

CATALUNYA



OPINIÓ

Josep Conesa Sagrera

La 'numerización'

Observo cada día más el fenómeno de la *numerización* empresarial: despojarse de todo sentimiento humano y tratar a clientes y empleados como números. ¡Hay que hacerlos rentables! ¡Tienen que salir los números!

Este fenómeno consiste en marcar objetivos, marcar objetivos, marcar objetivos... y sobrepasar la jornada laboral del Estatuto de los Trabajadores a base de horas extras, sin compensarlas.

La mayoría de trabajadores que enferman por *numerización* son héroes. Pero nuestra sociedad no considera que se trate de un accidente laboral y atribuye su situación a que "ha tenido una crisis", "le ahogan las deudas", "es una persona floja" o "tendrá problemas en casa".

Los héroes son aquellos que son padres, y curran y curran para un propósito mayor como es el levantar una familia. Sus hijos crecen sin padre o sin madre porque no están a su lado. Su héroe o heroína fue pronto a trabajar y se perdió sus bostezos. No les recogieron del cole y se perdieron sus proezas. Llegó el fin de semana y además estuvieron conectados al trabajo.

Las consecuencias en la salud de los trabajadores son nefastas (estrés, ansiedad, insomnio, angustia, depresión, etc.). Las personas que he observado con estos síntomas son una bombilla fundida.

El fenómeno consiste en despojarse de sentimientos y tratar como números a empleados y clientes

Otro tipo de empleados son los institucionalizados.

Son aquellos que su vida es sólo trabajo, no tienen hijos o como si no los tuvieran, y viven permanentemente conectados.

Pero hay un tercer tipo de empleado que no se *numeriza* ni enferma, y este es el superhéroe.

Estos cambian los números por sentimientos. Escuchan al corazón y tienen claras las prioridades personales y profesionales. Rinden más porque saben donde están los límites. Concilian su vida familiar y profesional. Son más rentables porque tienen claras las prioridades personales y económicas, tanto en casa como en el trabajo. Y venden mucho más porque tratan a los clientes como personas, y no como números. Saben que los números no tienen alma, y los clientes sí la tienen cuando priorizan y compran el producto que les están ofreciendo.

Yo intento ser un superhéroe, y que mis clientes y empleados también lo sean. Con independencia de si son empresas o trabajadores, lo importante es tener alma. Lo importante es cambiar la idea rentabilidad=objetivos+superjornada, por rentabilidad=prioridades+sentimientos.

Y soy optimista. Hay muchas herramientas para convertirse en superhéroe.

Abogado

LÍDERES EN LA WEB

Las movilizaciones, el cava y los trenes

La actualidad política en Catalunya continúa muy presente en el ranking de las informaciones más leídas en www.expansion.com/catalunya en los últimos siete días. Las movilizaciones en protesta por el encarcelamiento de ocho exmiembros del Govern y la última encuesta de la Generalitat, que otorga el máximo histórico de apoyo a la independencia, han sido las noticias más destacadas en este capítulo. El sector del cava ha estado doblemente presente en el *top ten*, primero con la

campaña publicitaria navideña de Freixenet y, después, con los movimientos accionariales en el seno de Juvé & Camps. El concurso de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC) para comprar 15 nuevos trenes –con la suiza Stadler como favorita–, el reparto de la publicidad institucional del Govern en medios de comunicación y las últimas adquisiciones de Guzmán Gastronomía tras su venta a la sudafricana Bidcorp están también entre los asuntos con más resonancia.

LOS TEMAS MÁS LEÍDOS ESTA SEMANA EN EXPANSIÓN.COM/CA

- 1 El independentismo organiza una "semana" de movilizaciones para pedir la liberación de los presos
- 2 Freixenet ficha a Ricardo Darín y a Michelle Jenner para la campaña de Navidad
- 3 El 'sí' a la independencia alcanza su máximo y las elecciones darían una mayoría independentista
- 4 El precio de la vivienda de lujo cae hasta un 20% en Catalunya
- 5 Stadler se perfila como ganador del concurso de quince trenes de FGC
- 6 Una parte de la familia Juvé abandona el capital de Juvé & Camps, que da entrada a...
- 7 La Policía investiga las mofas de varios agentes a Junqueras junto a la Audiencia Na...
- 8 'El Periódico' y 'El Punt Avui' lideran la publicidad del Govern en medios
- 9 Guzmán Gastronomía compra las empresas Sáenz Horeca y Frustock
- 10 La situación política castiga a las cadenas de Comertia

Fuente: Elaboración propia

LA FOTO



EL 'BIG DATA' ATERRIZA EN LA EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA MANO DE EDUCACIAX
Estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), Bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Medio se formarán en *big data*. EduCaixa –que engloba las iniciativas educativas de la Fundación Bancaria La Caixa– presentó ayer en un instituto de Barcelona el primer plan que se pone en marcha en España en esta materia, en un acto donde participaron la directora general adjunta de la fundación, Elisa Duran, y el socio presidente de RocaSalvatella, Genís Roca, que ha participado en la elaboración de esta propuesta, que ya cuenta con casi 700 profesores inscritos.

DETRÁS DE

Hortalà y "vergüen por culpa de la hue"

El presidente de la Barcelona, Joan F se vio en una situación comprometida el miércoles, día de la convocada por un acto afín al soberanismo sobre fondos de inversión celebrado en el mercado de valores la capital catalana empezando a las horas de los ponentes contraban atrapados AVE, ya que la estación de Sants estaba ocupada por manifestantes. El dirigente de ERC, criticado por "avergonzarse" por las dificultades para llegar a la ciudad.

CON ÉNFASIS



JAVIER FAUS APUESTA POR BARNASUD

Meridia Capital, la firma inversora liderada por el empresario catalán, acaba de cerrar una de sus grandes operaciones del año al adquirir por unos 35 millones de euros el centro comercial Barnasud, en Gavà (Baix Llobregat), que hasta ahora era propiedad de la multinacional Unibail-Rodamco.

ASÍ VAN LOS MERCADOS DE BARCELONA



CATALUNYA

REDACCIÓN: Martí Saballs (director adjunto); José Orihuel (redactor jefe); Sergi Saborit (jefe de sección); Marisa Anglés, David Casals, Gabriel Trindade y Artur Zanón.
PUBLICIDAD: Daniel Choucha (Jefe Área Publicidad Expansión Barcelona) y Albert Borràs.
Teléfono: 93 496 24 22 / 93 496 24 07

Passeig de Gràcia, 11, escalera 0800
Teléfono: 93 496 24 22
Fax: 93 496 24 07

expansioncat@expansion.com