

Abran paso a los líderes humanistas

Carlos Rodríguez Lluesma, Marta Elvira y Anabella Dávila abogan por una nueva generación de líderes que se vean a sí mismos como ciudadanos globales con deberes morales.

31 de julio de 2013

No hace tanto tiempo se retrataba a los líderes como figuras heroicas, normalmente hombres que daban órdenes. Por suerte, hoy se les ve más como creadores de equipos y alianzas. Pero, como sostienen en este artículo los profesores del IESE [Carlos Rodríguez Lluesma](#) y [Marta Elvira](#), junto con Anabella Dávila, de la mexicana EGADE Business School, el concepto de liderazgo ha de evolucionar aún más.

El liderazgo sigue concibiéndose desde una perspectiva meramente económica, es decir, con la función principal de maximizar beneficios. Y apenas se presta atención a la dimensión ética de la dirección de empresas.

Según los autores, necesitamos líderes que actúen movidos por el imperativo moral de respetar a las personas y verlas no como un medio, sino como un fin en sí mismo. Los líderes no deberían aspirar a maximizar la utilidad, sino a alcanzar el bien común que trasciende el particular de unos u otros. Esa es, en su opinión, la esencia del liderazgo humanista.

Ciudadanos y grupos de interés

Esta nueva visión del liderazgo se basa en dos conceptos fundamentales: el de ciudadanía, que considera a los individuos no solo como miembros de una sociedad sino también como miembros activos de la comunidad, y el de grupos de interés, que reconoce las necesidades y aspiraciones legítimas de los individuos.

El enfoque hacia los grupos de interés implica que el liderazgo humanista ha de ser

hiperlocal. Y es que no existe un método abstracto y universal para tratar a los grupos de interés.

Los líderes humanistas saben que la dirección de empresas no es una técnica, sino un arte. Los líderes verdaderamente globales han de ser artistas, ya que se sitúan en la encrucijada de una serie de relaciones sociales que se deben legitimar, promover y poner en práctica continuamente. Para abordar las necesidades de los grupos de interés, tendrán que comprender los problemas específicos de cada contexto local, así como ser lo suficientemente ingeniosos para idear soluciones.

Ejemplos latinoamericanos

Los autores ilustran con casos de empresas latinoamericanas cómo las carencias institucionales, la inestabilidad de los Gobiernos y las deficiencias de las redes de protección social las llevaron a adoptar estrategias humanistas en el área de las relaciones laborales, facilitando la atención sanitaria y la educación.

Así, por ejemplo, la acerera mexicana Ternium, ofrece a todos sus empleados revisiones médicas gratuitas, además de recomendaciones sobre dietética y ejercicio. Como México es el país de la OCDE que gasta menos en sanidad, se trata de un caso tanto ético como práctico del liderazgo humanista.

La multinacional alimentaria Arcor, presente en Argentina, Brasil, Chile y Perú, dirige una fundación que fomenta la igualdad de oportunidades en la educación infantil. De este modo, contribuye a la mejora de las distintas comunidades, pues les permite ser más autónomas y autosuficientes.

Tras su adquisición por Banco Santander, el brasileño Banco Real redefinió su misión, dando prioridad a los clientes. Esta decisión le valió una mayor confianza y lealtad por parte de clientes y empleados, además de un aumento de los beneficios.

Los autores concluyen que los líderes del mañana serán aquellas personas capaces de tener en cuenta tanto el punto de vista global como local y adoptar estrategias de liderazgo humanista como las descritas en este artículo.

www.iese.edu/es/insight