

«EL CAPITALISMO HA HECHO MUCHO POR LA HUMANIDAD, PERO SE HA PRACTICADO CON BAJA CONCIENCIA»

El profesor **Raj Sisodia** apuesta por empresas donde prime el cuidado y la empatía

SILVIA NIETO REDRUEJO
MADRID

Uno de los fundadores del movimiento capitalismo consciente, el profesor indio Raj Sisodia (1958), docente del Babson College de Massachusetts, en Estados Unidos, visitó Madrid a finales de septiembre para ofrecer una charla en la Escuela de Negocios del IESE, bajo el título 'Cómo liberar el espíritu heroico de los negocios: el liderazgo consciente'. Horas antes, el experto recibió a ABC en el hotel Barceló Torre, donde desmenuzó los argumentos de su doctrina con el trasiego de la cétrica plaza de España de fondo.

—¿En qué consiste el capitalismo consciente y cuándo y por qué comenzó a desarrollar esta filosofía?

—Empezó alrededor de 2008, a la vez que la crisis financiera, aunque no estuvo conectado. Sucedió porque sentíamos que la comprensión tradicional del capitalismo es demasiado estrecha y realmente no inspira a la gente, porque sostiene que el único propósito de los negocios es obtener beneficios, por lo que se acaba comercializando con el bienestar de las personas, las comunidades y el medioambiente, y con el tiempo se daña a los empleados e incluso a los clientes por maximizar ventas e ingresos. El capitalismo es un sistema que ha hecho mucho por la humanidad, pero se ha practicado con una conciencia muy baja.

Creemos que hay una manera más rica y profunda de ser capitalista. Hay cuatro principios. Cada negocio debería tener su propósito superior, saber qué va a hacer que vaya a marcar una diferencia positiva en el mundo. También hay que crear valor para todos los implicados: accionistas, empleados, sus familias, las comunidades, los proveedores, el medioambiente, la sociedad. En tercer lugar, se necesita practicar un liderazgo consciente. Si se quieren implementar estas ideas, hace falta un líder que no sea el tradicional, que no esté mo-

tivado por el poder, el ego y el dinero para sí mismo, sino por el servicio a la gente y al propósito de la organización. Por último, es muy importante la cultura. La mayoría de las empresas son disfuncionales y muy estresantes. Hay datos que demuestran el bajo compromiso de los empleados y sus altos niveles de estrés. El 88 por ciento de los trabajadores siente que sus empresas no se preocupan por ellos como seres humanos. Cada año, mueren por estrés unas 600.000 personas en China, y cerca de 150.000 en EE.UU. La gente piensa que las empresas que practican el capitalismo consciente son menos rentables, pero lo que descubrí es que son compañías que crecen más rápido, tienen clientes más fieles, no gastan dinero en publicidad y donde la lealtad y el compromiso de los empleados es mucho mayor.

—Usted recuerda en uno de sus libros que Adam Smith también escribió sobre los sentimientos humanos y la necesidad de cuidado.

—Lo hizo en 'La teoría de los sentimientos morales' (1759), que publicó diecisiete años antes que 'La riqueza de las naciones' (1776). Los seres humanos sienten una necesidad innata de cuidado, pero eso se ha apartado de los negocios, como la motivación por un propósito. Si solo se piensa en el interés propio, todos persiguen el suyo. Pero si se crea un negocio consciente con valores compartidos, con un objetivo común y donde todo el mundo quiera contribuir y dar y preocuparse por su impacto, es como si el proyecto tuviera tres motores en lugar de uno.

—¿Cuáles son las cualidades del líder que impulse esos cambios?

—Un líder tiene que decidir el cam-



Raj Sisodia defiende la filosofía del capitalismo consciente // ABC

bio no para lograr un mejor desempeño, sino porque le importa que la gente lleve una vida mejor. Hay que experimentar una especie de transformación o despertar. Ver los negocios y la vida de una forma diferente. Hay que descubrir cuál es el propósito de la empresa, incluyendo a la gente y conversando. Y empezar a implementar los cambios y convertir ese objetivo en realidad. Ser un líder no significa tener un gran despacho, un gran sueldo y mandar. Consiste en servir a las personas a un nivel más profundo. Ser consciente de que cada vida que tocas está bajo la influencia de tu liderazgo.

—¿Qué le parece más sencillo, crear una nueva empresa bajo estos principios o cambiar una existente?

—Creo que siempre es más fácil empezar de cero. Cuando se tiene un larga historia, operar de una manera distinta no es fácil. Aunque se pueda hacer, y de hecho debe hacerse. Hay muchos ejemplos de empresas que lo han conseguido. Microsoft es una. Bajo la dirección de Bill Gates, que era brillante y arrogante, la compañía era un reflejo de su personalidad; todos los empleados querían ser como él. Pero también tenían un propósito elevado: poner un ordenador en cada escritorio. Tuvo éxito. Su sucesor, Steve Ballmer, se encontró con que ese objetivo ya se había cumplido y había dejado de tener sentido.

Su cultura era solo beligerante. No fue una buena estrategia. Comenzó la revolución de los teléfonos móviles y se quedaron atrás. Satya Nadella llegó en 2014 y se dio cuenta de que los empleados estaban cansados y frustrados. El ambiente era de reino decadente. Así que encontró un nuevo propósito para la compañía y creó una cultura de empatía y cuidado. En los últimos siete años, el valor de mercado de Microsoft ha pasado de 300 billones de dólares a 2 trillones.

—Ha criticado el uso de vocabulario militar en los negocios.

—Las primeras compañías privadas se crearon en el siglo XIX, pero no se sabía cómo manejarlas. La organización conocida era el ejército. De él se tomó el concepto de la jerarquía y otras formas de reflexionar: las tácticas y las estrategias, los empleados como soldados, y las campañas de publicidad como campañas militares. Esa mentalidad de guerra ha resultado muy tóxica. Los negocios versan sobre el cuidado a los demás y acerca de satisfacer sus necesidades. No solo de números y dinero, sino de crecimiento humano. Si se usa a las personas o son explotadas, se les termina causando problemas de salud y estrés. Así que creo que hay que repensar las empresas.

—Podemos concluir que los empleados trabajan mejor cuando son felices y se sienten realizados.

—Sí. Están mucho más comprometidos. No solo se trata de su productividad y de lo que puedan hacer, sino de la calidad de su trabajo, de la creatividad, de la cantidad de amor y cuidado que manifiestan por sus clientes y hacia los demás.

La filosofía que mejora las empresas

«UN NEGOCIO CONSCIENTE Y CON PROPÓSITO FUNCIONA CON TRES MOTORES EN LUGAR DE UNO»