

## NOUS EMPRENEDORS

Michael J. McCready

## El mapa de les setmanes

A mi em van dir una vegada que el millor invent que mai s'hagi fet és l'any nou. És l'oportunitat de començar de nou i de reflexionar sobre tot el que hem fet (i tot el que hem deixat per fer) l'any anterior.

Bé, aquí som una vegada més a principis d'any i tenim aquesta oportunitat. Dins de cada any tenim 365 dies (o en el cas d'aquest any, 366) i 52 setmanes. Jo sempre planifico la meua agenda per setmanes i crec que és un bon sistema per a mi. Altres persones planifiquen per dies, però a mi no em va tan bé i crec que la gent que planifica per dies s'equivoca.

Abans sempre planificava per dies i em desanimava de seguida. Després del mes de gener mirava enrere i m'adonava que la majoria dels dies no havia complert els objectius que m'havia proposat.

Potser hauria d'haver començat per aquí. Quan parlo de planificar, no em refereixo a la planificació diària de les obligacions, cites i rutines; em refereixo a objectius i metes que ens posem per desenvolupar-nos com a persones i professionals. Cada any tenim l'oportunitat de començar de nou i decidir quines coses farem per iniciativa pròpia i per no deixar-nos portar per la vida com una fusta surant en una riuada.

Així, a finals de gener, quan m'adono que no dono l'abast cada dia de complir les meves ambicions, em desanimo i em prometo que el mes de febrer serà diferent, però mai no em surt gaire diferent per més que ho intenci. Fa uns quants anys vaig començar a planificar per setmanes i la cosa em va molt millor. Cada dilluns reservo mig hora per programar les meves prioritats.

D'aquesta manera veig de seguida quines són les coses importants per a mi i quines coses són més urgents. No sempre són les mateixes

coses. És important per a mi treballar cada setmana en un llibre que estic escrivint, però l'editorial no m'ha posat cap data límit i, per tant, no és urgent. Si no m'obliga a treballar-hi no ho faig, perquè sempre trobo coses més urgents per fer. És més urgent portar el cotxe a rentar, però no és més important.

Moltes vegades hi ha coses que són importants i també urgents, i aquestes són les coses que han de tenir més prioritat. És important i urgent escriure aquest article, per exemple. Hi ha una data límit cada setmana. És important i urgent

portar els fills a l'escola cada matí o comprar el regal per a la teua dona si el seu aniversari és demà. És important i urgent preparar la declaració de l'IVA si avui és el 19 de gener. Però el més important és tenir el mínim nombre de coses per fer que siguin importants i urgents, i passar la majoria del temps treballant en temes que són únicament importants. T'estalvies estrès i rendeixes molt més.

Quan planifico les meves activitats per setmanes en lloc de per dies, puc estudiar el meu temps des d'un punt de vista menys urgent, distribueixo les meves activitats al llarg de set dies i sempre puc complir les coses que són importants, siguin urgents o no. La diferència entre mirar l'agenda per dies o mirar-la per setmanes és la diferència entre conduir per una ciutat desconeguda fent servir de referència els rètols del carrer o aturar-se durant quinze minuts per estudiar el mapa. Agafes una altra visió de la situació. Et tranquil·litza, els nervis es redueixen i això permet que puguis concentrar-te més en com arribar allà on vols anar i menys en els cotxes del voltant que van fent difícil el camí.

Director de WEI Europe SL

## Grans posades en escena

Gerona, artífex de 'l'home del mil·lenni', combina teatre i grans actes



El conjunt d'actes de 'l'home del mil·lenni' van ser ideats per la Fura dels Baus i organitzats per Gerona Grup

■ En sis anys de vida com a organitzador d'esdeveniments i convencions amb eines del teatre, Gerona Grup no havia impulsat un acte de tan gran abast mediàtic com el de 'l'home del mil·lenni'. La firma, de l'excomponent de Comediants Anton Gerona, ha creat el símbol de la transició al 2000.

