

Conozca al ser humano y dirigirá mejor

El pensamiento filosófico sobre el ser humano ayuda a comprender la naturaleza humana para poder mejorar las prácticas directivas.

22 de diciembre de 2015

"La dirección empresarial, al igual que la entera actividad económica, está siempre vinculada a una visión concreta del ser humano, así como a un modo de entender la empresa y la sociedad", escriben el profesor del IESE [Domènec Melé](#) y César González Cantón en [Fundamentos antropológicos de la dirección de empresas](#). Los problemas surgen cuando estas visiones antropológicas se aceptan sin más, sin hacerse preguntas, dejando sus limitaciones intactas.

Los autores ponen a los seres humanos en el centro de una obra filosófica dirigida a directivos, consultores y académicos.

Muchas investigaciones en el área de la dirección de empresas se basan en estudios empíricos sobre el comportamiento individual y colectivo, pero este libro aborda desde un punto de vista filosófico cuál es la esencia del ser humano y por qué esta cuestión es relevante en la dirección de empresas.

Desde el principio, los autores advierten que muchas corrientes del management se basan ciegamente en la teoría del homo economicus, que considera que el ser humano se guía exclusivamente por la razón y el interés propio, tal y como escribió John Stuart Mill.

Pero, según los autores, esta visión está limitada porque pasa por alto las emociones, las relaciones, el aprendizaje y la moral, entre otras cosas. Frente al homo economicus, Melé y González Cantón contraponen una visión más rica del ser humano.

A partir de ella, los autores piden a los directivos capacidad para hacer que las personas

florezcan a través del trabajo. Desde Aristóteles, el florecimiento humano implica la búsqueda de la excelencia y la realización de las facultades humanas más nobles.

Melé y González Cantón explican que aspiran a contribuir a "una mayor conciencia sobre las implicaciones que se dan entre la actividad económica y nuestra vida ordinaria y en la construcción una buena sociedad".

La idea del ser humano

La primera parte del libro, titulada "Visiones del ser humano", ofrece un panorama de lo que entendemos por "humanidad" desde la perspectiva de las teorías de dirección y organización, la filosofía, la religión y la ciencia.

Los autores, que recorren el pensamiento en el campo del *management* desde los "grandes clásicos" de principios del siglo XX hasta los llamados neoclásicos y los movimientos emergentes, concluyen que muchas teorías comparten una visión reduccionista y negativa del individuo, al entender que solo persigue el interés propio y el máximo beneficio.

Melé y González Cantón consideran que la ciencia es válida para lograr una comprensión equilibrada de la naturaleza humana. Pero realizan algunas advertencias, como que puede llevar a "profecías autocumplidas": si el homo economicus asume que solo buscamos el interés propio, seguiremos pautas de trabajo que solo van en esta dirección porque crearemos que otros harán lo mismo.

Un repaso a las tres grandes religiones monoteístas del mundo (judaísmo, cristianismo e islam) y las antiguas religiones de Asia hace aflorar conceptos como libre albedrío, espíritu, trascendencia y normas de conducta que promueven el buen comportamiento.

A esto sigue una breve sinopsis del pensamiento de los grandes filósofos, resumiendo la visión de la naturaleza humana desde Aristóteles a Wittgenstein, lo cual permite una mejor comprensión de la complejidad del ser humano.

El pensamiento filosófico como herramienta

En la segunda parte del libro, "Principios de una filosofía de la persona", los autores abordan las corrientes de pensamiento filosófico sobre la naturaleza humana más influyentes para que los lectores puedan hacerse una idea más completa del ser humano y dirijan mejor sus empresas.

En primer lugar, los autores analizan las fuerzas que definen al ser humano y lo diferencian de otros seres. Por ejemplo, la forma del cuerpo humano no está adaptada para ninguna tarea específica, algo que probablemente nos ha hecho más adaptables a todas las tareas.

Melé y González Cantón también muestran la diferencia entre libertad de acción (una libertad con límites externos) y voluntad (la habilidad humana para ejercer el autocontrol).

Las emociones existen, dicen los autores, y cuanto antes nos demos cuenta de que son factores del comportamiento humano, tanto en el trabajo como fuera de él, más pronto aprenderemos a sacarles partido.

Está claro que la mayoría de personas son capaces de evitar cometer un crimen pasional, pero eso no significa que seamos autómatas racionales sin sentimientos de culpa, orgullo, vergüenza y demás.

Nuestras respuestas emocionales pueden controlarse gracias a la voluntad y los hábitos positivos. Y también las virtudes pueden reforzarse mediante los buenos hábitos, tanto a nivel individual como a nivel organizativo.

Florecimiento humano

¿Es compatible aspirar a vivir una buena vida y cultivarnos a nosotros mismos al tiempo que somos felices? Sí, si introducimos el concepto de florecimiento humano.

Mientras que para algunos la felicidad equivale a placer o satisfacción de deseos, para muchos otros, seguidores conscientes o inconscientes del pensamiento aristotélico, la felicidad significa "vivir bien". En pocas palabras, obtener placer de la virtud, lo cual genera el florecimiento humano.

No solo los individuos, sino también los directivos y las empresas en su conjunto, pueden comportarse de esta manera. Jordi Canals, director general del IESE, refuerza esta idea en su prólogo: "Las empresas, como organizaciones que aprenden, tienen la oportunidad de resolver grandes problemas sociales; también pueden ser cuna de un nuevo humanismo en la sociedad, donde la gente puede hacer una contribución y florecer en el proceso de trabajar juntos, no solo por su propio interés, sino con una finalidad compartida y con sentido del bien común".

www.iese.edu/es/insight