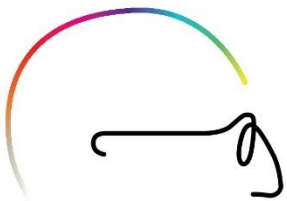


Cuestiones
y Reflexiones
sobre
**EL ESPÍRITU DE LA EMPRESA:
En busca de “algo más”**

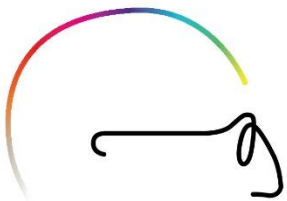
Lluís Lleida

Tiempo estimado de lectura reflexiva: 20 minutos



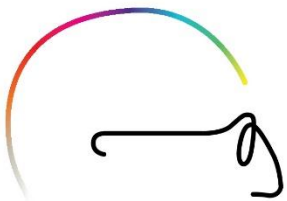
Cambio interior, profundo y sincero

- La búsqueda del “algo más” nace en el interior del hombre y se desarrolla como una necesidad vital, un impulso irrefrenable.
- Hay sed de algo más ¿qué?



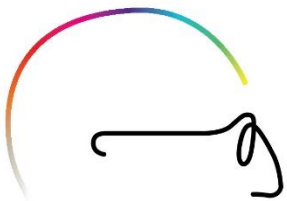
Cambio íntimo y global

- Tendencia universal
- Se encuentra en cualquier categoría
- Se detecta a nivel personal, sin interconexiones evidentes
- Es global pero aún no interconectado, sin forma clara



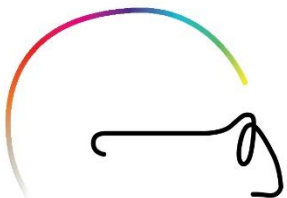
Denominaciones

- Espiritualidad
- Calidad humana
- Capitalismo consciente
- Consumidor consciente
- Economía humanizada
- Economía cálida
- Ser (más allá del hacer): mejores, más responsables... más personas



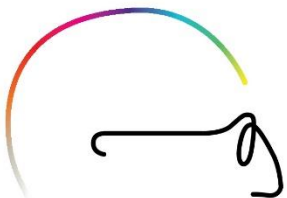
Valores... Humanistas

- Los valores de marca son unos, los humanistas son otros, superiores
- Son más potentes, porque son más puros y sinceros, más reales, sustentados por el convencimiento y no por la necesidad (diferencia entre hacer y ser)



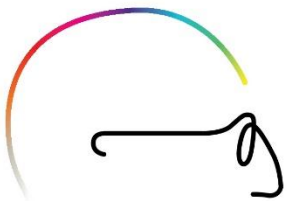
No vale todo

- El objetivo de una empresa es hacer dinero ⇨ sí pero ya no a cualquier precio
- Los valores humanistas transforman los cimientos del capitalismo radical en el que estamos inmersos
- Este capitalismo radical y sus efectos son, paradójicamente, los impulsores del cambio



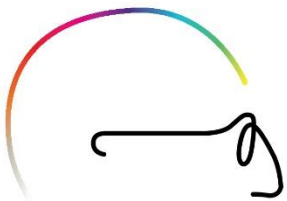
Decepción

- Con el trabajo
- Con los políticos
- Con las ONGs
- Con los medios de comunicación
- Con la dirección de la Sociedad (inconsciencia, alejamiento de la realidad global...)



“Algo más” en las empresas

- Surge la petición de “algo más”
- De incorporar a la organización y a sus formas de expresión y hacer... el ser.
- Algo superior a la RSC
- Algo superior a los valores de Marca
- No tiene que ver con los procesos productivos, ni con las ventas, ni con las estrategias de...