M. T.  
Barcelona

Els deu anys (1975-1985) en el grup de teatre Comediants i la seva experiència posterior com a assessor en l'àrea de cultura de l'Ajuntament de Barcelona han estat clau en l'actual trajectòria empresarial d'Anton Gerona. Seva és la màxima participació accionarial en la firma d'organització d'esdeveniments Gerona Grup SL, a la qual s'ha d'atribuir l'èxit de la idea d'aixecar en plena plaça Catalunya de Barcelona l'home del mil·lenni. Aquesta figura de metall, fruit de la febre creativa de La Fura dels Baus i una realitat gràcies al patrocini d'Airtel, va ser elevada d'un pas a un altre, però van ser els internautes els que van definir la seva personalitat els darrers dies del 1999.

Els diversos actes de què es componia l'home del mil·lenni han posat molt alt el llistó del nivell d'implicació dels ciutadans i el de la transcendència en els

mitjans de comunicació. Es tracta d'un esdeveniment que ha fet història, però no es tracta pas del primer amb una molt elevada mobilització de recursos i de persones per a la firma. De fet, en els seus sis anys de vida Gerona Grup ja s'havia posat al servei de grans actes amb assistència de fins a 200.000 persones. Des que l'empresa es va estrenar organitzant la cloenda del Carnaval de Millà, l'activitat ha estat molt intensa, amb el grup Comediants com a molt important col·laborador.

Però, com va ser el pas d'Anton Gerona d'artista i assessor en esdeveniments culturals per a l'Ajuntament barceloní al món de l'empresa? Per parlar d'aquest pas, cal fer-ho també d'un pas intermediari. Gerona va ser responsable del 1992 al 1993 de la divisió d'espectacles d'Ingenieria Cultural SL, una companyia que es dedica a idear els continguts d'exposicions i museus. Es tractava d'una àrea de negoci que, per la seva facilitat per desbordar-se en l'organització de

grans esdeveniments, alterava el funcionament de la principal activitat de disseny d'exposicions de caire científic o cultural. A partir d'aquesta observació, els responsables d'Ingenieria Cultural proposen a Gerona muntar la seva pròpia empresa, en la qual la primera empresa tindria una quota de capital. Anton Gerona accepta el repte i comprova com el seu projecte és l'aval unímic i suficient perquè una caixa li financi la posada en marxa de la idea empresarial. En la constitució de Gerona Grup la seva aportació és del 70%, i la de Volument, una firma de globus inflables promocionals -ha creat el Swatch inflable més gran del món-, d'un altre 15%.

El 1999 la firma va facturar uns 280 milions de pessetes i té una plantilla de sis persones. Entre els seus principals clients hi ha Airtel i l'escola de negocis ESADE (llicurament de diplomes de fi de curs d'ESADE i trobades anuals de l'Associació d'Antics Alumnes). Altres empreses o clients que han confiat en Gerona Grup són ONCE, Expo'98 de Lisboa, Caixa Catalunya, Seat, Ikea, Levi's Credit Suisse First Boston, Open Bank i Nabiseo.

## La mina del màrqueting social

Anton Gerona és el cap visible de l'esdeveniment potser més celebrat i més difós mediàticament a Espanya com a símbol de l'arribada d'un nou segle i un nou mil·lenni. Fins a la recent organització de l'home del mil·lenni, el treball més ambiciós de Gerona Grup havien estat les cerimònies de la Universiada de Jaca el 1995, els jocs olímpics d'hivern dels universitaris. Aquests actes van comptar amb la presen-

cia tant de nombrosos públics com de personalitats de la notorietat del rei Juan Carlos I i el president del Comitè Olímpic Internacional (COI) Juan Antonio Samaranch.

El repte de l'organització d'esdeveniments, però, no és suficient per a Gerona. Ell és un dels promotors accionaris d'una nova firma de màrqueting social que és conduïda per la psicòloga social Marina Partera, que treballava fins ara a Gerona

Grup. L'empresa, que es diu Alter Marketing, té també com a socis la mateixa Marina Partera, els llicenciats per ESADE Oriol Renart i Gonzal Solernou -tots dos són també responsables de la firma-, el professor de sociologia d'ESADE Antoni Maria Güell i a l'advocat Raimon Bergós. Aquest negoci, que compartia l'espai amb Gerona Grup, s'ha instal·lat en unes noves oficines recentment.