

LA EMPRESA ¿UN ESPACIO DE CRECIMIENTO ESPIRITUAL?.

Mario Nissim, Consejero Delegado de Tradisa, es un directivo atípico. Según su planteamiento, estamos entrando en la 4ª etapa del Management por Unicidad. Una etapa generadora de abundancia, si sabemos alinearnos con los que son sus valores en auge: la creatividad, la intuición, el conocimiento, la generosidad, la responsabilidad social, el desarrollo sostenible, la sabiduría y la trascendencia...

Mario Nissim Consejero Delegado de TRADISA

Mario Nissim siempre se ha considerado un buscador espiritual que ha ido cambiando su visión del mundo y, en consecuencia, su visión de la empresa. A lo largo de su carrera profesional ha desempeñado altos cargos ejecutivos en cuatro empresas que, en el momento de su incorporación, vivían una situación de dificultades financieras, económicas y de rentabilidad: “en vez de buscar un cambio rápido y una reestructuración, aprendí a acercarme a los cuadros de la empresa para entenderlos y acompañarlos en su la búsqueda de un camino de sanación para curar su enfermedad”.

Nissim defiende que “la empresa será un espacio de crecimiento espiritual” y apuesta por un cambio gradual. Su planteamiento está degradado en cuatro etapas que corresponden respectivamente a las funciones humanas de desear, pensar, sentir y actuar. Y considera que la fuerza del deseo de encontrar la felicidad y la plenitud es el deseo primordial que guía la vida. Actualmente estaríamos situados al final de la tercera para pasar a la cuarta etapa.

1. DESEO: A principios de los años 70 la empresa buscaba suministrar productos en cantidad suficiente, necesitaba trabajadores en cadena a los que se facilitaba información manipulada según los intereses de la empresa, procuraba una experiencia primordialmente física y su misión era generar beneficio exclusivamente para la empresa.

2. PENSAMIENTO: En esta segunda etapa, la empresa se preocupa por mejorar la calidad de su producción reduciendo los costes a causa de la inflación. Vinieron la mecanización y la robotización, que hicieron necesaria la formación de los trabajadores para implementar mejoras. La experiencia está unida a la capacidad mental y la misión de la empresa es rentabilizar el capital para el accionista.

3. SENTIMIENTO: Estamos viviendo el final de esta tercera etapa. Se produce una aceleración de los procesos y es preciso invertir en I+D para mejorar la calidad de vida de los consumidores y procurarles servicio. Adquieren importancia la tecnología y el diseño, aparece la necesidad de delegar, diseñamos el management por proyecto y el trabajo en equipos pluridisciplinarios. Pero emocionalmente se hace preciso gestionar los roces dentro de los equipos. La misión de la empresa es crear valor para muchos de los actores que se involucran en la empresa además de para el accionista.

4. ACCIÓN: La cuarta etapa, en la que estamos a punto de entrar, se habla de responsabilidad social, de desarrollo sostenible y de salud. Los valores en auge serán la creatividad, la intuición, el conocimiento, la generosidad, la sabiduría y la trascendencia. Es el momento de la experiencia espiritual y la misión de la empresa será convertirse en un espacio de autoconocimiento y de crecimiento espiritual, entendiendo la palabra crecimiento como la transformación de la fuerza del deseo egoísta que nos mueve a cada uno de nosotros en un deseo altruista de dar.

En esta cuarta etapa, Mario Nissim considera que el management deberá ser por management unicidad. Nissim realizó un paralelismo entre la empresa y el cuerpo humano. Cada órgano de la persona, cada persona en la empresa, tiene su función al servicio de la totalidad. Si una célula se desliga del bien común, el sistema degenera y aparece el cáncer.

Nissim abogó por un cambio de paradigma que implicará “la unión bajo el principio de responsabilidad mutua: el paso del egoísmo, que alimenta una falsa individualidad, al altruismo, que nos identifica con nuestra verdadera individualidad. Pasar de competir para mejorar a compartir para mejorar”. Y concluyó, “la empresa es el territorio de la conciencia colectiva. Sólo si cambiamos cada uno de nosotros, la empresa cambiará”.

Diciembre 2008