

Presentación libro:

Fundamentos antropológicos de la dirección de empresas

Domènec Melé – César González Cantón

13.10.15 - USEC y Universidad de Los Andes

Fernando Zavala C. Presentador

Buenas tardes.

Parto agradeciendo la oportunidad que la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de los Andes nos ha permitido, al hacer partícipe a USEC, a quien represento hoy, a la presentación de este libro, Fundamentos antropológicos de la dirección de empresas. Es otro gran privilegio contar además con la distinguida presencia de uno de sus autores, Domènec Melé, cuya trayectoria académica en el ámbito de ética empresarial nos ha aportado tantas luces. En USEC desde hace bastante tiempo, hemos integrado en nuestros mensajes la concepción de empresa como comunidad de personas y también el management humanista, como el mejor modo de gestionar empresas sustentables, conceptos que usted ha enriquecido enormemente con su trabajo y reflexión.

Si bien su visita a nuestro país, así como la presentación de este libro fueron programadas con cierta antelación, algunos acontecimientos recientes del ámbito empresarial internacional, han hecho aún más relevante el tema que desarrolla esta obra, pues confirma una vez más la importancia de la ética en el mundo de los negocios.

Hace algunos días tuvimos el privilegio de participar en el encuentro anual que hacen las asociaciones similares a USEC a nivel mundial. Este se efectuó en Belo Horizonte, y este evento fue marcado por lo sucedido en Alemania unos días antes.

El caso Volkswagen, es un claro ejemplo de cómo decisiones ejecutivas basadas en la obtención de resultados de corto plazo y buscando satisfacer el

interés de solo algunos grupos de interés, pueden afectar la reputación corporativa no solo de una marca sino de todo su sector de negocios y una vez más empaña la inmensa contribución del mundo empresarial al desarrollo de la sociedad. En efecto, esta falta de visión y de sentido común incluso, de profesionales altamente calificados, provoca un daño inconmensurable a la confianza necesaria para que el mercado funcione adecuadamente - en palabras del emérito Papa Benedicto XVI – y hace patente que en el mundo de la empresa y del trabajo se necesita líderes que no solamente sean eficientes administradores e innovadores. Pues la inteligencia, puede servir a nobles o a cuestionables propósitos. Se necesitan líderes éticos, que practiquen y fomenten la virtud.

Sin embargo, pese a que estemos de acuerdo en este punto, también hemos sido testigos de casos en Chile que también han producido una importante cuota de desconfianza al sector privado. Podremos argumentar que estos casos son los menos y es cierto, pues la gran mayoría de los empresarios y emprendedores se enmarcan dentro de un buen actuar y realizan un valioso aporte al bienestar de la sociedad. Pues ningún negocio puede ser realmente exitoso, en una sociedad que no lo es. Los empresarios pues, no son islas porque el rol de la empresa es tanto social como económico, si orienta su quehacer al desarrollo de buenos productos y servicios que verdaderamente sirvan a la sociedad y contribuyan al bien común. Es en este ámbito donde el tema de la CONFIANZA es vital para desarrollar prácticas de liderazgo y administración que promuevan la elaboración de bienes y servicios, en un ambiente de paz laboral. La pregunta que uno podría hacerse es cómo desarrollar ambientes de confianza entre empresarios o gerentes y sus colaboradores, cuando aspectos ideológicos se mezclan en el quehacer empresarial y laboral, donde la búsqueda de mejores condiciones laborales ya no es un fin específico, si no que una herramienta para la obtención de otros objetivos, muchas veces ajenos al ámbito de la empresa. De la misma manera, por Dios que cuesta recuperar la Confianza en los líderes empresariales, cuando algunos de ellos que hasta hace poco gozaban de la

admiración de la sociedad, los vemos envueltos en situaciones que afectan el buen prestigio del sector.

Las empresas las debemos entender como un conjunto de personas que aúnan sus conocimientos, habilidades, talentos y voluntad en pos de un objetivo de bien común. Y, la economía como ciencia social, necesita comprender cómo piensan y actúan las personas, para elaborar sus teorías y predicciones. Nos fiamos de encuestas, estadísticas y proyecciones de cómo debiera comportarse el mercado, el consumo, la demanda, en fin. Todo aquello que pueda medirse. Sin embargo, ¿cómo medimos al ser humano? ¿cómo damos cuenta de su singularidad única e irrepetible? ¿cómo llegar a develar el misterio casi insondable que es la persona?