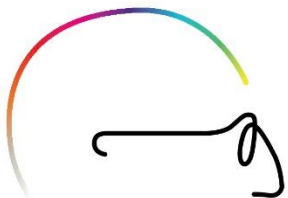


El nuevo terreno de juego

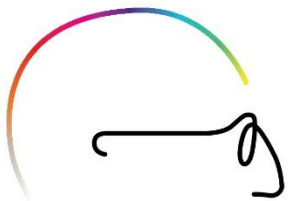
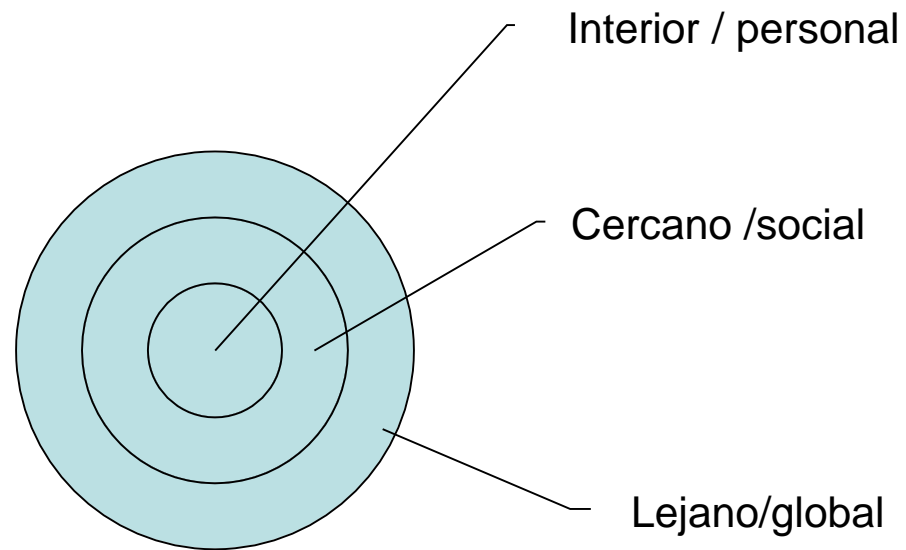


Nuevo, mayor y profundo SIGNIFICADO

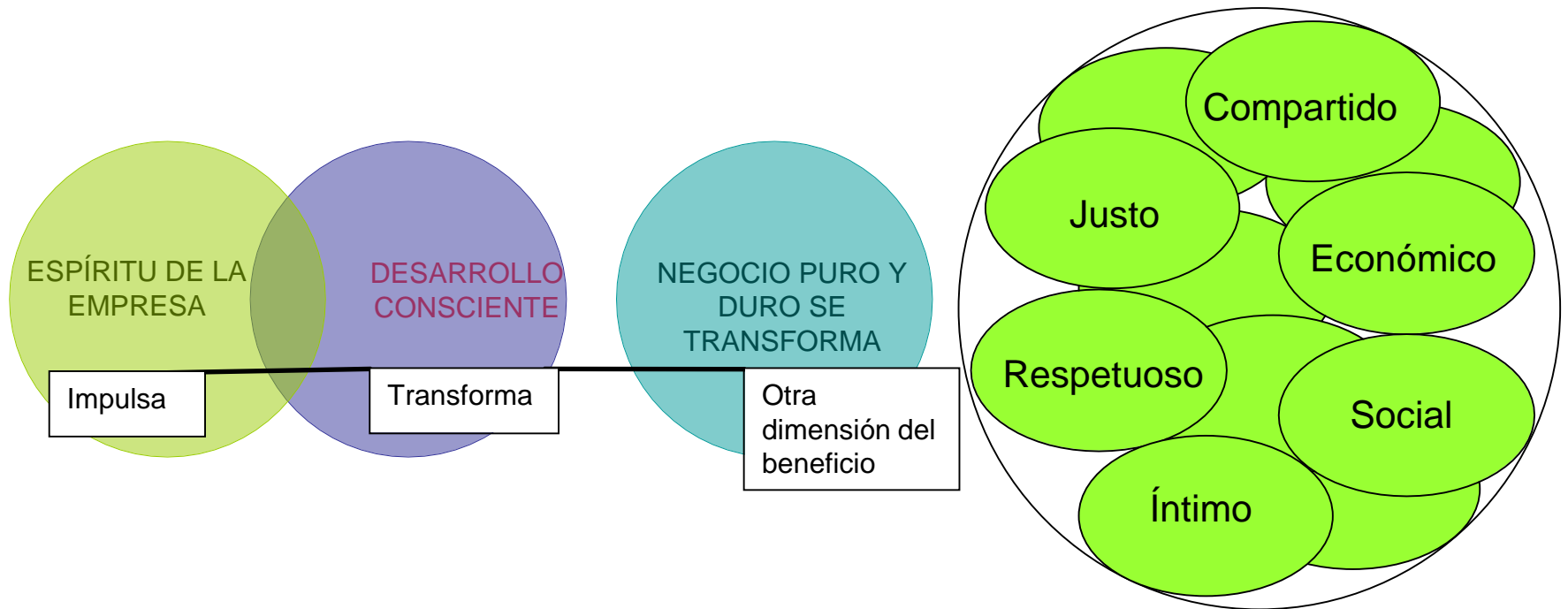
- Relaciones económicas a medida humana y capaces de crear un contexto favorable para el desarrollo de las personas
- Satisfacer la necesidad vital de “ser mejor”, consciente, coherente, respetuoso, cooperativo, sincero, amable, amistoso...



