

La ética contribuye a la supervivencia de las empresas

Una guía para integrar la ética en la dirección de empresas y generar confianza en el negocio para garantizar su supervivencia a largo plazo.

12 de marzo de 2009

Hay muchas teorías sobre la empresa, pero suelen ser incompatibles, explican los mismos fenómenos de forma parecida e ignoran completamente dos factores cruciales: el aprendizaje y la ética.

En su artículo "[Beyond Economic Criteria: A Humanistic Approach to Organizational Survival](#)", publicado en Journal of Business Ethics, el profesor del IESE [Josep Maria Rosanas](#) propone cinco principios básicos de una teoría del análisis de decisiones basada en la ética, así como tres criterios que las empresas pueden seguir para lograrlo.

Antes de situar la ética en el lugar que le corresponde, Rosanas analiza críticamente y subraya las carencias de dos teorías de la empresa. La primera es la de la agencia, que hace hincapié en el principio de eficiencia de Pareto y pasa por alto problemas como la mentira, el engaño y el abuso de poder cuando no los da simplemente por inevitables. La segunda es la teoría institucional, que no se detiene en consideraciones éticas al centrarse en el comportamiento no racional, la imitación sin más o lo que hacen los otros.

Según Rosanas, para integrar ética y teoría de la dirección de empresas necesitamos un enfoque diferente, que sea realista y aporte explicaciones intencionales, fomente la racionalidad e incluya conceptos éticos.

El aprendizaje de los dos agentes

Partiendo de la obra de Juan Antonio Pérez López, el autor presenta una teoría basada en las interrelaciones personales.

En primer lugar, ilustra la importancia del aprendizaje en cualquier relación entre dos agentes económicos: el activo, que busca obtener resultados explícitos a través de la cooperación de otra persona, y el reactivo. Y lo que es más importante, en lugar de limitarse a los resultados explícitos externos, destaca una consecuencia interna fundamental de esta díada acción/reacción: el aprendizaje de los dos agentes.

"Al agente activo le interesa el aprendizaje del reactivo, aunque sólo sea porque lo que ocurra en el futuro dependerá del aprendizaje que se produzca en el presente", afirma Rosanas. También es importante el aprendizaje del agente activo, ya que condiciona el futuro de ambos.

Para que esta relación funcione, señala el autor, debe tenerse en cuenta la eficacia de la decisión, el aprendizaje (tanto operativo como evaluativo) del agente reactivo y el propio aprendizaje del agente activo.

Tres criterios en los que basar las decisiones

Rosanas aplica este análisis al contexto empresarial como base de la toma de decisiones. El agente activo sería la empresa, el CEO o cualquier otro directivo, y el reactivo los empleados o clientes. El objetivo principal de este aprendizaje interactivo es generar confianza en el seno de la empresa para garantizar su supervivencia a largo plazo.

Tomando como punto de partida este aprendizaje recíproco, el profesor define tres criterios en los que las empresas pueden basar sus decisiones.

El primero es la eficacia a corto plazo, o el impacto sobre variables inmediatas, explícitas y mensurables, entre las cuales destacan por su importancia las económicas.

"Sería absurdo que una empresa olvidara estas variables. Este aspecto también está relacionado con la satisfacción de las motivaciones extrínsecas de productores y consumidores, y es el único que tiene en cuenta los modelos reduccionistas de la empresa, basados estrictamente en la economía como disciplina y teoría", explica.

El segundo es el desarrollo de competencias distintivas, o la contribución del curso de acción

elegido al desarrollo de la misión externa de una empresa. Este criterio va mucho más allá de las variables económicas inmediatas, ya que define el tipo de necesidades reales de los clientes que pretende satisfacer la empresa.

El tercero es la unidad de la organización: la identificación con los objetivos de la empresa y con los demás empleados.

"Evidentemente, este proceso de toma de decisiones y sus tres criterios añade complejidad a los análisis habituales basados en la eficacia, pero es mucho mejor". Una vez más, el autor subraya el valor del aprendizaje: "Su importancia suele ser mayor que la del análisis cuantitativo".

www.iese.edu/es/insight