En su libro Melé hace referencia a una cita del psiquiatra Victor Frankl quien de su experiencia en un campo de concentración, concluye que sometidos a las mismas condiciones extremas, el ser humano tiene la capacidad de comportarse como un cerdo o como un santo. ¿Qué gatilla una respuesta versus la otra, frente a los mismos estímulos? En realidad, tenemos que reconocer que nuestro ámbito, el empresarial, necesita adquirir una comprensión mucho más acabada de quién es la persona, para que todas nuestras acciones y la gestión, se sustenten en una base antropológica sólida, que encauce las decisiones y las estrategias hacia un desarrollo humano integral y hacia el bien común. Esto es coherente con la enseñanza social de la Iglesia, quien nos pide no olvidar que el origen, centro y fin de toda actividad económica y empresarial es la persona. Entonces tenemos que abocarnos con seriedad a comprender el misterio humano.

Ese ejercicio fundamental es el que nos permite este libro que esta tarde tenemos el orgullo de presentar. Quien tome un curso de filosofía o de ética, mientras estudia carreras del área de la economía, la administración y las finanzas, no podrán hacerse una idea tan global como la que permite este texto. Nos brinda un completo y, a la vez, didáctico recorrido histórico por los aportes que han hecho a la comprensión de la persona, diversas disciplinas como la filosofía, la psicología, la sociología, la economía, las teorías de

dirección de empresas, las religiones, la ciencia, en fin. Y además, nos da la posibilidad de relacionar estos aportes con lo que ocurre en el mundo de la economía y la empresa, evidenciando cómo en las organizaciones, la concepción de individuo que prevalece, generalmente de forma inadvertida, tiene efectos prácticos y significativos.

Por ejemplo, nos invita a reflexionar, hasta qué punto sigue perdurando la idea de que las personas se comportan como un “*homo economicus*”, que actúan movidas por el interés personal y por maximizar su beneficio. Aunque es una visión muy reduccionista del hombre, que muchos dan por superada, así como la prevalencia de la razón instrumental, que privilegia la optimización de los recursos para alcanzar las metas propuestas sin reparar en los alcances éticos, quizás debamos hacer el ejercicio de verificar en qué sentido están superadas estas miradas y en qué otros aspectos siguen prevaleciendo.

En efecto, resulta muy interesante revisar todas estas corrientes de pensamiento y estos conceptos antropológicos de la mano de autores que se preocupan de hacer el link con lo que sucede en el mundo de la empresa, de la gestión y del trabajo. Sin embargo, en aras del tiempo, quisiera detenerme en dos de los capítulos del libro, que nos resultaron especialmente relevantes como aporte a la reflexión que los miembros de USEC venimos haciendo desde hace un tiempo. Me refiero al capítulo 8, relativo a la libertad, la voluntad y el carácter y el capítulo 9 que trata sobre las dimensiones relacionales del ser humano.

Para quienes creemos que el modelo de libre mercado es el mejor conocido hasta ahora, para asignar de manera eficiente los recursos, hacerlos fructificar y favorecer el progreso, el valor asignado a la libertad es elevado. Esto encierra una visión del hombre, como un ser que es capaz de esforzarse, de crear valor, de seguir sus metas y sueños, de perseverar, una mirada que se enfoca en características humanas en general, positivas. Obviamente, que ello se da en el marco de ciertas reglas y sanciones cuando éstas son pasadas

a llevar. Entonces, es del todo relevante hacer las debidas distinciones acerca de a qué nos referimos cuando hablamos de libertad.

Para quienes somos cristianos y compartimos la noción de persona como hecha a imagen de Dios, dotada de dignidad, de razón, de sociabilidad y sentido trascendente, el libre albedrío que también nos fue dado, es una de las claves que puede comenzar a develar el misterio del ser humano. Los autores del libro señalan que del libre albedrío cabe diferenciar 3 dimensiones o niveles.

El primero es la libertad de indeterminación, que alude la facultad que nos permite nuestra razón, de estar abiertos a un mundo de posibilidades, las que somos capaces de valorar de manera independiente. Esta libertad de indeterminación es una facultad propia de los seres humanos y no de otras especies que sí están determinadas por condicionantes biológicos y ambientales.

Un segundo nivel es la libertad de elegir, entendida como la capacidad de optar entre varias opciones. Si la libertad de indeterminación se refiere a una actitud de apertura a todo, la libertad de elegir nos lleva a la dimensión de la acción.