Equivalencias



Evolución del modelo



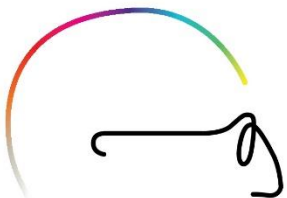
**NACE UNA NUEVA VISIÓN DEL BENEFICIO:
global, multidimensional y coherente con
los sentimientos espirituales íntimos**

¿Qué es?

- Desarrollar el espíritu de una empresa es compatible con su desarrollo económico.
- Es más, puede beneficiarlo como nunca antes algo lo había hecho.
- El espíritu busca el equilibrio a través de decidir y actuar de otra forma (consciente, responsable).
- Es otra forma de hacer y entender el negocio. Mucho más sana y saludable, placentera, significativa.

Problemáticas

- El papel del afán de lucro y de poder como motivadores y preguntarse por su relación con la espiritualidad
- Analizar el papel de la espiritualidad en la motivación de los amplísimos sectores de la población que no tienen ni al afán de lucro ni al de poder como principales fuentes de motivación



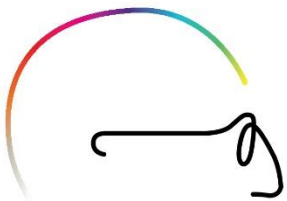
Vías de impulso

- Por la cúspide, por convicción y decisión de las cúpulas (empresarios, políticos, directivos)
- Por convicción y presión de las bases (trabajadores, funcionarios/trabajadores públicos, etc.)
- Por iniciativa de los cuadros profesionales intermedios.



Desarrollo del proceso

- El proceso dependerá de que una de estas tres vías sea muy potente y lo tenga muy claro, o de que se dé una afortunada confluencia de las tres vías o de dos de ellas que lo haga posible

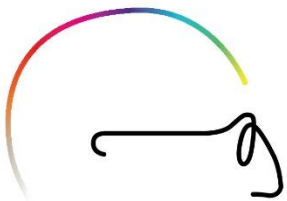


Preguntas

- ¿Qué significa incorporar la espiritualidad a nivel de la organización?
- ¿Cómo potenciar la aspiración a la espiritualidad en las organizaciones?
- ¿Cómo incorporar al máximo el criterio de la espiritualidad en las organizaciones donde se muestre (o descubra) la necesidad de ese “algo más”?
- ¿Cómo encontrar los procedimientos para llevarlo a cabo?

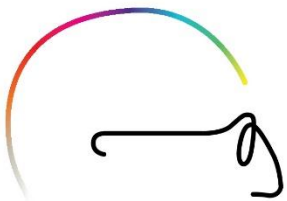
Objetivo

- Relaciones económicas a medida humana, equilibradas, sostenibles, universales y capaces de crear un contexto favorable para el desarrollo de las personas y su espíritu



Este es el reto

- Ofrecer instrumentos para que las empresas desarrollen su espíritu
- Hacer de las empresas “mejores personas”



Fuentes consultadas

- Magazine de La Vanguardia (19.10.2008)
- El debate energético y el cambio climático. Dossiers Esade guíame! N°20. 2007.
- “Mega tendencias 2010, el surgimiento del capitalismo consciente”. Patricia Aburdene. Ediciones Gránica. 2006
- “Mi vida sin dinero”. Heidemarie Schwermer. Ed. Gedisa. 2002.
- “Empresa y calidad humana”. Raimón Ribera. Esade.
- “Responsabilidad social de la empresa”. Dossieres Esade Guíame!. N°21. 2007.
- Intercambio de opiniones y charla con Joaquim Braulio, de Baluarte Comunicación Ambiental.

