou, és més fàcil poder introduir la innovació, l'esperit col·laboratiu, trobar quines habilitats tenen i fer-los saber que és responsabilitat de tots que el projecte funcioni.

D'altra banda, amb aquesta filosofia d'empatia serà possible al mateix temps cultivar la cultura de la formalitat i rigorositat amb el client, observar què vol i com

fer perquè també en surti beneficiat, tot fent-li saber quines característiques

té l'empresa i guanyar-se la seva confiança. D'aquesta manera, es perfila el tipus de client, de treballadors i de col·laboradors per finalment fidelitzar-los.

Per aconseguir aquesta nova empresa de caràcter genuí calen diferents fases en el recorregut. Tot depèn de l'emprenedora i el seu pla de negoci, en el qual, curiosament, compta amb el suport del seu equip i ha nascut fruit de les necessitats canviants de les seves situacions personals.

En un principi, existeix una fase inicial d'emprenedoria en el qual tant un emprenedor home com una emprenedora dona es mouen pels mateixos interessos; una professió que agrada amb



En les empreses liderades per dones s'implanta un esperit d'innovació que millora en eficàcia, atenent primer de tot el capital humà que la compona



l'aspiració de guanyar-se la vida el millor possible, una cerca de situació de negoci i de clients, molta il·lusió i una enorme disponibilitat per endegar un projecte. El moment en què entren en divergència, és quan apareix el moment de tenir fills.

Aquesta fase del recorregut afecta de manera més contundent la dona. És a partir d'aquesta situació que la gestió del temps per ella comença a ser una prioritat i posa en qüestió actuacions de canvi per resoldre-la. Es on la creativitat de l'emprenedora apareix intensament i comença la batalla contra l'establert en la forma de portar un negoci.

Hem de valorar que, tot i que el canvi vingui determinat per una raó tan potent com la maternitat, en resultaran beneficiàries totes les altres i tots els altres. Ja que del que es tracta és de disposar de temps per tenir una vida personal satisfactòria que tingui una repercussió de millora a l'empresa. Hi ha una frase amb la qual m'agradaria finalitzar, que és la base sobre la qual es podria fonamentar tot aquest canvi: Una persona feliç és un bé comú, treballa i rendeix millor.