Un tercer nivel, la libertad de autodeterminación, implica elecciones razonadas, en las que nuestra voluntad interviene independientemente de si nos atrae o no la posibilidad que se nos presenta. En este nivel, no nos guiamos sólo por los deseos o las emociones, sino que existe consciencia de ser dueños de nuestros actos y por lo tanto, responsables de éstos. Se trata de una dimensión mucho más profunda de libertad, ya que es una libertad interior, que incluso se mantiene cuando hay ausencia de libertad exterior. La autodeterminación de la voluntad y la responsabilidad moral están íntimamente unidas. El ser humano tiene la capacidad de autodeterminarse responsablemente a sí mismo, a la vez que crea su propio mundo. También señalan los autores que las exigencias morales no limitan del todo nuestra libertad de indeterminación, sino que sólo la encauzan para lograr una libertad más madura. Es decir, tenemos el potencial de crear nuestro propio

cielo o nuestro propio infierno. Pero somos realmente libres cuando decidimos dejándonos llevar por razones morales en lugar de ser “esclavos” de los deseos poco rectos. Se trata de una facultad que se perfecciona en la práctica. Mientras más nos comportamos éticamente, adquirimos la disposición a hacer lo que debemos hacer siempre y no forzadamente, lo que nos hace mejores personas y por cierto, mejores profesionales. Es decir, mientras la libertad como indeterminación y la libertad de elegir son constitutivas de la naturaleza humana, la libertad moral es adquirida, enseñada y aprendida y debe ser practicada para que se asiente como una conducta virtuosa permanente.

González y Melé también aluden al peligro de caer en algunas corrientes deterministas que postulan que el hombre no es auténticamente libre, ya que está determinado por una serie de condicionantes que le “empujan” a actuar de una manera u otra. Por ejemplo, su carga genética, su educación, circunstancias familiares, la cultura en la que vive, etc. Si bien es cierto que todos esos factores y otros más influyen decisivamente en las elecciones y conducta de los individuos, no predeterminan a la persona. Siempre hay espacio para doblarle la mano al destino y optar por hacer el bien.

En la economía neoclásica encontramos una noción más limitada de libertad que se enfoca en la libertad de elegir entre unos medios u otros los más eficientes para lograr los objetivos maximizadores. La orientación moral de las decisiones aparece como deseable, pero no algo prioritario. La ética puede quedar reducida a un asunto de preferencia subjetiva o de coerción social. También puede restringirse al mínimo legal. Es decir, mientras que se defiende apasionadamente la libertad individual, se admite a la vez en la práctica, una libertad limitada, que sólo admite elecciones que caigan dentro de una racionalidad maximizadora. Potencia la libertad de elegir que es sólo un aspecto de la libertad, no el más profundo. Pues en ocasiones, es necesario que algunas decisiones defrauden el objetivo del beneficio a corto plazo para alcanzar un bien mayor, de largo plazo, lo que sabemos, redundará en un éxito sostenible y legitimado.

También en este capítulo, los autores se refieren a las virtudes y cómo forjan el carácter moral. El carácter es diferente al temperamento. Se entiende como la dimensión moral de una persona. Los buenos hábitos, cuando se practican y se transforman en inclinaciones morales estables, se constituyen en lo que llamamos virtudes. Hay una excelente cita de Aristóteles que decía: “nos hacemos constructores construyendo casas y citaristas tocando la cítara. Así también practicando la justicia nos hacemos justos, practicando la templanza, templados y practicando la fortaleza, fuertes.” Los autores señalan que para Aristóteles, la virtud implica la capacidad de actuar con excelencia, la cual se manifiesta en la acción. Las virtudes como la generosidad, la honradez, la compasión, la diligencia, etc. se deben adquirir y perfeccionar en la práctica. Éstas forjan el carácter moral con rasgos que refuerzan la buena conducta. Hay una elocuente cita de Robert Solomon que señala: “el carácter es vulnerable al entorno, pero también es un baluarte contra el entorno”.

Por eso la importancia de que en nuestras empresas las personas no sean elegidas para sus cargos o evaluadas en base a los resultados que entregan exclusivamente, pues el buen o mal comportamiento de los líderes define la cultura organizacional. Y si lo que evidencian es un comportamiento poco ético, no es de extrañar que ello vaya asentándose poco a poco, hasta ya no parecer extraño. Debiéramos ser capaces de mirar y evaluar las virtudes que se están viviendo en la práctica en nuestras organizaciones. Que parte incluso por las materias a las que el Directorio les da prioridad, en que muchas veces ponemos aquellas que aluden a metas puramente económicas y de crecimiento. El proceso por el que se obtienen, así como las preguntas que aluden al “para qué” se buscan dichas metas, a veces, se pierden o pasan por alto. De esta forma a veces .los gerentes quedan con el mandato de cumplir con lo esperado, a como dé lugar, dentro del marco legal. Es necesario que reflexionemos respecto de dónde están puestos los incentivos. En USEC siempre hemos sostenido que el desarrollo económico va de la mano con un desarrollo social y humano, y para lograr esto, se debe obrar y trabajar confiando en los colaboradores.

Esto meo lleva a una breve mención del capítulo 9 que se refiere a las dimensiones relacionales del ser humano. El libro nos recuerda, que todas las personas nos relacionamos con los demás, con Dios y con la naturaleza. Laudato Si, la encíclica del Papa Francisco, publicada el pasado 18 de junio, nos recuerda que además, nos relacionamos con nosotros mismos. Porque en la medida que nuestra relación con Dios, con los demás o con la naturaleza esté fracturada, somos nosotros mismos los que estamos fracturados. Cuando la preocupación por el medio ambiente la tratamos solo con una racionalidad economicista y maximizadora, eso indicaría sólo una preocupación por nosotros mismos y no estaríamos cuidando nuestra naturaleza, en especial por las futuras generaciones. Fuimos llamados a ser administradores responsables y custodios de la Creación.

Por otra parte, las relaciones humanas que se dan en la empresa, hacen que ésta se configure como mencioné al principio de esta intervención, como una sumatoria de individuos unidos por contratos o bien, como una comunidad de personas, que aúnan talentos, capital y trabajo a un objetivo común, el que en general, brinda un servicio valioso a la sociedad. Es aquí donde la noble vocación del empresario juega un rol insustituible.

Los autores rescatan la mirada aristotélico-tomista en la que prevalece la concepción de sociedad como una comunidad, en la que a veces, es necesario subordinar los intereses personales al bien común. Esta mirada implica tener fe en las personas. Confianza en la capacidad de empatía, justicia y benevolencia del ser humano. Sabemos que muchas veces esta fe se defrauda. Pero sin esta confianza y buena fe, no se acumula el Capital Social necesario para el progreso de la comunidad. Ejemplos sobran de ello.

El Papa Francisco, en Laudato Si manifestó su confianza en que el ser humano pueda aplicar su inteligencia y creatividad a encontrar un nuevo modo de definir el progreso, que vaya de la mano con una visión de desarrollo mucho más integral y de largo plazo. Esta confianza que él manifiesta debe encontrar eco en cada uno de nosotros. Ya que cada día tenemos la oportunidad de humanizar el progreso, en cada decisión y cada estrategia de

gestión. Así como las universidades han ido transitando hacia mallas curriculares que entregan no sólo herramientas y capacidades técnicas, sino que ofrecen una formación más humanista e integral, las empresas han ido asumiendo la importancia de tener el foco puesto en las personas. No sólo de sus colaboradores, sino de todos sus stakeholders. El escenario que se busca es aquel en el que todos ganan. Así es como se reconoce que los objetivos deben conseguirse no a costa de otros, sino con otros, animando la colaboración y la participación. Si la conducta ética se aprende y se perfecciona en la práctica, tanto universidades como empresas, debemos actuar mancomunadamente. No como compartimentos estancos. La academia tiene importantes luces que aportar al mundo de la empresa, así como lo hemos palpado con este libro, del que estamos seguros, seguiremos extrayendo material que alimentará nuestra reflexión, discernimiento y decisiones. Y por otra parte, la empresa también tiene mucho que aportar a la academia, en diversos aspectos, no sólo económicos, para fomentar la investigación y la innovación, sino también permitiéndole acceder a la realidad y a la experiencia que enriquece la teoría. El libro que hoy presentamos nos anima en esta dirección, a encontrar nuevas formas de sinergia entre academia y empresa para el fomento conjunto de un clima más virtuoso y constructivo.

El slogan de USEC es “decidir en conciencia” y sentimos que dimos en el blanco con éste, ya que apunta a la que es quizás la principal tarea que tiene un empresario o ejecutivo cristiano todos los días. Una tarea que se facilita cuando tenemos a la mano una sólida base antropológica, como la que este libro nos regala. Por ello, termino manifestando nuestra inmensa gratitud al profesor Domènec Melé por la riqueza de esta obra y a la Universidad de los Andes por su publicación y difusión con la certeza de que será una enorme contribución a la formación de futuras generaciones de esta facultad y a la dirigencia empresarial de nuestro país.

Muchas gracias.